

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE MANAGEMENT OF PUBLIC RELATIONS IN BANGKOK
PRIVATE COMMERCIAL SCHOOLS



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษา

สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2542

ISBN 974-622-478-6

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE MANAGEMENT OF PUBLIC RELATIONS IN BANGKOK
PRIVATE COMMERCIAL SCHOOLS



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน... 33401
วัน, เดือน, ปี - 2 ส.ค. 2542

ISBN 974-622-478-6

THE MANAGEMENT OF PUBLIC RELATIONS IN BANGKOK
PRIVATE COMMERCIAL SCHOOLS



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN VOCATIONAL ADMINISTRATION

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

1999

ISBN 974-622-478-6



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

COPYRIGHT 1999

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
นักศึกษา	ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร
รหัสประจำตัว	นางอรพรรณ สิ้นประสงค์
ปริญญา	35623041
สาขาวิชา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
พ.ศ.	การบริหารอาชีวศึกษา
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	2542
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	รศ.ดร.เมธี ปิลันธนานนท์
	ดร.สวัสดิ์ อุดมโกชน์
	ผศ.ดร.เนาวรัตน์ วิไลชนม์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ตามกรอบทฤษฎีของ อูทัย นีรัญโต รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และการจัดงบประมาณ นอกจากนี้ยังศึกษาเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามตำแหน่งและขนาดของสถานศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ทั้ง 6 ด้าน ดังกล่าวข้างต้น โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหาร และครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 280 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer Plus) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย t-test

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งจัดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดบริการ การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดงบประมาณ และการจัดกิจกรรม

เมื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน ปรากฏว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นในภาพรวมและในแต่ละด้าน ทั้ง 6 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ปรากฏว่าผู้บริหารและครูอาจารย์จากสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความเห็นในภาพรวมและในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title The Management of Public Relations in Bangkok
Private Commercial Schools
Student Mrs. Orapan Sinprasong
Student ID. 35623041
Degree Master of Industrial Education
Programme Vocational Administration
Year 1999
Thesis Advisor Assoc. Prof. Dr. Methi Pилanthanonnd
Thesis Co-advisor Dr.Sawas Udompoch
Assit.Prof. Dr.Navaratana Vilaichone

ABSTRACT

This research aimed to investigate the public relations management of vocational private schools in accords with the theory frame of Uthai Hirantoh which include 6 aspects as personnel force recruitment, organization management for public relations, service management, activities management, instruments, and equipment provision, and budgeting. Another purpose was the comparison study of the practical level in public relations management of the vocational private schools of commerce field in Bangkok region in both the whole and the individual aspects, regarding the positions and the school sizes.

The samples were 280 administrators and teachers in public relations sections of the vocational private schools of commerce field in Bangkok. Data were collected by the means of a self-constructed questionnaires involving the six aforementioned aspects. The statistics employed were percentage, arithmetic mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.) and t-test. The SPSS/PC+ program was applied.

Data analysis resulted that the practice in public relations of the private vocation schools of commerce field in Bangkok in both the whole and the individual aspects were at the moderate level. They were ranged respectively from high to low as the organization management for public relations, service management, instruments and equipment provision, personnel force recruitment, budgeting, and activities management.

When compared in accords with the positions between the practical levels of the administrators and the practical teachers, it was found that there were statistical significant differences at the level of 0.05 for all aspects both in total and individually. Besides that, there were also statistical significant differences at the level of 0.05 between the practices of the administrators and the practical teachers of the big and small school sizes in four aspects, with the exception of the aspect in organization management for public relations and budgeting



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูป	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ขั้นตอนการวิจัย.....	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 สภาพการจัดการศึกษาเอกชน ประเภทวิชาพาณิชยกรรม.....	7
2.2 การจัดการ	10
2.3 การประชาสัมพันธ์.....	13
2.4 การจัดการประชาสัมพันธ์.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.4 การสร้างแบบสอบถาม.....	38
3.5 การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	40
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	43
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	44
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ในภาพรวมและในแต่ละด้าน.....	45
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการ ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและ ในแต่ละด้าน จำแนกตามตำแหน่งและขนาดของสถานศึกษา..	52
ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และครูอาจารย์.....	71
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	74
5.1 สรุปผลการวิจัย	76
5.2 อภิปรายผล	79
5.3 ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก.....	94
ประวัติผู้เขียน.....	113

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารและครูอาจารย์ ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร.....	37
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและ ในแต่ละด้าน	46
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดอัตรากำลัง เจ้าหน้าที่	47
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงาน เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	48
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ	49
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม.....	50
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสรร เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ	51

เอกสารนี้เป็นเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดงบประมาณ..... 52
4.9	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ในภาพรวมและในแต่ละด้าน 53
4.10	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดอัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่ 54
4.11	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ 55
4.12	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดบริการ..... 56
4.13	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดกิจกรรม 58
4.14	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ 60
4.15	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดงบประมาณ..... 61
4.16	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมและในแต่ละด้าน..... 62

เอกสารนี้เป็นเอกสารของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่..... 63
4.18	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์..... 64
4.19	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดบริการ 66
4.20	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดกิจกรรม..... 67
4.21	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ 69
4.22	การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดงบประมาณ..... 70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญรूप

รูปที่		หน้า
3.1	แสดงการสร้างแบบสอบถาม	39
3.2	แสดงโครงสร้างและลักษณะของแบบสอบถาม	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการบริหารงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน สิ่งที่ต้องการคือ ประสิทธิภาพในการบริหารงาน วิธีการที่จะบริหารงานให้มีประสิทธิภาพนั้น นอกจากอาศัยทฤษฎีต่าง ๆ เช่น ทฤษฎีองค์การ ทฤษฎีการบริหาร ศิลปและศาสตร์การเป็นผู้นำแล้ว ยังมีเทคนิคหรือกระบวนการบริหารอีกหลายประการที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้การบริหารงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผน การจัดองค์การ การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่ การวินิจฉัย สั่งการ การประสานงาน การงบประมาณ และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในกระบวนการของการบริหาร ซึ่งยอมรับกันว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะการบริหารงานมิได้อาศัยปัจจัยเฉพาะคน เงิน วัสดุ และการจัดการเท่านั้น หากแต่อาศัยความร่วมมือร่วมใจ การสนับสนุนจากบุคคลทั่วไปด้วย ซึ่งการที่ประชาชนจะร่วมมือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์การที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเขา ในองค์การขนาดใหญ่และมีระบบงานสลับซับซ้อน หรือองค์การที่กำลังขยายตัวเป็นสถาบันนั้น ผู้บริหารจะใช้ความรู้และประสบการณ์อย่างเดียวในการบริหารงานขององค์การหาเพียงพอไม่ ผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์ และมีภารกิจหรือบทบาทในเรื่องความสัมพันธ์ขององค์การกับสิ่งแวดล้อมภายนอกด้วย กล่าวคือ ผู้บริหารจะต้องรู้ถึงบทบาทขององค์การในชุมชนและสิ่งที่ชุมชนนั้นเรียกร้องในการมีบทบาทขององค์การที่ต้องขยายตัวออกไปสู่โลกภายนอกด้วย ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าบริษัทใหญ่ ๆ เป็นจำนวนมากมิได้บริหารงานเพื่อแสวงหากำไรโดยการขายสินค้าหรือบริการอย่างเดียว หากแต่ยังมีบทบาทในด้านการให้ความช่วยเหลือสังคมอันอยู่นอกเหนือหน้าที่ขององค์การอย่างกว้างขวาง เช่น การให้ทุนนักศึกษาและการบริจาคทรัพย์ช่วยเหลือกิจการต่าง ๆ เป็นต้น การที่องค์การของเอกชนมีบทบาทเช่นนี้ ก็เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชน โดยในโลกปัจจุบันนี้การดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นด้วยเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวหน้า จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีทางเลือกได้มาก องค์การใดสามารถสร้างความเข้าใจสร้างความศรัทธาได้มากกว่าก็จะได้รับชัยชนะหรือได้รับการสนับสนุนจากประชาชนอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้กระบวนการบริหารหรือการจัดการที่ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบจึงช่วยให้องค์การเกิดประสิทธิภาพในการบริหาร

โรงเรียนเป็นหน่วยงานทางการศึกษาและเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม ที่ประชาชนหวังต้องรู้จักเลื่อมใสศรัทธาเชื่อถือและสนับสนุนร่วมมือ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมี

คุณภาพก่อให้เกิดประสิทธิผลจริงจัง จะต้องเกิดขึ้นในระบบการบริหารโรงเรียน ทั้งนี้เป็นเพราะ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะเสริมสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับบ้านและชุมชน ผู้บริหาร โรงเรียนทุกระดับจำเป็นต้องจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนก็เพื่อการประชาสัมพันธ์กับประชาชน ให้ประชาชนมีความรู้สึกที่โรงเรียนเป็นของประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชน สถาบันและ กลุ่มคนในชุมชนในสภาพปัจจุบันเป็นยุคของสังคมข่าวสาร ซึ่งปรากฏว่าการประชาสัมพันธ์มี ความสำคัญต่อหน่วยงานมากยิ่งขึ้นทุกวัน ทั้งนี้เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจาก ประชาชน (เสรี วงษ์มณฑา. 2532 : 27) ดังนั้น องค์การใด ๆ ก็ตามจะประสบความสำเร็จใน การบริหารจะต้องอาศัยระบบการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่จะส่งข้อมูล ข่าวสารให้แก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้เข้าใจ เช่น โรงเรียนเอกชนต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน เกิดความเข้าใจในการเก็บค่าเล่าเรียนให้สังคมภายนอกได้รับรู้ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมิได้มี ความหมายเพียงแต่โฆษณาชื่อเสียง กิจกรรม ค่าเล่าเรียนหรือเผยแพร่ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียน ให้ประชาชนทราบเท่านั้น การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความมุ่งหมายที่จะให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง คณาจารย์ ประชาชน รวมตลอดถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนอันจะก่อให้เกิด ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน รวมทั้งให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการ ศึกษาจะได้สนับสนุนให้บุตรหลานเข้าเรียน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกิจกรรมที่นำภาพพจน์ เหล่านั้นไปขยายผลโดยใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อกิจกรรมสัมพันธ์ต่าง ๆ ทุก ชนิดผสมผสานให้เกิดการเผยแพร่แก้ไขให้ดีที่สุด การประชาสัมพันธ์จึงเป็นผู้กระตุ้นให้คน และ องค์การตั้งมั่นอยู่ในการกระทำดี อยู่ในระเบียบวินัยกฎเกณฑ์ที่ถูกต้อง สิ่งดีงามเหล่านี้จะเผยแพร่ ด้วยคุณภาพของมันเอง (เกษม จันทร์น้อย. 2532 : 45) การดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังกล่าว จะช่วยให้การบริหารงานของโรงเรียนเป็นไปด้วยความราบรื่น และเป็นเครื่องมือ ที่ช่วยประสานแนวความคิดความรู้สึกของทุกคน ให้ผสมกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ก่อให้ เกิดการผนึกกำลังผลักดันทางสังคม และเป็นแรงเสริมสร้างบรรยากาศทางสังคมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมบูรณ์ในด้านต่าง ๆ ต่อไป งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นส่วนเข้าไปช่วยเสริมงานบริหาร ของในทุกองค์การ และทุกหน่วยงานตลอดเวลา ฉะนั้นการจัดการที่ดีของการประชาสัมพันธ์จึง ต้องเริ่มจากผู้บริหารจนถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงาน (Handly J. Wrigh และ Byron H. 1949 : 3) เพราะเมื่อทุกคนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องจะได้แสดงออก ซึ่งพฤติกรรมที่ดี (Good behavior) เมื่อมีพฤติกรรมที่ดีต่อกันแล้วจะเกิดความสามัคคี ความราบรื่นในการปฏิบัติงานก็จะเกิดขึ้น การ ปฏิบัติงานที่ถูกต้องก็จะตามมาอันเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Changing) การทำงานอย่าง มีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) (วิจิตร อวาทกุล. 2522 :5) โดยบทบาทหน้าที่ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานทางการ

ศึกษาที่ช่วยจัดการศึกษาให้แก่รัฐ ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายสนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน ให้มีอิสระอนุญาตให้โรงเรียนเอกชนปรับค่าเล่าเรียนลอยตัว ผลจากแนวนโยบายดังกล่าวช่วยลดปัญหา "เงินกินเปล่า" ให้น้อยลง แต่ส่งผลพวงทำให้โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษามีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น (สัมพันธ์ ทองสมัคร. 2536 : 8) โรงเรียนเอกชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เร่งสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นในสถาบันให้เกิดขึ้นให้ได้ แต่จากประสบการณ์กว่า 10 ปี ของผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทพาณิชยกรรมแห่งหนึ่ง วิเคราะห์ได้ว่าโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม จะมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปอย่างไรทิศทาง ขาดการกำหนดนโยบายและรูปแบบที่ชัดเจน เป็นการดำเนินการชนิดที่เรียกว่า "ต่างคนต่างทำ" การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของแต่ละโรงเรียน ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารแต่ละคน ซึ่งทำให้การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม ขาดความต่อเนื่องไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ซึ่งอยู่ในความดูแลของผู้วิจัยเอง และเพื่อใช้เป็นข้อมูลนำเสนอต่อผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบ และเป็นการประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ 6 ด้าน ได้แก่ การจัดทำลงเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดการบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และด้านงบประมาณ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามตำแหน่ง และขนาดของสถานศึกษา

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีไว้จัดแปลงเนื้อของ... ผู้วิจัยได้นำผลจากการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารและครูอาจารย์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้านแตกต่างกัน

2. ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้านแตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะยึดกรอบแนวความคิดของอุทัย หิรัญโต (2520 : 20-21) เป็นแนวทางในการออกแบบการวิจัย ซึ่งได้ให้แนวทางในการจัดการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน 6 ประการ คือ

1. การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่
2. การจัดสำนักงาน
3. การจัดบริการ
4. การจัดกิจ
5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ
6. การจัดงบประมาณ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ตามกรอบแนวคิดของอุทัย หิรัญโต รวม 6 ด้าน ได้แก่ การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ และการจัดงบประมาณ ตามความเห็นของผู้บริหาร และครูอาจารย์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6 ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1.6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.6.1.1 ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 70 แห่ง ประกอบด้วย ผู้บริหาร 70 คน และครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 324 คน รวมประชากรทั้งสิ้น 464

1.6.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้บริหารแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เฉพาะผู้รับใบอนุญาตและผู้จัดการหรือครู/อาจารย์ใหญ่ แห่งละ 2 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 140 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) แห่งละ 3 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 210 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 คน

1.6.2 ตัวแปรที่จะศึกษา

การศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้คือ

1.6.2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

1. ตำแหน่ง

- ผู้บริหาร
- ครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

2. ขนาดของสถานศึกษา

- ใหญ่ มีนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ 1500 คน ขึ้นไป
- เล็ก มีนักเรียนนักศึกษา ต่ำกว่า 1500 คน ลงมา

1.6.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์

โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้านการจัดงบประมาณ

1.6.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นิยามศัพท์ ดังนี้

1. การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การวางแผนและการดำเนินการต่าง ๆ ในด้านต่อไปนี้

1.1 การจัดกำลังเจ้าหน้าที่ จะประกอบไปด้วย การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การคัดเลือก การฝึกอบรม การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวและประสานงานกับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

1.2 การจัดสำนักงาน เป็นเรื่องของการจัดให้มีหน่วยและสถานที่ติดต่อสอบถาม ระบบการติดต่อสื่อสารภายใน โครงสร้างการบริหารการประชาสัมพันธ์ นโยบายและแผนงานการประชาสัมพันธ์

1.3 การจัดบริการ เป็นเรื่องของการจัดบริการต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน เพื่อให้ความสะดวก และประทับใจแก่ผู้มาติดต่อ เช่น เอกสารอ้างอิงต่าง ๆ สถิติข้อมูลทุกชนิดของ องค์การ แผนงานหรือโครงการ ผลงานที่กำลังทำหรือทำเสร็จแล้ว การเผยแพร่ข่าวสาร แผ่นปลิว แผ่นภาพต่าง ๆ และควรจะได้มีห้องล้างอัด ขยายภาพของหน่วยงานเอง นอกจากนี้ ควรจะมีการ ติดตั้งโทรศัพท์ เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การอย่างเพียงพออีกด้วย

1.4 การจัดกิจกรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดงานพบปะสังสรรค์ การจัดรายการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ในด้านต่าง ๆ ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การจัดทำวารสาร จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ ป้ายประกาศ นิทรรศการ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5 การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการจัดหา และพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในงานการประชาสัมพันธ์ เช่น กล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป ฟิล์ม เทปบันทึกเสียง โทรทัศน์ พิมพ์ดีด เครื่องฉายสไลด์ แผ่นผัง แผนภูมิ แผนที่ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา ตลอดจนรถยนต์

1.6 การจัดงบประมาณ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดทำแผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ การตั้งงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ การหาแหล่งเงินสนับสนุน

2. โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม หมายถึง สถานศึกษาหรือสถานที่ที่บุคคลจัดการให้การศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าชั้นปริญญาตรีแก่นักเรียน ทุกผลัดรวมกันเกินเจ็ดคนขึ้นไปตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการประเภทวิชาพาณิชยกรรม

3. ผู้บริหาร หมายถึง ผู้ได้รับใบอนุญาต ผู้จัดการและ/หรือครูใหญ่โรงเรียน ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525

4. ครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติหน้าที่งานการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ครูหรือ อาจารย์ ซึ่งผู้จัดการหรือครูใหญ่มอบหมายให้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

5. ครู/อาจารย์โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน หมายถึง ผู้ที่ได้รับการบรรจุ แต่งตั้งให้เป็นครูผู้สอนในสถานศึกษาเอกชนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525

6. ผู้รับใบอนุญาต หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน

7. ขนาดของสถานศึกษา หมายถึง การจัดกลุ่มโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สถานศึกษาขนาดใหญ่ (มีนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ 1500 คน ขึ้นไป) และสถานศึกษาขนาดเล็ก (มีนักเรียนนักศึกษาต่ำกว่า 1500 คนลงมา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. สภาพการจัดการศึกษาเอกชน ประเภทวิชาพาณิชยกรรม
2. การจัดการ
3. การประชาสัมพันธ์
4. การจัดการประชาสัมพันธ์
 - 3.1 การจัดทำล้งเจ้าหน้าที่
 - 3.2 การจัดล้งนั้กงาน
 - 3.3 การจัดบริการ
 - 3.4 การจัดกิจกรรม
 - 3.5 การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ
 - 3.6 งบประมาณ

2.1 สภาพการจัดการศึกษาเอกชน ประเภทวิชาพาณิชยกรรม

2.1.1 ประวัติการศึกษาเอกชน

การอาชีวศึกษา มีประวัติความเป็นมายาวนานจนกล่าวได้ว่า เกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการกำเนิดของมนุษยชาติ ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์ทุกคนเมื่อเกิดมาจำเป็นต้องรู้จักการเรียนรู้ การประกอบอาชีพเพื่อดำรงชีวิต ดังนั้นในระยะแรก ๆ การอาชีวศึกษาจึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการแสวงหาหรือการสะสมปัจจัยสี่ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร ที่อยู่ อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค โดยเฉพาะอาหารเป็นสิ่งจำเป็นที่สุด มนุษย์จึงต้องรู้จักการผลิตอาหารก่อน เมื่อผลิตอาหารเพียงพอและมากเกินไปการใช้บริโภค ก็สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยอื่น ๆ กาลเวลาผ่านไป มนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มมากขึ้นเกิดเป็นสังคม จึงเกิดการแลกเปลี่ยนและการเรียนรู้การอาชีพ และได้พัฒนาเป็นลำดับจนกลายเป็นกระบวนการทางอาชีวศึกษา ดังปรากฏตามหลักฐานในคัมภีร์ชาวยิวโบราณในศาสนิกชนยึดถือปฏิบัติว่า "As it is your dad to teach your son the low, teach him the trade." (อ้างในปริชา ทัพพะกุล ณ อยุธยา และวีรพจน์ เวชประสิทธิ์. มปพ. : 1) ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อของมนุษย์ที่มี

ต่อการศึกษา และสืบทอดเจตนารมณ์ของการอาชีพ จนกระทั่งทำให้เกิดการเรียนรู้การอาชีพ
 อย่างเป็นระบบจนถึงปัจจุบันนี้

ปี พ.ศ. 2441 ประเทศไทยเริ่มมีการจัดการอาชีวศึกษาในระบบโรงเรียนอย่างจริงจังใน
 สมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มมีพระราชดำริให้จัดการศึกษาวิชา
 หัตถกรรม กสิกรรม และการเรือน มีการจัดตั้งโรงเรียนฝึกอาชีพที่เรียกว่า ศิลปศาสตร์ศึกษา
 สถาน หรือ Industrial School เปิดทำการสอน 3 วิชาคือ หัตถกรรม กสิกรรม และคหกรรม เพื่อ
 ฝึกหัดคนให้เกิดความชำนาญ จัดการขายสิ่งของที่นักเรียนผลิต และจัดทำบัญชีนักเรียน เพื่อ
 เป็นศูนย์กลางสำหรับจัดหางาน รับจ้าง หรือค้าขาย ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นการเริ่มต้นการจัดการ
 อาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม และต่อมาได้มีการจัดการศึกษากว้างขวางขึ้นเป็นลำดับ

ปีพ.ศ. 2454 จัดตั้งโรงเรียนพาณิชย์การวัดมหาพฤฒารามที่วัดตะเคียน(วัดมหาพฤฒาราม)
 เป็นโรงเรียนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรมแห่งแรกของประเทศไทย เปิดสอนวิชาค้าขาย
 วิชาลูกคิด และวิชาบัญชี และในปีเดียวกันนี้ ยังได้จัดตั้งโรงเรียนหัตถกรรมราชบูรณะ เพื่อทำการ
 ฝึกหัดครูสำหรับสอนวิชาพาณิชยกรรม ศิลปกรรม หัตถกรรม และเกษตรกรรม อีกด้วย

ปี พ.ศ. 2493 จัดตั้งโรงเรียนกรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม ที่ถนน
 ไชยพระนคร โดยมีนายเล็ก บูรณสมบัติ เป็นผู้รับใบอนุญาต เปิดสอนวิชาการบัญชี โดยได้รับ
 อนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการให้ใช้หลักสูตรของโรงเรียนเอง ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่ถนนเพชรบุรี
 กรุงเทพมหานคร และขออนุญาตเปิดหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดำเนินการจนถึงปัจจุบัน
 และได้มีโรงเรียนประเภทวิชาพาณิชยกรรมตั้งขึ้นอีกหลายโรงเรียน

หลังจากที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตร พ.ศ. 2503 ซึ่งเป็นหลักสูตรที่
 กำหนดให้นักเรียนที่จบแต่ละชั้นประโยค สามารถออกไปประกอบอาชีพได้ตามอัธยาศัย ปริมาณ
 ความต้องการทางการศึกษาก็ขยายตัวเพิ่มขึ้น ในภาครัฐและเอกชนก็มีส่วนร่วมเข้ามารับผิดชอบ
 จัดการอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ในปีการศึกษา 2541 มีโรงเรียนเอกชน
 อาชีวศึกษา ที่เปิดสอนหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ
 ทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 226 โรง เป็นโรงเรียนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 70 แห่ง (กอง
 นโยบายและแผน. 2541 : 3)

2.1.2 ประเภทของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา

ประเภทของโรงเรียนเอกชนที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุน

จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ซึ่งจัดการศึกษาระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรีแบ่ง
 เป็น 3 ประเภทคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะผิดใจทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ประเภทจัดการศึกษาในระบบ ได้แก่ โรงเรียนสายสามัญ เช่น โรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา และโรงเรียนอาชีวศึกษา ที่เปิดสอนหลักสูตร ปวช. ปวส. และ ปวท.
2. ประเภทจัดการศึกษานอกระบบ ได้แก่ โรงเรียนเฉพาะกาล โรงเรียนสอนคำสอน โรงเรียนกวดวิชา และโรงเรียนอาชีวศึกษาหลักสูตรระยะสั้น
3. ประเภทจัดการศึกษาพิเศษ เช่น โรงเรียนที่จัดการศึกษาให้แก่ผู้เรียนที่มีความผิดปกติทางร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และผู้ยากไร้ หรือผู้เสียโอกาสทางการศึกษาในลักษณะต่าง ๆ

จากโรงเรียนทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว มีโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาอยู่ 2 ประเภท คือ ประเภทที่หนึ่ง ซึ่งตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 เรียกว่า โรงเรียนเอกชน ตามมาตรา 15 (1) โรงเรียนประเภทนี้ให้หลักสูตรการเรียนการสอนของกระทรวงศึกษาธิการ หรือหลักสูตรที่กระทรวงศึกษาธิการอนุมัติจัดการศึกษาในระบบโรงเรียน มีกองโรงเรียนอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนทำหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุน ปัจจุบันโรงเรียนประเภทนี้เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ได้รับอนุญาตให้เปิดสอนทางสายอาชีพ 5 ประเภทวิชาคือ พาณิชยกรรม ช่างอุตสาหกรรม ศิลปหัตถกรรม เกษตรกรรม และคหกรรม แต่ในภาคเอกชนจะเปิดสอนมากที่สุดในประเภทวิชาที่หนึ่งถึงที่สามเท่านั้น

สำหรับโรงเรียนอาชีวศึกษาที่ปรากฏตามโรงเรียนประเภทที่สองคือ ประเภทจัดการศึกษานอกระบบตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 เรียกว่า โรงเรียนเอกชน ตามมาตรา 15 (2) โรงเรียนประเภทนี้ให้หลักสูตรของโรงเรียนเอง ส่วนมากจะเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นหรือมีกำหนดระยะเวลาตามหลักสูตร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพได้โดยตรง โดยเฉพาะอาชีพอิสระ สำหรับประเภทวิชาและสาขาวิชานั้นมีหลากหลาย ทั้งนี้ กองส่งเสริมการศึกษานอกระบบ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน มีหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุน จัดแบ่งสาขาวิชาออกเป็น 6 กลุ่มวิชาคือ

1. กลุ่มวิชาภาษา ได้แก่ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทย ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน และสาขาวิชาชิกร์
2. กลุ่มวิชาพาณิชยกรรม ได้แก่ สาขาวิชาพิมพ์ดีด คอมพิวเตอร์ การบัญชี พาณิชยศาสตร์ เลขานุการ ธุรกิจ มัคคุเทศก์ การนำเข้าและส่งออก การโรงแรม การขาย การบิน กฎหมาย และสาขาวิชาการธนาคาร

3. กลุ่มวิชาช่างอุตสาหกรรม ได้แก่ สาขาวิชาวิทยุ โทรทัศน์ สอนชั้นมัธยมศึกษา
ช่างยนต์ ช่างก่อสร้าง ช่างฝีมือ ช่างตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ ช่างไฟฟ้า ช่างซ่อมนาฬิกา
ช่างวิดีโอ ช่างกลึง ช่างเชื่อมโลหะ ช่างมอเตอร์ไซด์ และสาขาวิชาช่างแท่นพิมพ์

4. กลุ่มวิชาคหกรรม ได้แก่ สาขาวิชาช่างตัดเสื้อ ช่างเสริมสวย คหกรรมผสม
เครื่องดืม และสาขาวิชาแม่บ้าน

5. กลุ่มวิชาศิลปะ ได้แก่ สาขาวิชาศิลปะ ถ่ายรูป การฝีมือ วาดเขียน ศิลป
ป้องกันตัวและสาขาวิชาออกแบบตกแต่ง

6. กลุ่มวิชาอื่น ๆ ได้แก่ สาขาวิชาวิเคราะห์อัญมณี เกษตร วิทยาศาสตร์
วิทยาศาสตร์ หนังสือพิมพ์ และสาขาวิชาการศึกษาคความปลอดภัย

2.2 การจัดการ

ในทางทฤษฎีมีผู้ให้ความหมายคำว่า "การจัดการ" ไว้ต่าง ๆ ดังนี้

Massie (1964 : 4) กล่าวว่า "การจัดการเป็นกระบวนการที่กลุ่มบุคคลใช้เพื่อประสาน
กิจกรรมของบุคคลอื่น ๆ ที่กระทำการต่าง ๆ ให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้" และ Michael และ
คณะได้ให้ความหมายว่า การจัดการ คือ "การผสมผสานและการประสานทรัพยากรต่าง ๆ ให้
เกิดประโยชน์ในอันที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้"

นอกจากนี้ ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว ได้กล่าวถึงการจัดการ ดังนี้คือ

การจัดการเป็นกระบวนการที่จะจัดให้บุคคลกระทำการกิจกรรมต่าง ๆ
เพื่อให้ได้ ผลตามจุดมุ่งหมาย การจัดการเป็นการทำงานให้สำเร็จ
โดยอาศัยผู้อื่นลักษณะของการจัดการมีดังนี้

1. เป็นกระบวนการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น
2. มีจุดมุ่งหมายการใช้ทรัพยากร
3. มีคณะบุคคลร่วมมือร่วมใจกันดำเนินการ
4. เป็นกิจกรรมที่มีการวางแผน การจัดองค์การ การควบคุม การ
อำนวยความสะดวก
5. มีผู้จัดการที่มีความรู้ความสามารถ และผู้จัดการมักจะไม่ใช่หลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น 6. ต้องอาศัยทรัพยากรต่าง ๆ มาดำเนินการ เช่น บุคคล เงิน วัสดุ การนำไปใช้
เทคโนโลยี (ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว. 2528 : 4)

และกิติมา ปรีดีติลล (2524 : 4) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่า หมายถึง "การจัดดำเนินงานทุกชนิดในหน่วยงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งเป็นการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ" สอดคล้องกับ ปราณี พรรณวิเชียร ที่สรุปความหมายของการจัดการคือ

การจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดๆที่จะเข้ามาจัดระเบียบหรือดำรงไว้ซึ่งสภาพภายในอันที่มีคน วัสดุ เป้าหมายของกลุ่มหรือของหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลมากที่สุด และยังได้กล่าวว่าการจัดการเป็นการผสมผสานทรัพยากรต่างๆ ที่คนมีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การได้ สำหรับทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ โดยตรง ได้แก่ คน เงิน วัสดุ และการจัดการ (ปราณี พรรณวิเชียร. 2528 : 14)

พยอม วงศ์สารศรี ได้ให้ความหมายว่า

1. การจัดการเป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์การ โดยการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน
2. การจัดการเป็นกระบวนการ (management as a process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ
 - 2.1 การวางแผน
 - 2.2 การจัดองค์การ
 - 2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน
 - 2.4 การสั่งการ
 - 2.5 การควบคุม
3. การจัดการ คือ กลุ่มของผู้จัดการ (Management as a group of Manager) ที่ทำหน้าที่บริหารหรือจัดการกิจการต่าง ๆ ในองค์การ เป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายขององค์การ และประสานงานให้สมาชิกในองค์การดำเนินการไปในทิศทางที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน (พยอม วงศ์สารศรี. 2528 : 27-29)

อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาความหมายการจัดการของนักจัดการหรือนักบริหารหลายท่าน ก็ให้ความหมายสอดคล้องกัน จึงพอสรุปได้ว่า การจัดการก็คือวิธีการทั้งหลายที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยยึดหลักการจัดการมาใช้ในการทำงาน เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพให้มากที่สุด

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักการจัดการได้มีทฤษฎีการจัดการที่นักจัดการได้กล่าวไว้ดังนี้คือ
 กิติมา ปรีดีติลล กกล่าวอ้างไว้ดังนี้

หลักการจัดการของ Taylor

1. แบ่งชอขงงานของแต่ละคนออกเป็นส่วนย่อย ๆ ศึกษาว่าการท้งานอ่อย่างไหน ในรูปแบบใดจึงจะสะดวกรวดเร็วและประหยัดที่สุด
2. เลือกคนงานโดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์
3. ให้การศึกษาอบรมวิธีการปฏิบัติงานแก่คนงาน และพัฒนาบุคคลตามงานที่ถนัด
4. จัดให้มีการประสานงานอย่างดีระหว่างคนงานกับฝ่ายจัดการ ให้เกิดความพึงพอใจกัน (กิติมา ปรีดีติลล. 2524 : 50)

สมพงษ์ เกษมสิน กล่าวอ้างไว้ดังนี้

หลักการจัดการของ Henry Fayol

1. แบ่งงานกันทำ (Division of Work)
2. การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ
3. การกำหนดสายการบังคับบัญชา
4. การมีเอกภาพในการบังคับบัญชา
5. การมีเอกภาพในการอำนวยการ
6. การมีวินัยในการทำงาน
7. หลักของการรวมอำนาจในการทำงาน
8. หลักของความมั่นคงในการทำงาน
9. หลักยึดถือประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว
10. ความมีระเบียบ
11. หลักของความเสมอภาค
12. หลักของการให้ประโยชน์ตอบแทน
13. ความคิดริเริ่ม
14. ความสามัคคี (สมพงษ์ เกษมสิน. 2523 : 40)

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว กล่าวอ้างไว้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น หลักการจัดการของ Frak B.Gilbreth ได้พยายามขจัดสิ่งที่เป็นความ
 สิ้นเปลืองและควมไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานให้หมดไป โดยนำ
 ประสบการณ์จากการศึกษาลักษณะการเคลื่อนไหวของร่างกายใน

ขณะทำงาน ตลอดจนการจัดวางเครื่องมือเครื่องใช้ให้อยู่ในตำแหน่งที่นำมาใช้ได้สะดวกและทันท่วงที ซึ่งจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ระวีง เนตรโพธิ์แก้ว, 2528 : 43)

Gulick และคณะ (1973 :13) กล่าวว่า "หลักการจัดการที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงานผลการปฏิบัติงาน และการจัดทำงานประมาณ"

นิพนธ์ ศศิธร ได้กล่าวถึงหลักการจัดการไว้ ดังนี้

1. การแบ่งแยกงานโดยคำนึงถึงความชำนาญเฉพาะด้าน
2. การกำหนดช่วงชั้นของอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน
3. มีกฎเกณฑ์และระเบียบแบบแผนที่เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานทุก ๆ คน
4. มีการติดต่อสั่งการเป็นลายลักษณ์อักษร (นิพนธ์ ศศิธร, 2523 : 50-51)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการจัดการเป็นกระบวนการในการทำงานให้สำเร็จด้วย การวางแผนการจัดองค์การ การจัดบุคคลเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงาน ผลการปฏิบัติงาน การจัดทำงานประมาณและการควบคุมโดยจัดให้มีการแบ่งงานกันทำ การกำหนดหน้าที่สายบังคับบัญชา เอกภาพการบังคับบัญชา และวินัยในการทำงาน ทั้งนี้ เพื่อขจัดความสิ้นเปลืองและความไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานให้หมดไป

2.3 การประชาสัมพันธ์

ภิญโญ สาร (2524 : 285) กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการ"

สะอาด ตันศุภผล ให้ความคิดเห็นว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันอันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีมีความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน (สะอาด ตันศุภผล, 2507 : 167)

ส่วน Scott ให้ความคิดเห็นอีกแนวหนึ่งว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และความคิดเห็นขององค์การไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การนั้น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ ความต้องการของประชาชนมาให้สถาบันได้ทราบเพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างจริงจัง ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และช่วยให้องค์การสามารถปรับปรุงงานขององค์การให้เป็นไปตามแนวความคิดของสังคมได้ (Scott M. Cutlip. 1971 : 2)

จะเห็นได้ว่า ความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ มุ่งถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และเป็นกระบวนการสัมพันธ์ 2 ทาง นอกจากนี้ยังควรจะได้มุ่งเน้นถึงการยอมรับความร่วมมือของกลุ่มบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์การด้วย นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังเกี่ยวพันกับทัศนคติและค่านิยมที่ดีของบุคคลที่มีต่อนโยบายและกระบวนการดำเนินการขององค์การ ดังที่ได้กล่าวไว้ใน Mass Communication Dictionary (1961 : 270) ว่า “การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่จะรณรงค์ทัศนคติที่ดีของประชาชนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่สาธารณะ และให้ยอมรับกระบวนการและนโยบายขององค์การ รวมทั้งการแสดงลักษณะขององค์การให้ประชาชนเข้าใจโดยผ่านทางสื่อมวลชนหรือบุคคลที่ได้เลือกสรรแล้ว”

วิจิตร อวาทกุล (2534 : 14) กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ของหน่วยใด ๆ ก็คือการสื่อสารความรู้สึกลงไปยังประชาชนเพื่อชักชวนให้ประชาชนร่วมมือ เห็นด้วยกับการดำเนินงานของสถาบัน หมายถึง ความรู้สึกที่ดีและประทับใจของประชาชน รวมทั้งการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนด้วย”

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการที่องค์การหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้กระทำขึ้นอย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีอันกว้างขวางไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ตลอดจนทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นมีการยอมรับในการะบวนการและนโยบายขององค์การด้วย โดยใช้การติดต่อสัมพันธ์ 2 ทาง (Two-way communication) อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์การหรือหน่วยงานนั้นให้สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประชาคมดีเป็นแนวบรรทัดฐาน

2.3.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษา ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะในรูปแบบใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เราต้องถือว่างานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารของฝ่ายจัดการ ดังที่ ชม ภูมิภาค ได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มี 2 ประการคือ

1. เพื่อสร้างความนิยม (Good will) ประกอบไปด้วยการเร่งเร้าเพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยมเลื่อมใสศรัทธาจากกลุ่มประชาชน ในนโยบาย ทำที วิธิการดำเนินงาน และผลงานทั้งหลายของสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น สร้างความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม
2. เพื่อรักษาชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Reputation) สถาบันจะต้องพิจารณาหาข้อบกพร่องของตนเอง เพื่อหาทางปรับปรุงแก้ไขสิ่งต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ประชาชน พยายามขจัดข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นและหาเสียงสนับสนุน หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประชามติและความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความจริงความรู้และข่าวสารที่ได้รับอย่างเต็มที่ (ชม ภูมิภาค. 2516 : 321)

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเสมือนกระจกเงาของสถาบันในการพิจารณาหาข้อบกพร่องต่าง ๆ แล้วหาทางปรับปรุงแก้ไข เพราะถ้ามีสิ่งใดที่ทำให้สถาบันเสื่อมเสียชื่อเสียงไปแล้วย่อมเป็นการยากที่จะนำชื่อเสียงนั้นกลับมาเป็นของสถาบันตามเดิม

สำหรับ วิจิตร อวระกุล ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์การ
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบเลื่อมใสในศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดคลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและตลอดเวลา
5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ้นส่วน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา
6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณะประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม
7. เพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจเชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน (วิจิตร อวระกุล. 2534 : 32)

ส่วนเมธี ปิรันธนานนท์ ได้สรุปถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนไว้ ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงงานของโรงเรียน
2. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในโรงเรียน
3. เพื่อการสนับสนุนต่อไปจากกรรมการสถานศึกษาที่เหมาะสม
4. เพื่อพัฒนาความรู้สึกในเรื่องประชาธิปไตยในระบบการศึกษา
5. เพื่อปรับปรุงสัมพันธ์ร่วมกัน ด้วยการนำเอาผู้ปกครองและครูมาทำงานร่วมกัน หรือร่วมมือกันเพื่อสนองความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ในด้านการศึกษาของเด็ก
6. เพื่อบูรณาการเอาบ้าน โรงเรียน และชุมชน รวมเข้าด้วยกัน เพื่อปรับปรุงในโอกาสต่าง ๆ
7. เพื่อประเมินผลงานที่โรงเรียนจัดโปรแกรมการศึกษาว่า ได้สนองความต้องการของเด็กและของชุมชนเพียงใด
8. เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ที่มีต่อจุดหมายและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน (เมธี ปิรันธนานนท์. 2535 : 26)

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น เพื่อให้ประชาชนผู้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก เกิดความเข้าใจอันดีในการปฏิบัติงานหน่วยงานซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนแก่หน่วยงานขึ้นได้ นอกจากนี้ยังเพื่อเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงผลงานความรู้ และบริการต่าง ๆ ของหน่วยงานต่อสาธารณชนอีกด้วยจากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว จึงเป็นเครื่องมือชี้แนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยยึดหลักการของการบอกกล่าวเผยแพร่ การป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด และการสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติเข้าช่วย

2.2.2 หลักการประชาสัมพันธ์ มีหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

2.2.2.1 การบอกกล่าวเผยแพร่ หรือการโฆษณาเผยแพร่ ครอบคลุมไปด้วย

- 1) กำหนดจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสาร
- 2) กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 3) วัสดุที่เหมาะสมเพื่อให้ข่าวสารถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- 4) จัดข่าวสารให้มีลักษณะเป็นกันเองกับกลุ่มผู้รับ ให้อยู่ในสภาวะที่ผู้รับจะรับรู้ และเข้าใจ
- 5) จัดข่าวสารและวิธีการบอกกล่าวให้น่าสนใจผู้รับได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2.2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

ความเข้าใจผิดโดยทั่วไปที่เกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ได้แก่ ความเข้าใจผิดในนโยบายขององค์การ เข้าใจผิดในความมุ่งหมาย วิธีดำเนินงาน และผลงานขององค์การ นอกจากนี้ยังมีความเข้าใจผิดด้านข้อเท็จจริง ด้านวิชาการความรู้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหาย ทำให้เกิดความไม่เชื่อถือ ไม่ไว้วางใจ ไม่เลื่อมใส หรือไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ทุกคน ขององค์การที่จะต้องสำรวจตรวจตราบทบาทและกระบวนการต่าง ๆ ขององค์การว่ากลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องนั้นมีความรู้สึกหรือมีทัศนคติในรูปใดต่อองค์การบ้าง แล้วหาทางป้องกันและแก้ไขโดยเร่งด่วน

การป้องกันความเข้าใจผิดนั้น ต้องใช้หลักการสังเกตพิจารณาสถานการณ์ขององค์การและสภาพแวดล้อม หากมีสิ่งใดเกิดขึ้น และส่อไปในทางที่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดหรือไม่เข้าใจแล้วก็รีบหาทางป้องกัน และแก้ไขทันที

การแก้ไขความเข้าใจผิด จะต้องพิจารณาสาเหตุให้แน่ชัดว่าเกิดขึ้นที่ตัวองค์การเองหรือที่ตัวประชาชนผู้เกี่ยวข้องแล้วแก้ความเข้าใจผิดเหล่านั้นโดยเร่งด่วน

การแก้ไขความเข้าใจผิดมีอยู่ 2 ทางคือ

- 1) การแก้ไขโดยทางตรง
- 2) การแก้ไขโดยทางอ้อม

การแก้ไขโดยทางตรง มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 1) เสนอข้อเท็จจริงอันถูกต้องให้กระจ่างชัด มีเหตุมีผล
- 2) การชี้แจงที่เป็นการแก้ตัวต้องหักล้างความเข้าใจผิดให้หมดไปโดยสิ้นเชิง
- 3) เสนอหลักการที่เชื่อถือได้ หรือให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นผู้ชี้แจง
- 4) แก้ตัวหรือชี้แจงไปยังกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดโดยตรง
- 5) ต้องเผยแพร่คำชี้แจงพร้อม ๆ กัน โดยสื่อทุกชนิด
- 6) ต้องเสนอคำชี้แจงอย่างรวดเร็วที่สุด และต้องรู้จักจังหวะ
- 7) ถ้าเป็นความลับที่เปิดเผยมิได้ ต้องปฏิเสธอย่างเด็ดเดี่ยว

การแก้ไขโดยทางอ้อม ได้แก่ การเผยแพร่ข้อเท็จจริง หรือเสนอความเห็นอันเป็นหลักวิชา โดยไม่จำเป็นต้องกล่าวหาความถึงเรื่องที่เข้าใจผิดโดยตรง เช่น การเผยแพร่ในรูปของบทความ การให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ ซึ่งการที่ข้อเท็จจริงได้เผยแพร่ออกไปจะช่วยลบล้างความเข้าใจผิดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2.3 การสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติ

ประชามติ คือ ทำที่ ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อนโยบาย วิธีการตลอดจน ผลงานของสถาบัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นกระจกเงาของสถาบัน จึงต้อง มีการสำรวจกระแสประชามติเป็นหลักการสำคัญประกอบอยู่ด้วย

การสำรวจกระแสประชามติกระทำได้ 2 ทาง คือ

- 1) การสำรวจทางตรง เป็นการสำรวจตรวจสอบไปยังกลุ่มประชาชนโดยตรง โดยการป้อนคำถามเป็นแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชาชน ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การสุ่มตัวอย่างในกรณีที่กลุ่มประชามติขนาดใหญ่มากหรือการให้ทุกคนได้ตอบคำถามในกรณีที่กลุ่มประชาชนมีขนาดเล็ก เป็นต้น
- 2) การสำรวจทางอ้อม เป็นการสำรวจกระแสประชามติด้วยการสังเกตปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่กลุ่มประชาชนแสดงออก เช่น การตรวจข่าวจากสิ่งพิมพ์สื่อมวลชน การสำรวจสถิติเอกสารการวิจัยการออกไปพบปะเยี่ยมเยียนและอื่น ๆ การสำรวจด้วยวิธีนี้เป็นการสำรวจที่ไม่ต้องการผลรายละเอียดมากนัก หรือใช้ในกรณีที่ไม่สามารถสำรวจโดยตรงได้

2.4 การจัดการประชาสัมพันธ์

หลักการจัดการประชาสัมพันธ์ที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ได้ยึดหลักการจัดการประชาสัมพันธ์ ของ อูห์ย หิรัญโต ได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ ซึ่งประกอบด้วย หลักการจัดการประชาสัมพันธ์ 6 ประการคือ

2.4.1 การจัดกำลังเจ้าหน้าที่ จะประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่ทุกคนที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยตรงจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์และ
2. ผู้ร่วมงาน

ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ (Public Relations Director) ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- 1) มีความรู้ความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

2) มีความเข้าใจในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ที่จะมีผลต่อสถาบัน

3) มีมนุษยสัมพันธ์ดีสามารถปรับตัวให้เข้ากับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้

4) เข้าใจสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ผ่านการยินยอมจากทางต้นสังกัดถือว่าผิด

- 5) มีทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อและสามารถผลิตรายการเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชนเช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุได้
 - 6) มีความสามารถในการบริหารงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 7) มีความรอบรู้และมีระดับความรู้พื้นฐานสูง
- ผู้ร่วมงาน (Staff) ควรจะเป็นบุคคลที่มีความสามารถเฉพาะตรงกับส่วนประกอบย่อยของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่จะต้องปฏิบัติ มีความรับผิดชอบและมีคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์อย่างครบถ้วนซึ่งถ้าจะพิจารณาแบ่งตามหน้าที่แล้วจะแบ่งได้ 4 พวกคือ

- 1) เจ้าหน้าที่บริการ ได้แก่ช่างภาพ ช่างศิลปะ ช่างอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะคอยให้บริการด้านถ่ายรูปลูกแบบเขียนภาพ ฉายภาพยนตร์ สไลด์ ติดตั้งควบคุมเครื่องขยายเสียง เป็นต้น
- 2) เจ้าหน้าที่รวบรวมข่าวสาร ได้แก่ บรรณารักษ์ นักค้นคว้าวิจัย เจ้าหน้าที่ตรวจตัดข่าวหนังสือพิมพ์ และรวบรวมภาพถ่ายไว้เพื่ออ้างอิง และใช้ประกอบการเขียนข่าว
- 3) เจ้าหน้าที่ด้านโฆษณาเผยแพร่ ได้แก่ผู้เรียบเรียงเอกสาร ซึ่งทำหน้าที่เขียนข่าวบทความสารคดีเพื่อโฆษณาเผยแพร่ไปลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสารตลอดจนวารสารต่าง ๆ รวมทั้งออกอากาศวิทยุโทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ปาฐกถาที่ออกไปกับรถข่าวสารเคลื่อนที่ ผู้ต้อนรับและบรรยายสรุปเวลามีแขกมาเยี่ยมชมหน่วยงาน ฯลฯ
- 4) เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ได้แก่ ผู้ที่ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานดำเนินไปตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.2 การจัดสำนักงาน มีหลักทั่วไปที่พึงยึดถือคือ

1. การตั้งโต๊ะทำงานต้องเป็นไปตามสายงานตามลำดับไม่ย้อนไปย้อนมา
2. โต๊ะทำงานควรหันหน้าไปทางเดียวกันและหันเข้าหาผู้มาติดต่อ โดยให้

เจ้าหน้าที่ชั้นผู้น้อยนั่งแถวหน้า หัวหน้างานอยู่แถวหลัง

3. งานที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันใช้เครื่องมืออุปกรณ์ด้วยกันให้อยู่ใกล้ ๆ กัน
4. งานที่ส่งเสียงดังควรให้อยู่ห่างจากงานที่ต้องใช้ความคิด
5. ห้องทำงานต้องมีแสงสว่างเพียงพอมีอากาศถ่ายเทได้ดี

6. ควรทำเคาน์เตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่บริการผู้มาติดต่องาน เพื่อความสะดวกและสวยงาม
7. งานที่มีประชาชนมาติดต่อเป็นประจำควรให้อยู่ใกล้ทางเข้าออก และมีสถานที่เพียงพอ
8. การตั้งตู้เก็บเอกสาร จะต้องไม่เกะกะ และสะดวกในการปิดเปิด
9. โต๊ะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หรือ "ติดต่อสอบถาม" ควรอยู่ในที่เห็นได้เด่นชัดเป็นด่านแรกสำหรับผู้มาติดต่อ

2.4.3. การจัดบริการ เป็นเรื่องของการจัดบริการต่าง ๆ ภายในหน่วยงานเพื่อให้ความสะดวกและประทับใจแก่ผู้มาติดต่อ เช่น เอกสารอ้างอิงต่าง ๆ สถิติข้อมูลทุกชนิดขององค์การแผนงานหรือโครงการผลงานที่กำลังทำหรือทำเสร็จแล้ว การเผยแพร่ข่าวสาร แผ่นปลิว แผ่นภาพต่าง ๆ และควรจะได้มีห้องล้างอัดขยายภาพของหน่วยงานเอง นอกจากนี้ควรจะมีการติดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆทั้งภายในและภายนอกองค์การอย่างเพียงพออีกด้วย

2.4.4. การจัดกิจกรรม การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทุกองค์การควรมีแนวทางปฏิบัติอย่างกว้าง ๆ 2 ประการคือ

1. การกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงาน
2. การรับฟังความคิดเห็นต่อนโยบายและแนวปฏิบัติการของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสถาบัน

มีต่อสถาบัน

Edward กล่าวสนับสนุนในเรื่องนี้ว่า กิจกรรมเบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์มีอยู่ 3 ประการคือ

1. ค้นหาว่าประชาชนคิดอย่างไรกับท่าน
2. มีการตรึกตรอง วางแผนเพื่อปรับปรุงหรือคงไว้ซึ่งชื่อเสียงของท่าน
3. ใช้ศิลปะและทักษะหลาย ๆ อย่างในการติดต่อสื่อสารเพื่อมีอิทธิพลต่อประชามติในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน (Edward Starr. 1698 : 2)

และอัปชวศรี พลอดเปลี่ยว ยังได้แบ่งกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน ถือเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตร เสริมพัฒนาการของเด็ก เป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองและประชาชน ดังนั้น บทบาทของกิจกรรมนักเรียนจึงอาจเป็นสื่อที่ดีในการที่จะประชาสัมพันธ์งานของโรงเรียน และโรงเรียนสามารถใช้งานที่

เกี่ยวกับนักเรียนเป็นเครื่องติดต่อประชาสัมพันธ์กับประชาชนซึ่งมีหลายทาง เช่น

- ชาวเกี่ยวกับการเรียนดีของนักเรียนจนมีชื่อเสียงในการแข่งขันทางวิชาการดีเด่นของนักเรียนช่วยประชาสัมพันธ์ได้มาก
- ชาวการเล่นกีฬาเก่งมีความสุภาพในการเล่นและการเชียร์ก็ช่วยประชาสัมพันธ์ได้เช่นเดียวกัน
- วงดนตรีของโรงเรียน วารสารซึ่งนักเรียนช่วยกันจัดทำออกไปถึงมือประชาชน กิจกรรมสโมสรหรือชุมชนหรือกลุ่มต่างๆ ของนักเรียนล้วนช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่โรงเรียนทั้งสิ้น

นอกจากนี้สิ่งที่โรงเรียนน่าจะพิจารณาจัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนและเป็นการให้การศึกษาและให้ประสบการณ์พิเศษ แก่ นักเรียนไปในตัวคือ

1. การแข่งขันและการประกวด (Contests) การแข่งขันกีฬาและกรีฑาเป็นกิจกรรมที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมที่สุด นอกจากนี้มีการโต้้วาทิการอภิปรายการประกวดกิจกรรมเกี่ยวกับการคหกรรม เศรษฐศาสตร์ (Home-economics) การประกวดทางศิลปะและการแสดงงานฝีมือต่าง ๆ ของนักเรียนถ้าสิ่งเหล่านี้มีการโฆษณาดีประชาชนก็คงมาร่วมสนุกด้วยเป็นจำนวนมาก
2. การแสดงละครและดนตรี (Entertainment) เป็นการแสดงที่ประชาชนสนใจ ขณะเดียวกันเป็นการฝึกหัดให้นักเรียนรู้จักใช้ภาษาที่ถูกต้อง ฝึกหัดให้กล้าแสดงต่อหน้าประชาชนจำนวนมาก ๆ และฝึกความเป็นผู้นำไปในตัว ฝึกการกำกับแสง สี เสียง และการตกแต่งเวทีโดยนักเรียนเอง เปิดโอกาสให้รู้จักประยุกต์ความรู้ทางวิชาวิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรม และศิลปะ
3. งานสังคม (Social affairs) การจัดงานเลี้ยงอาหารที่โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ โดยเชิญผู้ปกครองและแขกผู้มีเกียรติมาร่วมด้วยการจัดรับและพอรำประกอบงาน นอกจากเป็นการหารายได้บำรุงโรงเรียนและประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนแล้วยังเป็นการฝึกหัดนักเรียนให้รู้จักเข้าสังคมและจัดงานสังคมเป็นด้วย
4. การออกวารสารของนักเรียน (Student publications) เป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมเพราะ นอกจากเปิดโอกาสให้นักเรียนหัดเขียนและรู้จักแสดงความคิดเห็นอย่างสุภาพและเหมาะสม ยังช่วยส่งเสริมชื่อเสียงของโรงเรียนช่วยประชาสัมพันธ์ได้มาก อย่างไรก็ตามทางโรงเรียนควรระวังข้อความและการดำเนินการมิให้ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมและวัฒนธรรม ระวังอย่าให้วารสารซึ่งเป็นเครื่องมือส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ กลายเป็นสนามประลองคารมและเผยแพร่

ความไม่ตีต่าง ๆ วารสารมีประโยชน์แต่ก็มีโทษมากเหมือนกัน ผู้บริหารที่ดีควรใจกว้างพอที่จะสนับสนุนและมีความสามารถพอที่จะดูแล บริหารให้กิจการอยู่ภายในขอบเขตที่ตั้งาม นอกจากวารสารรายคาบแล้ว อาจจะมีหนังสืออนุสรณ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิดโรงเรียน วันรับประกาศนียบัตร และอนุสรณ์ประจำปี ซึ่งควรส่งเสริมเช่นเดียวกัน ยังมีหนังสืออีกประเภทหนึ่งที่ไม่จัดเป็นวารสารหรือหนังสืออนุสรณ์คือ หนังสือคู่มือนักเรียนซึ่งจัดทำขึ้นโดยคณะครู และนักเรียนร่วมกันทำ เพื่อแนะนำโรงเรียน แนะนำครูใหญ่ ครูผู้ดูแลภาระโรงเรียน คณะกรรมการนักเรียนและชี้แจงปรัชญาของโรงเรียน ตลอดจนระเบียบ ข้อบังคับและคำแนะนำที่จะเป็นประโยชน์กับนักเรียน ครู ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไป ในด้านโรงเรียนอาจจัดทำวารสารของโรงเรียนอย่างเป็นทางการ อาจจัดทำคู่มือครู คู่มือผู้ปกครอง คู่มืองานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ตลอดจนระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนได้รู้จักโรงเรียนด้วยก็ได้ หรือจะทำเป็นวารสารเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองขึ้นก็มีประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างบ้านกับ โรงเรียน

5. สโมสรหรือชุมนุมต่าง ๆ ของนักเรียน (Clubs and Societies) โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้นักเรียนจัดตั้งชุมนุมต่าง ๆ เช่น ชุมนุมยวพุทธ ชุมนุมภาษาไทย ชุมนุมดนตรี ชุมนุมการบริหาร ชุมนุมวัฒนธรรมไทย สโมสรเพื่อการศึกษา วรรณคดีสโมสร หรือ สโมสรอย่างอื่น เพื่อให้นักเรียนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยจัดครูประจำชุมนุมต่าง ๆ ในฐานะที่ปรึกษาชุมนุมละ 1 คน และโรงเรียนให้ความช่วยเหลือและความสะดวกตามสมควร

6. สภานักเรียน (Student Council) ควรให้นักเรียนจัดตั้งสภานักเรียนเพื่อให้มีส่วนปกครองกัน (Student Government) ตามวิธีการแบบประชาธิปไตย อาจขอให้ครูบางคนมาร่วมด้วยในฐานะที่ปรึกษาก็ได้ หากการดำเนินงานเรียบร้อย สภานี้จะช่วยแก้ปัญหาเด็กเกเร และการชุมนุมที่ไม่สมควรได้มาก ทำให้โรงเรียนไม่เสื่อมเสียชื่อเสียงเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

7. การประชุมนักเรียน (Assembly Programs) โรงเรียนควรมีการประชุมฝึกรบและให้ความรู้แก่นักเรียนเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละครั้ง แต่ไม่ควรให้เป็นการประชุมเพื่อแจ้งข้อราชการควรให้เป็นการประชุมอบรมจรรยาบรรณ วัฒนธรรมและป้าฐกถาให้ความรู้พิเศษ โรงเรียนอาจเชิญครูที่เป็นนักพูดผลัดเปลี่ยนกันมาพูดในเรื่องต่าง ๆ บ้าง เล่าเรื่องวรรณคดีไทยให้นักเรียนฟังบ้าง อาจ

เชิญผู้ปกครองนักเรียนบางคนมาบรรยายให้ความรู้บ้างสุดแล้วแต่โอกาสและความเหมาะสม ในโอกาสเช่นนี้ควรให้นักเรียนมีโอกาสซักถามข้อข้องใจต่าง ๆ ได้ด้วย โดยครูใหญ่และครูที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ตอบชี้แจง

8. การทัศนอาจร (Sightseeing Tours) เป็นสิ่งที่โรงเรียนควรจัดให้นักเรียนเป็นครั้งคราวอย่างน้อยปีละครั้ง การได้เดินทางไปเปิดหูเปิดตา ทำให้นักเรียนมีประสบการณ์กว้างและมีโอกาสสังคมกับเพื่อนนักเรียนและคณะครูอย่างเป็นกันเองในระหว่างเดินทาง นอกจากนี้ประชาชนต่างท้องถิ่นก็มีโอกาสรู้จักโรงเรียน

9. พิธีรับประกาศนียบัตร (Commencement Programs) เป็นความจำเป็นที่โรงเรียนควรจัดทำเป็นประจำทุกต้นปีการศึกษา เพื่อแจกรางวัลเรียนดี รางวัลความสามารถพิเศษ และประกาศนียบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาปีสุดท้ายของโรงเรียนเป็นการให้เกียรติคนดี เป็นการพบปะผู้ปกครอง และแขกผู้มีเกียรติที่รับเชิญให้มาร่วมงาน ตอนค่ำอาจมีงานรื่นเริงประกอบด้วยพอสมควรก็ได้ ในการนี้ควรให้นักเรียนร่วมจัดงานด้วย ควรมีปาฐกถาพิเศษจากคนเด่นในรอบปี ซึ่งอาจเป็นศิษย์เก่าผู้มีชื่อเสียง เพื่อกระตุ้น (Motivation) นักเรียนปัจจุบันให้พยายามสร้างชื่อเสียงให้โรงเรียนไปในตัว

กิจกรรมทั้ง 9 ประการดังกล่าวแล้ว ไม่ควรเป็นกิจกรรมเพื่อบิบบังคับหรือขอเงินมาบำรุงโรงเรียน แต่มุ่งในด้านประชาสัมพันธ์จึงจะได้ผล การจัดกิจกรรมใด ๆ โดยมุ่งหาเงินบำรุงโรงเรียนเพียงอย่างเดียวจะทำให้คนขาดและเกลียดโรงเรียนมากกว่าจะรักโรงเรียน

2. สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน สื่อประเภทสิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน แบ่งตามลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) แผ่นปลิว (leaflets) หรือที่เรียกกันว่าใบปลิว มีลักษณะเป็นเอกสารแผ่นเดียวอาจมีขนาดแตกต่างกัน ตั้งแต่แผ่นยาว ครึ่งแผ่น หรือแผ่นเล็ก ไม่พับ บางครั้งก็เรียกว่า แผ่นประกาศ การทำแผ่นปลิวต้องใช้เทคนิคพิเศษเพื่อจูงใจให้ผู้รับสนใจที่จะอ่านและเมื่ออ่านแล้วบังเกิดความรู้ ความเข้าใจคล้อยตาม

2) แผ่นพับ (folders) หรือแผ่นปลิวพับ มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิวเป็นเอกสารแผ่นเดียวแต่พับให้เป็นรูปต่าง ๆ อาจพับสองพับสาม พับสี่ ออกแบบ จัดหน้าให้ดึงดูดความสนใจมักไม่เย็บกลางเล่มบางทีก็เรียกว่าแผ่นปลิวพับ

3) หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ๆ (pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายกับแผ่นพับ (folders) มีหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักมีจำนวนหน้าไม่เกิน 10 หน้าเป็นหนังสือเล่มเล็กบาง ๆ และมักจะเย็บกลางเล่ม

4) เอกสารแนะนำประกอบ (brochures) เป็นหนังสืออีกเล่มหนึ่ง คล้าย (Pamphlets) แต่มีลักษณะของการอธิบายรายละเอียด เป็นคู่มือของสิ่งของ วิธีการหรือเรื่องราวกับโรงเรียนกิจกรรมต่าง ๆ มากกว่าการแนะนำอาชีพ

5) หนังสือเวียน (Circular letters) เป็นจดหมายเหตุจากต้นตอข่าวเพื่อแจ้งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องโดยใช้พิมพ์แผ่นเดียวเป็นการประหยัดแล้วเวียนกันอ่านหรือรับทราบ แต่ปัจจุบันการพิมพ์สะดวกก็มักพิมพ์จดหมายเวียนนี้แจก จึงมีลักษณะเป็นแผ่นปลิวไป

6) จดหมายติดต่อก (Correspondence) เป็นหนังสือหรือจดหมายโต้ตอบ ติดต่อบอกถาม ฯลฯ หรือเป็นจดหมายถึงพนักงาน คนงาน หุ้นส่วน ผู้ร่วมงาน

7) หนังสือพิมพ์กำแพง (Wall street journal wall newspaper) มักจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่ เขียนข่าวที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เขียนตัวหนังสือที่มีขนาดสูงตั้งแต่ 2 นิ้วฟุตขึ้นไป มีข่าวประกาศอะไร ก็นำมาเขียนให้คนยืนอ่านมีพาดหัวข่าวคล้ายกับหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่

8) บทความสารคดี (Features) เป็นเอกสารที่ไม่อยู่ในรูปข่าว และก็ไม่เป็นเรื่องทางวิชาการ แต่อาจเป็นเบื้องหลังข่าวหรือบทความที่เขียนให้อ่านง่ายและสนุก

9) เอกสารเผยแพร่ (Bulletin) หมายถึง หนังสือของโรงเรียนที่พิมพ์ออกเผยแพร่งเกี่ยวกับเรื่องราวกิจการทั่ว ๆ ไป ของโรงเรียนหรือเรื่องอื่น ๆ ทั่วไป

10) หนังสือต่าง ๆ (Books) เป็นเอกสารที่จัดทำเป็นเล่มหนังสือทั่ว ๆ ไป เพื่อรายงานกิจการความก้าวหน้าโรงเรียนหรืออื่น ๆ

11) หนังสือเล่มเล็กหรือจุลสาร (Booklets) เป็นแบบลักษณะของหนังสือที่ทำให้มีขนาดเล็กหนาประมาณ 2-20 หน้า เพื่อสะดวกในการถือหรือค้น หรือเพื่อให้ดึงดูดความสนใจแปลก ฯลฯ

12) แผ่นโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อ ๆ เป็นการกระตุ้นให้คนสนใจเตือนความทรงจำให้เข้าประชุมหรือไปร่วมรายการต่าง ๆ ไม่นิยมเขียนรายละเอียดมากควรมีลักษณะเมื่อคนเพียงผ่านไปก็สามารถอ่านเข้าใจข้อความทั้งหมด อาจทำด้วยกระดาษไม้อัดหรือผ้า ตามลักษณะที่ต้องการ

13) หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ (Newspaper supplement) เป็นวิธีการที่โรงเรียนจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 13) หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ (Newspaper supplement) เป็นวิธีการที่โรงเรียนจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก

3. การใช้สื่อเกี่ยวกับ โสตทัศนอุปกรณ์ สื่อประเภทภาพและเสียง เป็นการใช้สื่อสารเกี่ยวกับโสตทัศนอุปกรณ์ ได้แก่

1) วิทยุกระจายเสียง (Radio) เป็นอุปกรณ์การประชาสัมพันธ์ ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะรับฟังได้ทุกหนทุกแห่ง ระยะเวลาไม่ เป็นอุปสรรคในการกระจายเสียง นอกจากนี้ยังมีชีวิตชีวมากกว่า อ่านหนังสือ และส่งข่าวสารได้ทุกชนิด

2) โทรทัศน์ (Television) ในปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญยิ่งในการหันเหความคิดและพฤติกรรมของคน นับเป็น คู่แข่งที่สำคัญของวิทยุ เพราะนอกจากจะมีเสียงแล้วยังมีภาพ เหมือนจริงทั้งสีและขาวดำด้วย

3) ภาพถ่ายกิจกรรม (Press illustrations) ภาพทุกชนิดเป็น สื่อประชาสัมพันธ์ได้ดี เพราะภาพสามารถดึงดูดสายตา และให้ ความประทับใจมากกว่าหนังสือ ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น ภาพนิ่ง ภาพโปสเตอร์ ภาพล้อ เป็นต้น ส่วนใหญ่ในการเผยแพร่ความคิดเห็นหรือนโยบายมักใช้ภาพประกอบคำอธิบายมากกว่าเป็นแต่เพียง ตัวหนังสืออย่างเดียว

4) ภาพยนตร์ (Film) เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งอีกชนิดหนึ่งที่ทำให้ทั้งความ รู้และความบันเทิงไปในตัวเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาจใช้ภาพ ยนตร์เผยแพร่ความคิดเห็น หรือกิจกรรมที่ต้องการเผยแพร่ได้ เกือบทุกอย่าง

5) กระจกฉายและภาพยนตร์ตัด (slide and film strips) มีลักษณะ คล้ายภาพยนตร์แต่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากนัก แต่จะต้องมีผู้ อธิบายประกอบนำมาใช้ประกอบการแสดงปาฐกถาได้เป็นอย่างดี แต่ถ้านานเกินไปผู้ดูอาจเบื่อได้เพราะเป็นภาพนิ่งที่ไม่มีชีวิตชีวม ากนัก

นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ทางโสตทัศนอื่น ๆ อีกหลายอย่าง เช่น เครื่องบันทึกเสียง เครื่องฉายข้ามศีรษะ แผ่นเสียง เป็นต้น ซึ่ง การใช้สื่อเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ เผยแพร่

4. กิจกรรมในโอกาสพิเศษและบริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน ได้แก่

1) การให้สัมภาษณ์ชี้แจง แถลงข่าวต่อสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ (press interview หรือ Press Conference) ซึ่งอาจ จะอยู่ในรูปของการให้สัมภาษณ์หรือจัดแถลงข่าวกรณีต่าง ๆ ที่สำคัญ เป็นที่สนใจและมีความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงหรือ การเคลื่อนไหวของโรงเรียน

2) การจัดนิทรรศการ (Exhibition) เป็นการจัดแสดงเพื่อให้ข่าวสารและความรู้ซึ่งอาจจะมีทั้งภาพยนตร์ การบรรยาย การโฆษณา แผ่นภาพ แผนสถิติ และรูปภาพตลอดจนของจริงต่าง ๆ ตามความจำเป็นหรืออาจจะอยู่ในรูปของการแสดงผลงาน หรือความก้าวหน้าของโรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันสถาปนาโรงเรียน วันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

3) การจัดงานเลี้ยงเพื่อเผยแพร่ (Press Parties) มักจะจัดขึ้นเพื่อแสดงความขอบคุณในความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ความสำคัญ ความจำเป็นของโครงการหรือแผนงานที่จะต้องจัดทำขึ้นต่อไป เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องที่มีความเป็นกันเองอย่างมาก และมักจะเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงอาหารกลางวันหรืออาหารเย็นไปพร้อมกันด้วย

4) การจัดปฐมทัศน์ให้หนังสือพิมพ์ (Press previews) เป็นการจัดการแสดงให้บรรดาสื่อมวลชนได้ทราบได้เห็นล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข่าวสารไปล่วงหน้าและจะได้นำไปทำข่าวสารหรือสารคดีเผยแพร่ต่อไป

5) จัดบริการอำนวยความสะดวกสำหรับหนังสือพิมพ์ (Press Enquirer) คือให้ความสะดวกแก่สื่อมวลชนทั้งในรูปแบบที่มาติดต่อด้วยตนเอง โทรศัพท์มา หรือเขียนจดหมายมาถาม ซึ่งงานนี้จะต้องเตรียมบุคคลและข้อมูลไว้ให้พร้อมและทันสมัยเสมอ

6) การจัดตู้หรือกล่องรับความคิดเห็น (Suggestion Box) เพื่อรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะคำติชม คำวิจารณ์ต่าง ๆ ของบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งอาจจะมีคุณค่ายิ่งในการปรับปรุงโรงเรียน และถ้าเป็นเรื่องของความเข้าใจผิดต่อโรงเรียนหรือตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งก็ควรจะได้ให้ความสนใจ และหาทางปรับปรุงแก้ไขโดยรีบด่วน แต่ทั้งนี้ผู้รับผิดชอบจะต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบและเป็นธรรมกับผู้ที่แสดงความคิดเห็นเหล่านั้นด้วย

7) การจัดสวัสดิการของการทำงาน (Welfare Work) ได้แก่ มีแสงสว่างที่เพียงพอ อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีน้ำดื่มไว้บริการ มีดนตรีหรือเพลงให้ฟังในช่วงของการหยุดพักรับประทานอาหาร หรือในลักษณะของเงินกู้ยืม จะผ่อนใช้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น

8) บริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น วันครบรอบจัดตั้งโรงเรียน วันสำคัญของชาติศาสนา บริการการใช้โรงเรียนเป็นสถานที่ประกอบงานมงคล บริการด้านเครื่องมือต่าง ๆ อาคารสถานที่เพื่อประกอบกิจกรรมทางสังคมของชุมชน (อัปสรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2533 : 51-54)

สุพิชญา อีระกุล ได้สรุปการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังนี้

1. พบปะกับผู้ปกครองนักเรียนในวันเปิดภาคเรียน เพื่อฟังนโยบายและคำชี้แจง ต่าง ๆ ของโรงเรียน วิธีการนี้จะช่วยให้ข่าวสารของโรงเรียนเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่นได้
2. ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสมาคมที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น สมาคมศิษย์เก่า สมาคมครูผู้ปกครองหรือสมาคมอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการของโรงเรียน
3. จัดงานโรงเรียน โดยทั่วไปจะจัดงานประจำปี งานชุมนุมศิษย์เก่า การจัดงานโรงเรียนนี้จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจการของโรงเรียนได้อย่างดียิ่ง
4. ประชาสัมพันธ์ทางเอกสารหรือหนังสือพิมพ์ จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างทั่วถึงและกว้างขวางขึ้น (สุพิชญา อีระกุล. 2522 : 160)

2.4.5 การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องอาศัยอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้เป็นอันมาก เครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็นควรมีกล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป ฟิล์ม เทปบันทึกเสียง โทรทัศน์ ฟิล์มตัด เครื่องฉาย สไลด์ แผนผัง แผนภูมิ แผนที่ เครื่องฉายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา ตลอดจนรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ อุปกรณ์สำนักงานก็ต้องจัดสรรให้เพียงพอเช่น กระดาษ ดินสอ ของจดหมาย คลิป ที่เย็บกระดาษ กาว สก๊อตเทป กระดาษป้ายและชอล์ค เป็นต้น

2.4.6 งบประมาณ

การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์การ หรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยปกติทั่วไปองค์กรธุรกิจหรือบริษัทห้างร้านต่าง ๆ จะจัดสรรเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ประมาณ 25% ของรายจ่ายทั้งหมด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การจัดสรรงบประมาณนี้ นอกจากจะจัดสรรเฉพาะกิจกรรมของหน่วยงานแล้วจะต้องรวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานอื่นด้วยงบประมาณเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานของโรงเรียนเพราะเงินเป็นสิ่งเสริมให้งานมีคุณภาพแต่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องทำให้กิจกรรมต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายโดยเสียเงินน้อยที่สุดแต่ได้คุณภาพงานที่ดีที่สุดมีโรงเรียนเป็นจำนวนไม่น้อยที่พบว่าอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่สามารถเป็นไปตามแผนและไม่บรรลุเป้าหมายได้นั้นเกิดจากปัจจัยด้านงบประมาณไม่เพียงพอทั้งนี้เพราะผู้บริหารโรงเรียน

มักไม่เห็นความสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณด้านอื่น เช่น การขยายโรงเรียน ที่อวัสดู อุปกรณ์การสอน ทั้งนี้เพราะผลจากการประชาสัมพันธ์ไม่ปรากฏเป็นตัวเลขหรือจำนวนร้อยละ อย่างเห็นได้ชัด และแหล่งงบประมาณเพื่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน อาจได้มาจาก

1. การจัดสรรงบประมาณประจำปี ในโรงเรียนย่อมมีกิจกรรมเกี่ยวกับงานประจำอยู่หลายโครงการ จึงไม่เป็นการง่ายต่อการที่จะจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ และเงินที่จะใช้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับปริมาณงาน และความตั้งใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วย ปกติโรงเรียนจะจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า 1 ปี มีการกำหนดจำนวนงบประมาณที่จะใช้สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการประชาสัมพันธ์

วิธีการจัดทำงบประมาณประจำปี

ก. คิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากงบประมาณทั้งหมดของโรงเรียน เช่น เปอร์เซนต์
ข. ตั้งโครงการงานประชาสัมพันธ์แต่ละปีว่าจะใช้อะไรบ้างแล้วคิดราคา โดยประมาณ อาจถูกตัดทอนไปบ้างเมื่อประชุมจัดสรรงบประมาณประจำปีของโรงเรียน

ค. โรงเรียนบางแห่งมีหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียน และมีงบประมาณประจำปีไว้ให้อยู่แล้ว จึงเป็นหน้าที่ของหัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่จะจัดสรรการใช้เงินตามความจำเป็นและเห็นชอบของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ง. วิเคราะห์โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างละเอียดทั้งปี และประมาณเงินออกมาให้รู้ว่า โรงเรียนจะต้องหาเงินให้เป็นจำนวนเท่าใด จึงจะพอใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. งบประมาณที่ได้จากการบริจาคหรือช่วยเหลือสนับสนุนโครงการ เช่น บางกรณีที่เป็นการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าบางเรื่องและเป็นเรื่องที่ประชาชน ศรัทธา สนับสนุนโครงการนั้น ต้องการผลักดันให้กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการนั้นสำเร็จลุล่วงไปโดยเร็ว ในกรณีเช่นนี้อาจขอบริจาคเงินช่วยเหลือเพื่อเป็นทุนสนับสนุนการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเห็นผลปรากฏตามแผนที่วางไว้

3. งบประมาณที่ได้จากการจัดงานพิเศษ เพื่อหาเงินมาดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น จัดแสดงดนตรี จัดได้ว่าที่ จัดหลักสูตรฝึกอบรมทางวิชาการแก่บุคคลภายนอก เป็นต้น การจัดงานพิเศษดังกล่าวจำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบ ควรเลือกจัดงานที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีบุคลากรในการจัดงานมากและจะต้องเป็นงานหรือกิจกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการลงทุน ทั้งนี้เพื่อว่าแม้จะไม่มีคนมาซื้อบัตรเข้าร่วมในกิจกรรมนั้นมากนัก ก็ยังไม่ต้องเสียต้นทุนไป คือไม่ขาดทุนนั่นเอง

หมายเหตุ งบประมาณข้อ 2 และข้อ 3 เป็นประโยชน์ต่อวิธีจัดทำงบประมาณในข้อ ง. คือวิเคราะห์โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าปีหนึ่งจะใช้จ่ายเงินจำนวนเท่าใด แล้วโรงเรียนก็ดำเนินการหาเงินด้วยการขอบริจาคและจัดงานพิเศษ

โดยสรุป การประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาทางด้านธุรกิจ เพราะด้านธุรกิจนั้นมุ่งการได้กำไร ความคล่องตัวในการทำธุรกิจ ส่วนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะมุ่งในด้านความสัมพันธ์ของบุคคล ทั้งแต่ละบุคคลและกลุ่มบุคคล ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนการปฏิบัติตนต่อกัน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ก็เพื่อความเข้าใจอันดี เชื่อถือ ศรัทธา มีความรักและผูกพันต่อโรงเรียน โดยอาศัยเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์เป็นช่องทางสำหรับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.4.7 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

สะอาด ตันศุภผล ได้กล่าวถึงปัญหาโดยทั่ว ๆ ไปที่มักจะพบอยู่เสมอในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ

1. เมื่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไปไม่สนับสนุนหรือเห็นชอบต่อนโยบายการดำเนินงานหรือที่ท่าของสถาบัน
2. เมื่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไปไม่มีที่ทำหรือแสดงปฏิกิริยาขัดแย้งหรือต่อต้านนโยบาย กิจการหรือที่ท่าของสถาบัน
3. เมื่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไป เกิดความเข้าใจผิดอันเป็นอันตรายต่อนโยบาย กิจการ หรือที่ท่าของสถาบัน
4. เมื่อการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารของทางราชการไปสู่ประชาชนที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนทั่วไป มีลักษณะที่ขาดแคลนข่าวสารหรือไม่เพียงพอ หรือขาดตกบกพร่อง (สะอาด ตันศุภผล. 2507 : 387)

ถ้าพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ นั้น เกษม จันทรน้อยและคณะ ได้กล่าวไว้พอสรุปได้ดังนี้คือ

1. ปัญหาด้านบุคลากร

ขาดบุคลากร ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ใตด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรงหรือไม่เคยได้รับการศึกษาทางการประชาสัมพันธ์มาก่อน ทำให้ไม่มีการวางแผนที่แน่นอน ตลอดจนขาดหลักการและนวัตกรรมที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องไปถึงการลงทุนที่สูงขึ้น แต่ไม่ได้รับผลดีเท่าที่ควรในการดำเนินงาน

2. ปัญหาด้านงบประมาณ

โดยทั่วไปมักจะขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร แม้ว่าผู้บริหารจะยอมรับว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์การหรือหน่วยงานก็ตามทำให้มีผลกระทบไปถึงด้านอัตรากำลังด้านวัสดุอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่น ๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น การบริการชุมชนในรูปของการกุศลเมื่อมีผู้อื่นมาขอร้อง การจัดบริการเครื่องดื่มแก่บรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นต้น

3. ปัญหาด้านการใช้สื่อในการติดต่อ

การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ยังขาดวิธีการที่มีประสิทธิภาพการจัดพิมพ์เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ล่าช้าไม่ทันกำหนดเวลา บางแห่งยังมีการติดต่อสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์น้อยมาก หรือมีเครื่องมืออุปกรณ์อยู่เป็นจำนวนมากแต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เนื่องจากขาดผู้ชำนาญในการใช้เครื่องมือและสื่อแต่ละชนิด

4. ปัญหาความไม่เข้าใจในงานประชาสัมพันธ์

ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ยังไม่เห็นความสำคัญของการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชุมชนและหน่วยงานทำให้ไม่เกิดการสนับสนุนอย่างจริงจัง

5. ปัญหาด้านการจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์

ส่วนใหญ่จะพบว่ายังมิได้จัดตั้งแผนกประชาสัมพันธ์ขึ้นโดยตรง แต่จะให้อยู่ในฝ่ายโฆษณาทำให้ขอบข่ายของกิจกรรมหนักไปทางโฆษณาแจ้งความ กิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่น อาทิ การเสนอข้อเสนเทศข่าวต่าง ๆ การศึกษาชุมชนและการบริการชุมชนได้รับความสนใจน้อยลงไป

6. ปัญหาขาดการค้นคว้า วิจัย และประเมินผลงาน

การดำเนินงานที่ไม่มีการค้นคว้าวิจัยหาข้อมูลทำให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของประสบการณ์และ "การตามอย่าง" มิได้มีความรู้ใหม่ที่จะนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ให้สูงขึ้น หลังจากเสร็จสิ้นการทำงานก็ไม่มีประเมินผลงาน เนื่องจากเป็นงานใหญ่และเสียค่าใช้จ่ายสูงเกินไป จึงเป็นเหตุให้ไม่ทราบข้อบกพร่องของงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปแล้ว (เกษม จันทรน้อย และคณะ. 2521 : 73)

ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวแล้วข้างต้นนี้ ถือว่าเป็นอุปสรรคยิ่งต่อการดำเนินงานของสถาบัน และนอกจากนั้นยังถือว่าเป็นมูลเหตุที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่นระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนอีกด้วย ปัญหาเหล่านี้หากมีการศึกษาค้นหาและตรวจสอบวิจัยแล้วรีบดำเนินการ

แก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานกิจการต่าง ๆ ของสถาบันย่อมจะเป็นไปด้วยความราบรื่น ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการค้นหาทางแก้ไข

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ ได้ทำการสำรวจสถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 หน่วยงานผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ

1. หน่วยงานส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานครดำเนินการประชาสัมพันธ์เอง โดยการตั้งแผนกประชาสัมพันธ์หรือแผนกโฆษณาขึ้น
2. ฝ่ายบริการเป็นผู้กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์
3. มีบุคลากร 4-6 คน
4. จัดสรรงบประมาณ 15-20% ของงบประมาณทั้งหมดโดยเพิ่มงบประมาณแต่ละปี 11-22%
5. มีการวางแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 6 เดือน ถึง 1 ปี โดยถือเป้าหมายประชากรทั้งชายและหญิงทุกวัย มุ่งทั่วประเทศ
6. สื่อที่นิยมใช้มากที่สุดและให้ผลตอบแทนคุ้มค่าที่สุด คือ สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ
7. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นรายวันและมีการประเมินผลทุก 1-2 เดือนจากผลิตผลและบริการที่เพิ่มขึ้น
8. งานบริการชุมชนที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้นมากที่สุด คือ ช่วยการกุศลให้ทุนการศึกษาและช่วยให้คนมีงานทำ พัฒนาชนบท และบรรเทาสาธารณภัย
9. หน่วยงานต่าง ๆ เห็นว่ากิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ดี (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ. 2518 : 109-111)

โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ทำการสำรวจสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ องค์การและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ขึ้นในปี 2519 โดยมีขอบข่ายของการศึกษาใน 5 ด้าน คือ

1. การตระหนักเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ส่วนราชการองค์การและรัฐวิสาหกิจ
2. ลักษณะการจัดรูปองค์การทางการประชาสัมพันธ์
3. วิธีปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
4. ระดับความสนใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของบุคคลในหน่วยงาน
5. ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนในด้านความร่วมมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปผลของการสำรวจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การตระหนักเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยราชการองค์การและรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่จากข้อมูลแบบสอบถามของหน่วยงาน 146 แห่ง ปรากฏว่ายังมองไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ เพราะมีเพียง 65 แห่ง เท่านั้นที่จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง นอกนั้นเป็นการดำเนินงานในลักษณะฝากไว้กับงานอื่น ๆ และไม่มีเลย

2. ลักษณะการจัดรูปองค์การทางการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานที่แยกงานประชาสัมพันธ์ออกเป็นเอกเทศ 65 แห่งนั้น ร้อยละ 49.2 จัดงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับแผนก รองลงไปร้อยละ 20.0 จัดให้อยู่ในระดับกอง

3. วิธีปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สรุปเป็นแนวโน้มวิธีปฏิบัติงานได้ดังนี้

1) การวางแผนล่วงหน้า จากหน่วยงาน 146 หน่วย จำนวนกว่าครึ่ง (54.1%) ตอบว่ามีการวางแผนล่วงหน้า

2) การเข้ามามีส่วนร่วมในระดับสูง การที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในระดับบริหารย่อมเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานนั้นนำงานประชาสัมพันธ์มาเป็นเครื่องมือในการบริหารอย่างจริงจัง แต่ผลปรากฏว่าหน่วยงานที่ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์เข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมระดับสูงมีเพียงร้อยละ 18.5 ของหน่วยงาน 146 แห่งเท่านั้น

3) การประชาสัมพันธ์ภายนอก ปรากฏว่าส่วนใหญ่ใช้สื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ แต่ส่วนใหญ่ใช้หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น

4) การประชาสัมพันธ์ภายใน งานประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่างานประชาสัมพันธ์ภายนอก แต่จากข้อมูลปรากฏว่าหน่วยงานส่วนใหญ่ละเลยงานประชาสัมพันธ์ภายใน

4. ระดับความสนใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของบุคคล ในหน่วยงานปรากฏว่าส่วนใหญ่เห็นว่ามี ความสนใจในระดับปานกลาง (48.6%) มีความสนใจมาก (27.4%) และมีความสนใจน้อย (7.5%)

5. ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนในด้านการได้รับความร่วมมือ ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อมวลชนให้ความร่วมมือดี (64.4%) อยู่ในระดับพอใช้ (0.7%) ไม่ดี (2.7%) (โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสาร 2519 : 199-205) การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ธนะศักดิ์ รอดมณี ได้ทำการวิจัยการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตการศึกษา 6 จำนวน 22

แห่ง ใช้ประชากรที่เป็นผู้บริหารทั้งหมด 110 คน กลุ่มอาจารย์ 336 คน รวมประชากรทั้งสิ้น 445 คน พบว่า

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ที่โรงเรียนปฏิบัติออกมาให้เห็นตามความคิดเห็นรวมของประชากร 2 กลุ่ม อยู่ในระดับมากมี 2 ด้านคือ กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียนและศิษย์เก่ากับการจัดกิจกรรมนักเรียนและบริการชุมชนของโรงเรียน
2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน คือ
 - 1) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียน
 - 2) กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน
 - 3) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครองและชุมชน
 - 4) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพความคิดเห็นของ ประชากรทั้ง 2 กลุ่ม เห็นว่าโรงเรียนได้มีการปฏิบัติออกมาให้เห็นอยู่ในระดับน้อย
3. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผู้บริหารและอาจารย์มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย (ธนะศักดิ์ รอดเมฆ..2527 : บทคัดย่อ)

สุเทพ เดชะชีพ ได้ทำการวิจัยคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์การ ผลการวิจัยปรากฏว่า

ผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ไม่เคยผ่านงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ด้านสังคมศาสตร์ เคยผ่านการฝึกอบรมและส่งพนักงานของตนเองเข้ารับการฝึกอบรมบ้าง ผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นว่างานด้านการประชาสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญมาก ควรที่จะมีฐานงานเป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหาร แต่ในความเป็นจริงแล้ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนมากยังอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น

ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ องค์กรที่มีการวางแผนทุกครั้งกับองค์กรที่มีการวางแผนบ้างบางโอกาสนั้น มีจำนวนใกล้เคียงกัน และแผนประชาสัมพันธ์นั้นถูกนำมาใช้บ้างถึงใช้อย่างมาก ในบางองค์กรคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์นั้น ผู้บริหารองค์กรทั้ง 3 ประเภท มีความต้องการคุณสมบัติและการปฏิบัติภาระหน้าที่ไม่แตกต่างกันปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้ความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์แตกต่างกันได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้บริหาร, การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของ

ผู้บริหาร, นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์, จำนวนพนักงานของฝ่าย, การนำแผนการประชาสัมพันธ์ที่วางไว้มาใช้ปฏิบัติ

ในด้านภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์นั้น ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในการกำหนดความแตกต่างของภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์คือ ประสบการณ์ทำงานของผู้บริหาร, การเข้ารับการฝึกอบรมของผู้บริหาร, การศึกษาจากตำราเอกสารของผู้บริหาร, การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร, การมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์, การมีแผนงานประชาสัมพันธ์, การนำแผนมาใช้ปฏิบัติ, ฐานะงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร, การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบายขององค์กร, จำนวนพนักงานของฝ่าย, จำนวนโสตทัศนูปกรณ์

แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตนั้น กล่าวได้ว่า งานด้านการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรอีกเกือบทุกองค์กร การขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ เพิ่มจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้นและแนวโน้มผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์โดยตรงเข้าทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ (สุเทพ เดชะชีพ, 2531 : บทคัดย่อ)

อรอุบล ภูบัวผื่อน ได้ทำการศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยปรากฏว่า

ธุรกิจทุกประเภทมีการจัดฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานอิสระ ขึ้นตรงกับผู้บริหารกิจการ และมีงานประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์มีส่วนกำหนดนโยบายทางด้านประชาสัมพันธ์และช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างมาก

ส่วนใหญ่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีการแบ่งการทำงานเป็นส่วนอย่างเด่นชัด มีการทำงานร่วมกันหมด และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ ไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง

ในด้านนโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่ามีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน คือ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงาน และสนับสนุนงานทางการตลาดโดยนโยบายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งผู้บริหารกิจการเป็นผู้กำหนด ส่วนปัจจัยที่ควบคุมการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่คือ นโยบายและเป้าหมายของหน่วยงาน

รองลงมาคือความต้องการของตลาดเป้าหมายและการแข่งขันการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ชั้นตอนนั้น ชั้นการแสวงหาข้อมูลส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากการวางแผนครั้งก่อนที่ใกล้เคียงกัน ชั้นการวางแผนก็มีบ้างตามโอกาสส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นและระยะยาวร่วมกัน ชั้นการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ทำตามแผนจริงทุกครั้ง ส่วนชั้นการประเมินผลมีการประเมินผลจริงบางครั้งเท่านั้น เพราะขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการประเมินผล และขาดงบประมาณ

ปัญหาและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์ คือปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ ปัญหาผู้บริหารกิจการไม่ให้ความสำคัญและปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ

ส่วนปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์คือ ผู้บริหารกิจการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจในบทบาทของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รองลงมาคือ งบประมาณเพียงพอและมีการประสานงานด้วยความร่วมมืออันดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (อรอุบล ภูบัวเดือน, 2532 : บทคัดย่อ)

สุพัตรา ไม้แก้ว ได้ทำการวิจัยการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) กิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมของโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ
- 2) ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครู และโรงเรียน
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน
- 4) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน
- 5) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียน
- 6) เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2. กลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งสองกลุ่ม มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับน้อย (สุพัตรา ไม้แก้ว, 2533 : บทคัดย่อ)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามตำแหน่งและขนาดของสถานศึกษา รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และด้านงบประมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) มีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้คือ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 70 แห่ง แบ่งเป็นผู้บริหาร 140 คน ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาตและผู้จัดการหรือครู/อาจารย์ใหญ่ 70 คน และอาจารย์ผู้ได้รับการแต่งตั้งให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 70 แห่ง รวม 324 คน รวมประชากรทั้งสิ้น 464 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้บริหาร เลือกแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เฉพาะผู้รับใบอนุญาตและผู้จัดการหรือครู/อาจารย์ใหญ่ ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สุ่มตัวอย่างได้ในจำนวน 70 แห่ง แห่งละ 2 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารจำนวน 140 คน

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากครูอาจารย์ผู้ได้รับแต่งตั้งให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ในกรณีที่สถานศึกษานั้นมีมากกว่า 3 คน ให้สุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างเพียง 3 คน จาก 70 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างประเภทครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น 210 คน

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารและครูอาจารย์ ผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร

ประเภทกลุ่มประชากร	กลุ่มประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา	140	140	100.00
ครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	324	210	64.81
รวม	464	350	

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเอง โดยยึดกรอบแนวความคิดของ อุตัย หิรัญโต เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยมีการดำเนินการดังนี้

3.2.1 ศึกษาหลักการและข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1.1 แนวคิดในการบริหารการศึกษา

3.2.1.2 แนวคิดและหลักการจัดการและการประชาสัมพันธ์

3.2.1.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.1.4 กำหนดกรอบและแนวคิดในการวิจัย

3.2.2 การสร้างแบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

3.2.2.2 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามด้วยการจัดเป็นหมวดหมู่ โดย

คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก

3.2.2.3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity) และการใช้ภาษา จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่านได้แก่

ดร. ดิเรก พรสีมา รองเลขาธิการ สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ

ดร. จรวัยพร ธรณินทร์ รองเลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาเอกชน

นายมนตรี สิงหนุต ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ดร. วราพรรณ น้อยสวน ศึกษานิเทศก์ 9 กรมอาชีวศึกษา

ผศ.ดร.สิงห์ทอง สุดมี้ รองอธิการบดี สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3.2.3 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถาม และขนาดของสถานศึกษา

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

- | | |
|--|--------------|
| 1. การจัดอัตรากำลัง | จำนวน 9 ข้อ |
| 2. การจัดสำนักงาน | จำนวน 7 ข้อ |
| 3. การจัดการบริหาร | จำนวน 5 ข้อ |
| 4. การจัดกิจกรรม | จำนวน 13 ข้อ |
| 5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ | จำนวน 5 ข้อ |
| 6. การจัดงบประมาณ | จำนวน 4 ข้อ |

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 3 ระดับ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลดังนี้คือ

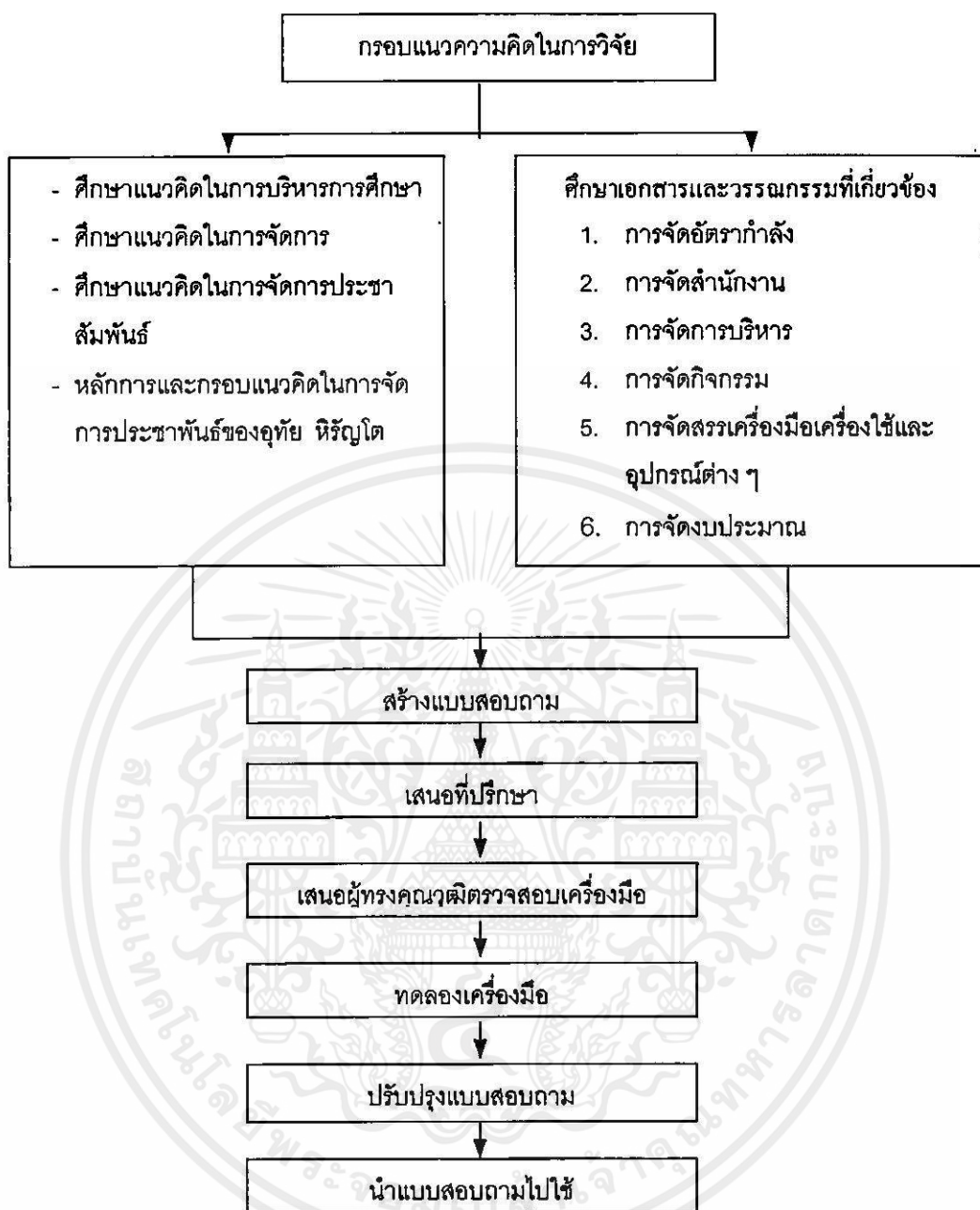
- 3 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก
- 2 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
- 1 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 การสร้างแบบสอบถาม

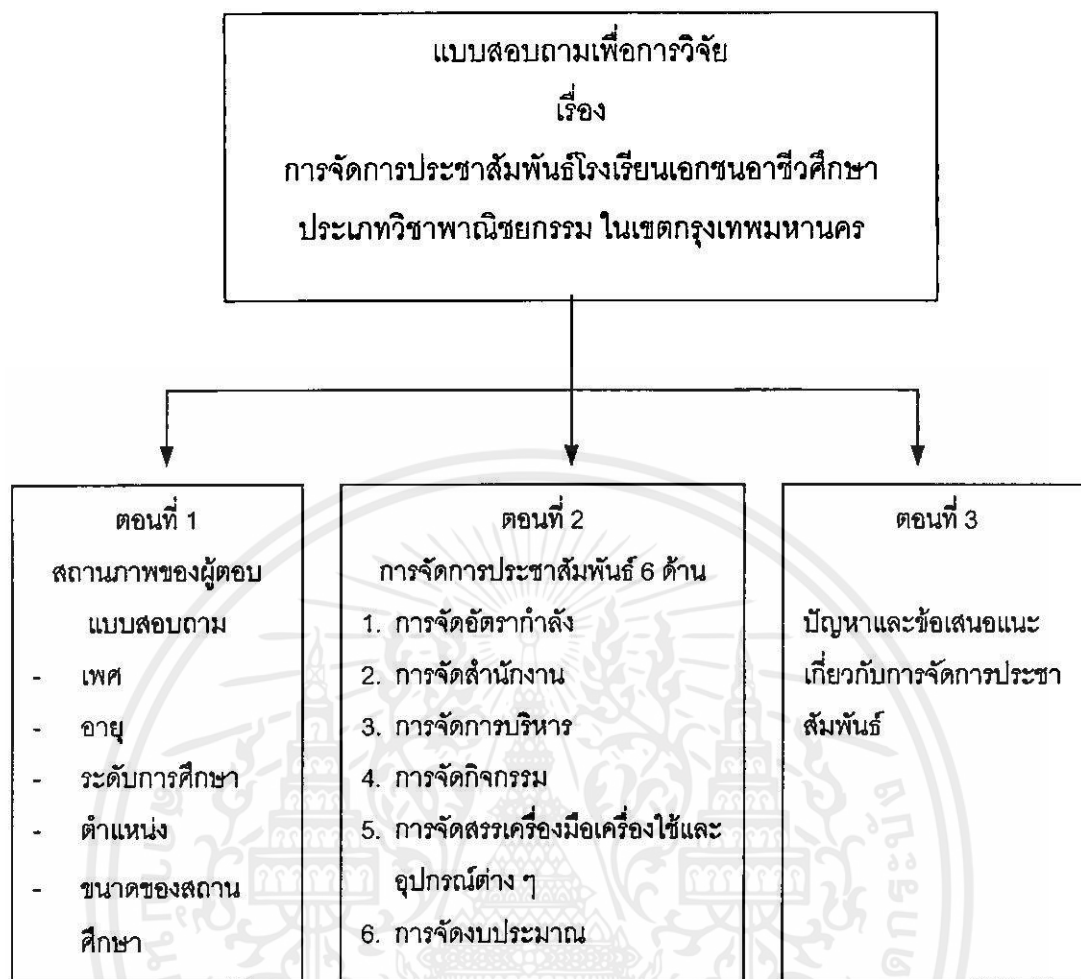
ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามปรากฏตามรูปที่ 1 และรูปที่ 2 ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.1 แสดงการสร้างแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.2 แสดงโครงสร้างและลักษณะของแบบสอบถาม

3.4 การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม จำนวน 20 แห่ง ดังต่อไปนี้

1. กุลสตรีเทคโนโลยี เขตบางกอกใหญ่
2. เกษมโปลีเทคนิค
3. เซนต์จอห์นเทคนิคกรุงเทพ
4. เทคโนโลยีไทยสุริยะ
5. ไทยวิจิตรศิลป์อาชีวะ
6. ช่างฝีมือปัญจะ
7. เซนต์จอห์นเทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. เทคนิคร์ตุนโกสินทร์
9. กองทัพบกอุปถัมภ์ช่างกล ชส.ทบ.
10. เทคโนโลยีปีนมณฑล
11. เทคโนโลยีสยาม(ช่างกลสยาม)
12. เทคโนโลยีบริหารธุรกิจ
13. กรุงเทพโพลีเทคนิค
14. เทคโนโลยีบางกะปิ
15. อื่นทราวชีวศึกษา
16. เทคนิคพระรามหก
17. พระรามหกเทคโนโลยี
18. เทคโนโลยีเลิศบุญ
19. ไทยโพลีเทคนิค
20. เทคโนโลยีประชาชน

โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร 1 คน และครุอาจารย์ 1 คน ซึ่งผู้วิจัยได้รับแบบสอบถาม และมีความสมบูรณ์กลับคืนจนครบ จำนวน 30 ฉบับเพื่อนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้ง 6 ด้าน โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach' α Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.92 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นพอที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการจัดเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 28 เมษายน 2541 ถึงวันที่ 25 ธันวาคม 2541 ในปีการศึกษา 2541 โดยดำเนินการดังนี้

3.5.1 ขอหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในการนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้บริหารและครุอาจารย์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5.2 เมื่อได้รับหนังสือจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ติดต่อโดยตรงกับผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา โดยนำไปดำเนินการแจกและจัดเก็บรวบรวมด้วยตนเอง และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผล

3.5.3 แบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งสิ้น จำนวน 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนที่จัดส่งทั้งสิ้น 350 ฉบับ จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็นผู้บริหาร 113 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 80.71 ของแบบสอบถามที่จัดส่ง 140 ฉบับ และครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 167 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 79.52 ของจำนวนที่จัดส่ง 210 ฉบับ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีดังต่อไปนี้

3.6.1 สถิติพื้นฐาน

3.6.1.1 หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นสถานภาพพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

3.6.1.2 หาค่าเฉลี่ยของเลขคณิต (Mean) สำหรับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน

3.6.1.3 หาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์เพื่อหาการกระจายของคะแนนในภาพรวมและในแต่ละด้าน นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย

3.6.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.6.2.1 ใช้ t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม

3.6.2.2 ข้อมูลที่รวบรวมได้จากตอนที่ 3 ของแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการจัดการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจะนำมาใช้สำหรับการอภิปรายผลต่อไป

3.7.3 เกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูล

การแปลความหมายของข้อมูล ใช้เกณฑ์พิจารณาระดับคะแนนเฉลี่ย (Mean) จากจุดตัดของคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.00 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 -1.49 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา รวม 6 ด้าน ได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การจัดสำนักงาน การจัดการบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดงบประมาณ และศึกษาเปรียบเทียบการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามตำแหน่ง และขนาดของสถานศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับทั้งสิ้น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ในด้านการจัดอัตรากำลัง การจัดสำนักงาน การจัดการบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดงบประมาณ โดยผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์

เกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูล

การแปลความหมายของข้อมูล พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าการประเมินที่มีความเหมาะสมเป็นระดับคะแนน 3 ระดับ คือ

3 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

2 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

1 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

และถือเกณฑ์พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ยจากจุดตัดของคะแนนดังนี้
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.00 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 -1.49 หมายถึง มีการปฏิบัติตามการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ผู้วิจัยขอนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ทั้งสิ้น 280 คน ซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะหรือตำแหน่งของ
 ผู้ปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา โดยนำเสนอในรูปแบบตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ เกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	รวม (N = 280)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	188	67.14
หญิง	92	32.86
	280	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 40 ปีลงมา	135	48.21
ตั้งแต่ 40 ปี – 50 ปี	91	32.50
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	51	19.29
	280	100
3. ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรีและต่ำกว่า	215	76.79
ปริญญาโท	55	19.64
สูงกว่าปริญญาโท	10	3.57
	280	100
4. ลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงาน		
ผู้บริหาร (ผู้รับใบอนุญาต, ผู้จัดการหรือครูใหญ่)	113	40.36
ครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	167	59.64
	280	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	รวม (N = 280)	
	จำนวน	ร้อยละ
5. ขนาดของสถานศึกษา		
ขนาดใหญ่ (จำนวนนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่1500 คนขึ้นไป)	167	59.64
ขนาดเล็ก (จำนวนนักเรียนนักศึกษาต่ำกว่า 1500 คนลงมา)	113	40.36
	280	100

ตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 280 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 188 คน คิดเป็นร้อยละ 67.14 และเพศหญิง 92 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 40 ปีลงมามากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 48.21 รองลงมา มีอายุตั้งแต่ 40-50 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และผู้มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 19.29

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในกลุ่มปริญญาตรีและต่ำกว่า สูงที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 76.79 เมื่อพิจารณาลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงาน จำแนกเป็นกลุ่มผู้บริหาร ซึ่งได้แก่ผู้รับใบอนุญาตและ/หรือผู้อำนวยการหรือครูใหญ่ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 40.36 และเป็นกลุ่มอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามตามขนาดของสถานศึกษาเป็น 2 กลุ่ม คือ สถานศึกษาที่มีนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ 1500 คนขึ้นไป เป็นสถานศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 167 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.64 และสถานศึกษาที่มีนักเรียนนักศึกษาต่ำกว่า 1500 คนลงมา เป็นสถานศึกษาขนาดเล็ก จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 40.36

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และครูอาจารย์ ในด้านการจัดอัตรากำลัง การจัดสำนักงาน การจัดการบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดงบประมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแสดงผลในภาพรวมของความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นอกจากนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแยกแสดงตามความ

ความเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้น ปรากฏในรูปตารางตามลำดับดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ทั้งหมดในภาพรวมและในแต่ละด้าน ปรากฏรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่	1.92	0.50	ปานกลาง	4
2. การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.13	0.45	ปานกลาง	1
3. การจัดบริการ	1.99	0.45	ปานกลาง	2
4. การจัดกิจกรรม	1.84	0.37	ปานกลาง	6
5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ	1.97	0.48	ปานกลาง	3
6. การจัดงบประมาณ	1.89	0.36	ปานกลาง	5
รวมเฉลี่ย	1.94	0.37	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.2 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกด้าน และเมื่อพิจารณาการจัดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ลำดับแรกคือ การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่ การจัดบริการ การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดงบประมาณ และการจัดกิจกรรม เป็นลำดับสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	2.14	0.64	ปานกลาง	3
2. การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม	2.18	0.72	ปานกลาง	2
3. มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์	1.75	0.71	ปานกลาง	7
4. การจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์	1.81	0.71	ปานกลาง	5
5. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์	1.76	0.76	ปานกลาง	6
6. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์	1.73	0.76	ปานกลาง	8
7. การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน	2.18	0.65	ปานกลาง	1
8. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว	1.69	0.68	ปานกลาง	9
9. การจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลภายนอกและทางจดหมาย	2.05	0.68	ปานกลาง	4
รวมเฉลี่ย	1.92	0.50	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 7 การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ รองลงมาได้แก่ข้อ 2 การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม ข้อ 1 การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และข้อ 8 การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว เป็นลำดับสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้เพื่อการอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. หน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้ บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก	2.20	0.65	ปานกลาง	1
2. ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและ คล่องตัว	2.20	0.67	ปานกลาง	2
3. การจัดเคาเตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการผู้มาติดต่อเพื่อ ความสะดวกและสวยงาม	2.10	0.65	ปานกลาง	6
4. การจัดโครงสร้างการบริหารโรงเรียนมีฝ่ายหรือแผนกเพื่อการ กำหนดนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์	2.14	0.68	ปานกลาง	4
5. การมอบอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีความเหมาะสม	2.10	0.60	ปานกลาง	5
6. นโยบายเป้าหมายในการบริหาร และแผนงานของโรงเรียนได้ จัดทำเป็นหลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้ ทราบอย่างชัดเจน	2.06	0.64	ปานกลาง	7
7. มีการประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนอาชีว ศึกษาเอกชนอื่น ๆ	2.14	0.66	ปานกลาง	3
รวมเฉลี่ย	2.13	0.45	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 1 หน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก รองลงมาได้แก่ข้อ 2 ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว ข้อ 7 มีการประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนอื่น ๆ และข้อ 6 นโยบายเป้าหมายในการบริหาร และแผนงานของโรงเรียนได้จัดทำเป็นหลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้ทราบอย่างชัดเจน เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการ	2.09	0.70	ปานกลาง	2
2. มีการกำหนดแผนงาน/โครงการในการจัดประชาสัมพันธ์ ไว้เผยแพร่	2.07	0.66	ปานกลาง	3
3. การจัดระบบการติดต่อสื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับ หน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน	2.24	0.72	ปานกลาง	1
4. มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานทางหนังสือพิมพ์	1.74	0.73	ปานกลาง	5
5. การจัดทำรายงานผลงานประจำปี เพื่อแสดงผลงานต่อบุคคล ภายนอกให้มีโอกาสได้ทราบ	1.84	0.52	ปานกลาง	4
รวมเฉลี่ย	1.99	0.45	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.5 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดบริการ ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 3 การจัดระบบการติดต่อสื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน รองลงมาได้แก่ข้อ 1 การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการ ข้อ 2 มีการกำหนดแผนงาน/โครงการในการจัดประชาสัมพันธ์ไว้เผยแพร่ และข้อ 4 มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานทางหนังสือพิมพ์ เป็นลำดับสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. การจัดกิจกรรมและการพบปะสังสรรค์อย่างไม่เป็นทางการ ขึ้นในโอกาสอันควร	1.82	0.62	ปานกลาง	8
2. การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ ทางวิทยุเป็นรายสัปดาห์	1.50	0.61	ปานกลาง	12
3. การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน	1.43	0.55	น้อย	13
4. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของโรงเรียน โดยลงภาพข่าวทางหนังสือพิมพ์	1.63	0.62	ปานกลาง	10
5. การจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานเป็นประจำ	1.79	0.59	ปานกลาง	9
6. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่กับบุคคลภายนอก	1.54	0.65	ปานกลาง	11
7. การจัดทำจดหมายข่าว/จุลสาร เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ภายในให้บุคลากรได้ทราบ	1.91	0.67	ปานกลาง	6
8. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน	2.20	0.71	ปานกลาง	1
9. การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็น ชัดเจน	2.17	0.66	ปานกลาง	2
10. การติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน	2.12	0.62	ปานกลาง	3
11. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมกิจกรรมของโรงเรียน เช่น งานวันสถาปนา	1.83	0.60	ปานกลาง	7
12. การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนหรือองค์กรอื่น ๆ ในการจัด นิทรรศการ หรือให้ความรู้แก่ประชาชน	2.04	0.62	ปานกลาง	4
13. การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ใน การแข่งขันกีฬา	1.95	0.61	ปานกลาง	5
รวมเฉลี่ย	1.84	0.37	ปานกลาง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 พบว่าความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดกิจกรรม ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 8 การจัดทำแฟ้มพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน รองลงมาได้แก่ข้อ 9 การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็นชัดเจน ข้อ 10 การติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน และข้อ 3 การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในภาคประชาสัมพันธ์มีเพียงพอ	2.05	0.65	ปานกลาง	2
2. การรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการใช้งาน	2.07	0.61	ปานกลาง	1
3. การจัดระบบเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับส่วนราชการ เพื่ออำนวยความสะดวก	2.00	0.61	ปานกลาง	3
4. การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน	1.74	0.64	ปานกลาง	5
5. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทันสมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน	2.0	0.65	ปานกลาง	4
รวมเฉลี่ย	1.97	0.48	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 2 การรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการใช้งาน รองลงมาได้แก่ข้อ 1 วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์มีเพียงพอ ข้อ 3 การจัดระบบเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารระหว่างโรงเรียน

กับส่วนราชการเพื่ออำนวยความสะดวก และข้อ 4 การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างค่านิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชนเป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดงบประมาณ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	N = 280			ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	
1. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ	2.03	0.62	ปานกลาง	2
2. การจัดสรรงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน	2.09	0.63	ปานกลาง	1
3. การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการขอ บริจาคและจัดงานพิเศษ	1.52	0.55	ปานกลาง	4
4. แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้รับการ สนับสนุนงบประมาณ	1.94	0.63	ปานกลาง	3
รวมเฉลี่ย	1.89	0.36	ปานกลาง	

ตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดงบประมาณ ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และเมื่อจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ลำดับแรกคือข้อ 2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน รองลงมาได้แก่ข้อ 1 การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ ข้อ 4 แผนงาน/โครงการ ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้รับการสนับสนุนงบประมาณ และข้อ 3 การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการขอบริจาคและจัดงานพิเศษ เป็นลำดับสุดท้าย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และจำแนกตามขนาดของสถานศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนนักเรียนนักศึกษา มากกว่า 1500 คนขึ้นไป และกลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนนักเรียนต่ำกว่า 1500 คนลงมา

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มครูอาจารย์ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดของการวิเคราะห์ในภาพรวมและในแต่ละด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4.9-4.15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ในภาพรวมและในแต่ละด้าน

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่	2.20	0.48	ปานกลาง	2	1.72	0.41	ปานกลาง	6	8.78*
2. การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.30	0.42	ปานกลาง	1	2.01	0.44	ปานกลาง	1	5.36*
3. การจัดบริการ	2.19	0.41	ปานกลาง	3	1.85	0.42	ปานกลาง	2	6.65*
4. การจัดกิจกรรม	1.99	0.33	ปานกลาง	6	1.74	0.36	ปานกลาง	5	5.89*
5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ	2.17	0.45	ปานกลาง	4	1.84	0.46	ปานกลาง	3	5.89*
6. การจัดงบประมาณ	2.03	0.37	ปานกลาง	5	1.80	0.32	ปานกลาง	4	5.46*
รวมเฉลี่ย	2.14	0.33	ปานกลาง		1.81	0.33	ปานกลาง		7.95*

*P<.05

ตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

เอกสารนี้ .05 ทุกด้าน ที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน
ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	252	0.50	ปานกลาง	2	188	0.59	ปานกลาง	3	9.33*
2. การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม	253	0.65	ปานกลาง	1	194	0.67	ปานกลาง	2	7.23*
3. มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์	199	0.75	ปานกลาง	7	159	0.63	ปานกลาง	6	4.64*
4. การจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์	201	0.75	ปานกลาง	6	167	0.64	ปานกลาง	5	3.96*
5. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์	215	0.77	ปานกลาง	5	149	0.62	ปานกลาง	9	7.55*
6. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์	197	0.78	ปานกลาง	8	156	0.70	ปานกลาง	7	4.49*
7. การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน	247	0.55	ปานกลาง	3	197	0.63	ปานกลาง	1	6.75*
8. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว	188	0.72	ปานกลาง	9	155	0.72	ปานกลาง	8	3.93*
9. การจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลภายนอกและทางจดหมาย	234	0.62	ปานกลาง	4	186	0.64	ปานกลาง	4	6.10*
รวมเฉลี่ย	220	0.48	ปานกลาง		172	0.41	ปานกลาง		8.78*

*P<.05

ตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดดำเนินงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. หน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก	233	0.57	ปานกลาง	4	212	0.69	ปานกลาง	1	2.73*
2. ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว	242	0.59	ปานกลาง	1	204	0.68	ปานกลาง	2	4.66*
3. การจัดเคาเตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการผู้มาติดต่อเพื่อความสะดวกและสวยงาม	227	0.64	ปานกลาง	5	199	0.63	ปานกลาง	5	3.50*
4. การจัดโครงสร้างการบริหารโรงเรียนมีฝ่ายหรือแผนกเพื่อกำหนดนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์	227	0.63	ปานกลาง	5	204	0.69	ปานกลาง	2	2.84*
5. การมอบอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีความเหมาะสม	228	0.56	ปานกลาง	3	197	0.59	ปานกลาง	6	4.43*

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินที่สงวนไว้ด้วยตนเอง ไม่สามารถนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
6. นโยบายเป้าหมายในการบริหาร และแผนงานของโรงเรียนได้จัด ทำเป็น หลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ได้ทราบ อย่างชัดเจน	222	0.61	ปานกลาง	7	1.95	0.64	ปานกลาง	7	3.50*
7. มีการประสานงานเพื่อการ ประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนอาชีว ศึกษาเอกชนอื่น ๆ	235	0.64	ปานกลาง	2	2.00	0.63	ปานกลาง	4	4.38*
รวมเฉลี่ย	230	0.42	ปานกลาง		2.01	0.44	ปานกลาง		5.36*

*P<.05

ตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงานด้านการจัดบริการ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียน ให้บริการ	228	0.69	ปานกลาง	3	1.95	0.67	ปานกลาง	2	4.00*

ตารางที่ 4.12(ต่อ)

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
2. มีการกำหนดแผนงาน/โครงการ ในการจัดประชาสัมพันธ์ไว้ เผยแพร่	2.31	0.60	ปานกลาง	2	1.91	0.64	ปานกลาง	3	5.22*
3. การจัดระบบการติดต่อสื่อสาร โดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับ หน่วยงาน อื่น ๆ ทั้งภายในและ ภายนอกโรงเรียน	2.50	0.66	มาก	1	2.06	0.70	ปานกลาง	1	5.25*
4. มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และ ผลงานทางหนังสือพิมพ์	1.91	0.76	ปานกลาง	5	1.62	0.69	ปานกลาง	5	3.22*
5. การจัดทำรายงานผลงานประจำ ปี เพื่อแสดงผลงานต่อบุคคล ภายนอกให้มีโอกาสได้ทราบ	1.98	0.23	ปานกลาง	4	1.73	0.62	ปานกลาง	4	4.65*
รวมเฉลี่ย	2.19	0.41	ปานกลาง		1.85	0.42	ปานกลาง		6.65*

*P<.05

ตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดบริการ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน
ด้านการจัดกิจกรรม

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดกิจกรรมและการพบปะ สังสรรค์อย่างไม่เป็นทางการขึ้น ในโอกาสอันควร	1.96	0.59	ปานกลาง	7	1.73	0.62	ปานกลาง	8	3.13*
2. การจัดให้มีรายการประจำในการ เผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทาง วิทยุเป็นรายสัปดาห์	1.62	0.67	ปานกลาง	12	1.41	0.55	ปานกลาง	12	2.74*
3. การจัดให้มีรายการประจำในการ เผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทาง โทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน	1.49	0.53	ปานกลาง	13	1.39	0.55	ปานกลาง	13	1.50
4. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหว ในการดำเนินงานของโรงเรียน โดยลงภาพข่าวทางหนังสือพิมพ์	1.77	0.59	ปานกลาง	10	1.53	0.62	ปานกลาง	10	3.28*
5. การจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ ข่าวสารความรู้และผลงานขึ้น เป็นประจำ	1.87	0.56	ปานกลาง	9	1.73	0.61	ปานกลาง	8	1.92
6. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวัน เพื่อเผยแพร่กับบุคคลภายนอก	1.66	0.70	ปานกลาง	11	1.46	0.61	ปานกลาง	11	2.47*
7. การจัดทำจดหมายข่าว/จุลสาร เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ภายในให้บุคลากรได้ทราบ	2.05	0.65	ปานกลาง	6	1.81	0.68	ปานกลาง	6	2.92*
8. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน	2.47	0.61	ปานกลาง	1	2.01	0.71	ปานกลาง	2	5.58*
9. การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ให้เห็นชัดเจน	2.38	0.55	ปานกลาง	2	2.03	0.68	ปานกลาง	1	4.80*

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อการวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
10. การติดประกาศข่าวสารบนป้าย ประกาศเป็นปัจจุบัน	2.31	0.53	ปานกลาง	3	1.99	0.64	ปานกลาง	3	4.56*
11. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วม กิจกรรมของโรงเรียน เช่น งานวันสถาปนา	1.96	0.56	ปานกลาง	7	1.74	0.61	ปานกลาง	7	2.97*
12. การมีส่วนร่วมทั้งกับโรงเรียนหรือ องค์กรอื่น ๆ ในการจัดนิทรรศการ หรือให้ความรู้แก่ประชาชน	2.21	0.57	ปานกลาง	4	1.92	0.62	ปานกลาง	4	3.85*
13. การมีส่วนร่วมทั้งกับโรงเรียนส่วน ราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ในการ แข่งขันกีฬา	2.11	0.57	ปานกลาง	5	1.83	0.61	ปานกลาง	5	3.79*
รวมเฉลี่ย	1.99	0.33	ปานกลาง		1.74	0.36	ปานกลาง		5.89*

*P<.05

ตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดกิจกรรมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ ยกเว้นข้อ 3 การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน และข้อ 5 การจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานขึ้นเป็นประจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะ ช่วยในการประชาสัมพันธ์มีเพียงพอ	2.28	0.63	ปานกลาง	2	1.89	0.62	ปานกลาง	2	5.02*
2. การรักษาและพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มี ประสิทธิภาพ ในการใช้งาน	2.30	0.59	ปานกลาง	1	1.91	0.58	ปานกลาง	1	5.36*
3. การจัดระบบเครื่องมือและช่อง ทางในการสื่อสารระหว่างโรง เรียนกับส่วนราชการ เพื่ออำนวยความสะดวก	2.26	0.58	ปานกลาง	3	1.82	0.57	ปานกลาง	4	6.27*
4. การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อ สร้างความนิยมและความเข้าใจ ที่ดีแก่สาธารณชน	1.77	0.63	ปานกลาง	5	1.71	0.65	ปานกลาง	5	0.76
5. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทันสมัยและมีความพร้อมในการ ใช้งาน	2.23	0.61	ปานกลาง	4	1.85	0.63	ปานกลาง	3	4.97*
รวมเฉลี่ย	2.17	0.45	ปานกลาง		1.84	0.46	ปานกลาง		5.89*

*P<.05

ตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกข้อ ยกเว้นข้อ 4 การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ด้านการจัดงบประมาณ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ผู้บริหาร N = 113				ครู-อาจารย์ N = 167				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการ ประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ	2.21	0.63	ปานกลาง	2	1.91	0.58	ปานกลาง	2	4.02*
2. การจัดสรรงบประมาณเพื่อ ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความ เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน	2.38	0.58	ปานกลาง	1	1.89	0.59	ปานกลาง	3	6.67*
3. การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ ด้วยการขอบริจาค และจัดงานพิเศษ	1.57	0.56	ปานกลาง	4	1.48	0.54	ปานกลาง	4	1.34
4. แผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนได้รับการสนับสนุน ประมาณ	1.97	0.64	ปานกลาง	3	1.92	0.62	ปานกลาง	1	0.59
รวมเฉลี่ย	2.03	0.37	ปานกลาง		1.80	0.32	ปานกลาง		5.46*

*P<.05

ตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดงบประมาณมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริหารสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อ 1 การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความเพียงพอ และข้อ 2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน

3.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่ และ

สถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดของการวิเคราะห์ในภาพรวมและในแต่ละด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4.16-4.22 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมและในแต่ละด้าน

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่	1.98	0.05	ปานกลาง	4	1.82	0.49	ปานกลาง	5	252*
2. การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์	2.17	0.48	ปานกลาง	1	2.07	0.41	ปานกลาง	1	1.64
3. การจัดบริการ	2.04	0.44	ปานกลาง	2	1.92	0.44	ปานกลาง	2	204*
4. การจัดกิจกรรม	1.88	0.39	ปานกลาง	6	1.78	0.33	ปานกลาง	6	240*
5. การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และ อุปกรณ์ต่าง ๆ	2.03	0.48	ปานกลาง	3	1.88	0.47	ปานกลาง	3	252*
6. การจัดงบประมาณ	1.92	0.34	ปานกลาง	5	1.85	0.37	ปานกลาง	4	1.64
รวมเฉลี่ย	1.99	0.37	ปานกลาง		1.87	0.34	ปานกลาง		263*

*P<.05

ตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่ สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดบริการ การจัดกิจกรรม และการจัดงบประมาณ ส่วนด้านที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	2.23	0.64	ปานกลาง	1	2.00	0.61	ปานกลาง	3	3.12*
2. การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม	2.21	0.74	ปานกลาง	2	2.13	0.68	ปานกลาง	1	0.94
3. มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	1.74	0.67	ปานกลาง	9	1.76	0.75	ปานกลาง	5	-0.15
4. การจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์	1.89	0.69	ปานกลาง	5	1.69	0.70	ปานกลาง	6	2.37*
5. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์	1.80	0.77	ปานกลาง	7	1.68	0.73	ปานกลาง	7	1.37
6. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์	1.79	0.75	ปานกลาง	8	1.64	0.76	ปานกลาง	8	1.56
7. การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน	2.21	0.63	ปานกลาง	2	2.11	0.66	ปานกลาง	2	1.28
8. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว	1.81	0.69	ปานกลาง	6	1.49	0.62	ปานกลาง	9	3.93*
9. การจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลภายนอกและทางจดหมาย	2.12	0.71	ปานกลาง	4	1.94	0.61	ปานกลาง	4	2.18*
รวมเฉลี่ย	1.98	0.7	ปานกลาง		1.83	0.68	ปานกลาง		2.52*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำออกจำหน่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และข้อมูลใดๆไปใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
*P<.05 ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ข้อ 4 การจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อ 8 การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว และข้อ 9 การจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลภายนอกและทางจดหมาย ส่วนข้อที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. หน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก	224	0.69	ปานกลาง	2	214	0.59	ปานกลาง	2	1.31
2. ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว	225	0.71	ปานกลาง	1	210	0.60	ปานกลาง	3	1.85
3. การจัดเคาเตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการผู้มาติดต่อเพื่อความสะดวกและสวยงาม	212	0.67	ปานกลาง	5	207	0.60	ปานกลาง	4	.69
4. การจัดโครงสร้างการบริหารโรงเรียนมีฝ่ายหรือแผนกเพื่อกำหนดนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์	224	0.70	ปานกลาง	2	197	0.60	ปานกลาง	7	3.35*

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
5. การมอบอำนาจในการตัดสินใจ ดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่เจ้า หน้าที่ผู้รับผิดชอบมีความเหมาะสม	2.15	0.62	ปานกลาง	4	2.00	0.55	ปานกลาง	6	2.02*
6. นโยบายเป้าหมายในการบริหาร และแผนงานของโรงเรียนได้จัดทำ เป็นหลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ได้ทราบอย่าง ชัดเจน	2.08	0.68	ปานกลาง	6	2.02	0.58	ปานกลาง	5	.73
7. มีการประสานงานเพื่อการ ประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนอาชีว ศึกษาเอกชนอื่น ๆ	2.08	0.66	ปานกลาง	6	2.23	0.64	ปานกลาง	1	-1.84
รวมเฉลี่ย	2.17	0.68	ปานกลาง		2.08	0.59	ปานกลาง		1.64

*P<.05

ตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีเพียง 2 ข้อ ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ข้อ 4 การจัดโครงสร้างการบริหารโรงเรียนมีฝ่ายหรือแผนกเพื่อกำหนดนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์ ข้อ 5 การมอบอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดบริการ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	ลำดับที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	ลำดับที่	
1. การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียน ไว้บริการ	2.07	0.69	ปานกลาง	3	2.09	0.70	ปานกลาง	2	-0.23
2. มีการกำหนดแผนงาน/โครงการ ในการจัดประชาสัมพันธ์ไว้ เผยแพร่	2.12	0.64	ปานกลาง	2	1.99	0.67	ปานกลาง	3	1.69
3. การจัดระบบการติดต่อสื่อสาร โดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับ หน่วยงาน อื่น ๆ ทั้งภายในและ ภายนอกโรงเรียน	2.21	0.74	ปานกลาง	1	2.28	0.67	ปานกลาง	1	-0.77
4. มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และ ผลงานทางหนังสือพิมพ์	1.87	0.77	ปานกลาง	5	1.54	0.62	ปานกลาง	5	3.88*
5. การจัดทำรายงานผลงานประจำ ปี เพื่อแสดงผลงานต่อบุคคล ภายนอกให้มีโอกาสได้ทราบ	1.91	0.53	ปานกลาง	4	1.70	0.46	ปานกลาง	4	2.97*
รวมเฉลี่ย	2.04	0.67	ปานกลาง		1.92	0.62	ปานกลาง		2.04*

*P<.05

ตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดบริการมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อ 4 มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานทางหนังสือพิมพ์ ข้อ 5 การจัดทำรายงานผลงานประจำปีเพื่อแสดงผลงานต่อบุคคลภายนอกให้มีโอกาสได้ทราบ ส่วนข้อที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชา พณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในด้านการจัดกิจกรรม

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดกิจกรรมและกรพบปะ สังสรรค์อย่างไม่เป็นทางการขึ้น ในโอกาสอันควร	1.90	0.67	ปานกลาง	8	1.70	0.52	ปานกลาง	9	2.73*
2. การจัดให้มีรายการประจำในการ เผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทาง วิทยุเป็นรายสัปดาห์	1.55	0.63	ปานกลาง	11	1.42	0.56	ปานกลาง	12	1.78
3. การจัดให้มีรายการประจำในการ เผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทาง โทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน	1.44	0.56	ปานกลาง	13	1.42	0.53	ปานกลาง	11	0.27
4. การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหว ในการดำเนินงานของโรงเรียน โดย ลงภาพข่าวทางหนังสือพิมพ์	1.65	0.64	ปานกลาง	10	1.59	0.59	ปานกลาง	10	0.86
5. การจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ ข่าวสารความรู้และผลงานขึ้น เป็นประจำ	1.82	0.58	ปานกลาง	9	1.75	0.62	ปานกลาง	7	0.93
6. การจัดทำเอกสารข่าวประจำวัน เพื่อเผยแพร่กับบุคคลภายนอก	1.55	0.68	ปานกลาง	12	1.53	0.62	ปานกลาง	6	0.14
7. การจัดทำจดหมายข่าว/จุลสาร เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ภายในให้บุคลากรได้ทราบ	2.01	0.70	ปานกลาง	5	1.76	0.61	ปานกลาง	1	3.08*
8. การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน	2.23	0.73	ปานกลาง	1	2.15	0.68	ปานกลาง	1	0.46
9. การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็นชัดเจน	2.18	0.72	ปานกลาง	2	2.15	0.56	ปานกลาง	2	0.34

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
10. การตีตประกาศข่าวสารบนป้าย ประกาศเป็นปัจจุบัน	2.16	0.63	ปานกลาง	3	2.06	0.60	ปานกลาง	3	1.39
11. การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วม ร่วมกิจกรรมของโรงเรียน เช่น งานวันสถาปนา	1.92	0.63	ปานกลาง	7	1.70	0.54	ปานกลาง	8	2.94*
12. การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนหรือ องค์กรอื่น ๆ ในการจัดนิทรรศการ หรือให้ความรู้แก่ประชาชน	2.07	0.66	ปานกลาง	4	1.99	0.54	ปานกลาง	4	1.19
13. การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนส่วน ราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ในการ แข่งขันกีฬา	2.00	0.68	ปานกลาง	6	1.86	0.49	ปานกลาง	5	1.98*
รวมเฉลี่ย	1.88	0.65	ปานกลาง		1.78	0.57	ปานกลาง		2.40*

*P<.05

ตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดกิจกรรมมีการปฏิบัติ ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่ม สถานศึกษาขนาดใหญ่สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 การจัดกิจกรรมและการพบปะสังสรรค์อย่างไม่เป็นทางการขึ้นในโอกาสอันควร ข้อ 7 การจัดทำจดหมายข่าว/จุลสาร เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในให้บุคลากรได้ ทราบ ข้อ 11 การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมกิจกรรมของ โรงเรียน เช่น งานวันสถาปนา และ ข้อ 13 การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ในการแข่งขันกีฬา ส่วนข้อที่ เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	ลำดับที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	ลำดับที่	
1. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์มีเพียงพอ	2.11	0.64	ปานกลาง	2	1.95	0.66	ปานกลาง	4	2.06*
2. การรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ในการทำงาน	2.12	0.61	ปานกลาง	1	1.99	0.62	ปานกลาง	1	1.79
3. การจัดระบบเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับส่วนราชการ เพื่ออำนวยความสะดวก	2.02	0.62	ปานกลาง	3	1.97	0.60	ปานกลาง	3	0.68
4. การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน	1.88	0.66	ปานกลาง	5	1.53	0.56	ปานกลาง	5	4.66*
5. เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ทันสมัยและมีความพร้อมในการทำงาน	2.01	0.63	ปานกลาง	4	1.98	0.68	ปานกลาง	2	0.45
รวมเฉลี่ย	2.03	0.63	ปานกลาง		1.88	0.62	ปานกลาง		2.52*

*P<.05

ตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์มีเพียงพอ ข้อ 4 การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน ส่วนข้อที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ด้านการจัดงบประมาณ

การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขต กรุงเทพมหานคร	ขนาดใหญ่ N = 167				ขนาดเล็ก N = 133				t
	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ปฏิบัติ	ลำดับ ที่	
1. การจัดสรรงบประมาณเพื่อการ ประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ	2.11	0.60	ปานกลาง	2	1.92	0.62	ปานกลาง	3	2.58*
2. การจัดสรรงบประมาณเพื่อ ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความ เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน	2.14	0.63	ปานกลาง	1	2.01	0.64	ปานกลาง	1	1.63
3. การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ ด้วยการขอ บริจาคและจัดงานพิเศษ	1.52	0.55	ปานกลาง	4	1.51	0.55	ปานกลาง	4	.20
4. แผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนได้รับการสนับสนุน งบประมาณ	1.92	0.64	ปานกลาง	3	1.97	0.61	ปานกลาง	2	-.59
รวมเฉลี่ย	1.92	0.61	ปานกลาง		1.85	0.61	ปานกลาง		1.64

*P<.05

ตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์ในสถานศึกษาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสถานศึกษาขนาดใหญ่สูงกว่ากลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อ 1 การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ ส่วนข้อที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และครูอาจารย์ ดังนี้

1. ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

ปัญหาและอุปสรรค

- 1) ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีงานที่ได้รับมอบหมายมากเกินไป (5)
- 2) บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ และขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (4)
- 3) บุคลากรขาดความรู้ในหลักการของการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง โดยใช้ครูอาจารย์ที่มีวุฒิการศึกษาในสาขาอื่นให้ทำหน้าที่รับผิดชอบ (6)
- 4) หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ไม่เข้าใจวิธีการที่จะขอความร่วมมือจากสื่อมวลชน (6)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ให้มากขึ้น (6)
- 2) ผู้บริหารควรจัดส่งครูอาจารย์ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เข้ารับการอบรม (5)
- 3) ผู้บริหารควรกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน (6)
- 4) ควรบรรจุบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาโดยตรงทางด้านนิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์ (2)

2. ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรค

- 1) ระบบการติดต่อสื่อสารภายในไม่สะดวกเท่าที่ควร (10)
- 2) เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ล้าสมัยไม่สวยงาม (11)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรปรับปรุงระบบการติดต่อสื่อสารภายในให้ดีขึ้น (6)
- 2) ผู้บริหารควรปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ให้สวยงามทันสมัยเพียงพอ (7)

3. ด้านการจัดบริการ

ปัญหาอุปสรรค

- 1) ขาดระบบฐานข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ (2)
- 2) การให้บริการมีเฉพาะการติดประกาศและแจกแผ่นพับเท่านั้น (5)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีก

- 2) ผู้บริหารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในแหล่งบริการทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ (6)

4. ด้านการจัดกิจกรรม

ปัญหาและอุปสรรค

- 1) บุคลากรในโรงเรียนไม่ค่อยให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และไม่กระตือรือร้นในการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ (3)
- 2) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์มีน้อย โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (5)
- 3) กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในสถานศึกษา และสถานศึกษากับชุมชนมีน้อยมาก (1)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรให้ครูอาจารย์และบุคลากรในโรงเรียนร่วมในการกำหนดนโยบายและแผนงานโครงการ (2)
- 2) ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายและแผนงานโครงการ โดยกำหนดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนและเด่นชัด (4)

5. ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

ปัญหาและอุปสรรค

- 1) วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีน้อย (5)
- 2) สื่อทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ล้าสมัย (8)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอ เหมาะสม (7)
- 2) ผู้บริหารควรปรับปรุงมาตรฐานของสื่อทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย และทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (6)

6. ด้านการจัดงบประมาณ

ปัญหาและอุปสรรค

- 1) การประชาสัมพันธ์ยังไม่ก้าวหน้า โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพราะขาดงบประมาณสนับสนุน (6)

- 2) เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอเพราะไม่ได้รับงบประมาณเพิ่มขึ้น (5)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ (4)
- 2) ผู้บริหารควรพิจารณางบประมาณเพื่อบรรจุบุคลากรที่มีวุฒิ ความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น (7)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ตามความคิดเห็นของผู้
บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้กรอบทฤษฎีของ อุตัย หิรัญโต (2520:
24) รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ
ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และด้านการจัดงบประมาณ
นอกจากนี้ยังศึกษาเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียน
เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละ
ด้าน โดยจำแนกตามตำแหน่ง และขนาดของสถานศึกษา โดยมุ่งหวังให้ผลการวิจัย ครั้งนี้เป็น
ข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้คือ 1) ผู้บริหารและครูอาจารย์ มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขต
กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและแต่ละด้านแตกต่างกัน และ 2) ผู้บริหารและครูอาจารย์ ใน
สถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชน
อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละด้าน
แตกต่างกัน

สำหรับประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร
รวม 70 แห่ง แบ่งเป็นผู้บริหาร 140 คน ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาตและผู้จัดการหรือครู/อาจารย์ใหญ่
70 คน และอาจารย์ผู้ได้รับการแต่งตั้งให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 70 แห่ง รวม
324 คน รวมประชากรทั้งสิ้น 464 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างประเภทผู้บริหาร เลือกแบบเจาะจง
(Purposive Random Sampling) เฉพาะผู้รับใบอนุญาตและผู้จัดการหรือครู/อาจารย์ใหญ่ ของ
โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สุ่มตัวอย่างได้
ในจำนวน 70 แห่ง แห่งละ 2 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารจำนวน 140 คน กลุ่มตัวอย่าง
ประเภทครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)
จากครูอาจารย์ผู้ได้รับแต่งตั้งให้รับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์ ในกรณีที่สถานศึกษานั้นมี

มากกว่า 3 คน ให้สุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างเพียง 3 คน จาก 70 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างประเภทครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 210 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนแรก เป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check-list) เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามจัดระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ มีคำถาม 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกำลังเจ้าหน้าที่ ด้านการจัดสำนักงาน ด้านการจัดบริการ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และด้านการจัดงบประมาณ รวมข้อคำถามทั้งหมด 43 ข้อ ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ได้คำนวณการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองกับผู้บริหารและครูอาจารย์จากโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม จำนวน 20 แห่ง โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร 1 คน และครูอาจารย์ 1 คน รวม 30 คน สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.92 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนพร้อมจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารและครูอาจารย์ทุกคนไปล่วงหน้า และกำหนดวันขอรับคืนด้วยตนเอง แบบสอบถามที่ได้รับคืนและอยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่จะนำมาวิเคราะห์ผลได้จำนวน 280 ฉบับ จากจำนวน 350 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 80

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social/Sciences/Personal Computer Plus) เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบตัวแปร วิเคราะห์โดยใช้ t-test การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน และขนาดของสถานศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับตอนที่ 4 ผลสรุปปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่ได้จากคำถามปลายเปิด จากตอนที่ 3 ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยจะนำผลไปใช้ประกอบการอภิปรายต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือเผยแพร่ในสื่ออื่นใดได้โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 คน เป็นเพศชายร้อยละ 67.14 เป็นเพศหญิงร้อยละ 32.86 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ ต่ำกว่า 40 ปีลงมาร้อยละ 48.21 รองลงมา มีอายุตั้งแต่ 40-50 ปี ร้อยละ 32.50 และมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.29 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ ร้อยละ 76.79 มีวุฒิปริญญาตรีและต่ำกว่า ที่เหลือร้อยละ 19.64 มีวุฒิปริญญาโท และอีกร้อยละ 3.57 มีวุฒิสสูงกว่าปริญญาโท

เมื่อจำแนกสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงานพบว่า มีประมาณร้อยละ 59.64 เป็นครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประจำสัมพันธ์ และที่เหลือร้อยละ 40.36 เป็นผู้บริหาร (ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ/และหรือครูใหญ่) และเมื่อจำแนกสถานภาพตามขนาดของสถานศึกษาพบว่า ประมาณร้อยละ 59.64 อยู่ในสถานศึกษาขนาดใหญ่ (จำนวนนักเรียนตั้งแต่ 1500 คนขึ้นไป) และที่เหลือร้อยละ 40.36 อยู่ในสถานศึกษาขนาดเล็ก (จำนวนนักเรียนต่ำกว่า 1500 คนลงมา)

ตอนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ทั้ง 6 ด้านดังนี้

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านปรากฏว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกด้าน จัดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดบริการ การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดงบประมาณ และการจัดกิจกรรม ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ในแต่ละด้านโดยสรุปดังนี้

5.1.1 ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และการจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนมีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม และการจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์ หรือแหล่งข่าวมีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2 ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และหน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวกมีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว และนโยบายเป้าหมายในการบริหารและแผนงานของโรงเรียนได้จัดทำเป็นหลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้ทราบอย่างชัดเจนมีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.3 ด้านการจัดบริการ

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดบริการมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และการจัดระบบการติดต่อสื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการและมีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานทางหนังสือพิมพ์ มีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.4 ด้านการจัดกิจกรรม

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดกิจกรรมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางเกือบทุกข้อ ยกเว้นข้อ 3 และการจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน มีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็นชัดเจน และการจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน มีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.5 ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการ

ปฏิบัติในระดับปานกลางเกือบทุกข้อ และการรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน มีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์มีเพียงพอ และการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชนมีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.6 ด้านการจัดงบประมาณ

ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่าการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในภาพรวมด้านการจัดงบประมาณ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางเกือบทุกข้อ และการจัดสรรงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน มีการปฏิบัติสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความเพียงพอและการใช้สื่อวิทยุและการหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วยการขอบริจาคและจัดงานพิเศษ มีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย

กล่าวโดยสรุประดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมและในแต่ละด้าน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ได้แก่ผู้บริหารและครูอาจารย์ และขนาดของสถานศึกษา ได้แก่ ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ปรากฏผลดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน ในภาพรวมและในแต่ละด้าน ทั้ง 6 ด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมและในแต่ละด้าน ทั้ง 6 ด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการจัดอัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่ การจัดบริการ การจัดกิจกรรม และการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในที่นี้ ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญจากการค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏว่า เป็นชายมากกว่าหญิง คือ เป็นชายร้อยละ 67.14 และมีอายุต่ำกว่า 40 ปีลงมามากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีมากกว่าผู้บริหาร คือมีมากถึงร้อยละ 59.64 ในด้านคุณวุฒิ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 76.79 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า และรองลงมาได้แก่ระดับปริญญาโท มีประมาณร้อยละ 19.64 และสูงกว่าปริญญาโท มีประมาณร้อยละ 3.57 ซึ่งพิจารณาได้ว่า ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ควรสนับสนุนให้ครูอาจารย์ได้มีการพัฒนาตนเองได้ศึกษาต่อ เพื่อเพิ่มคุณวุฒิให้สูงขึ้น ทั้งนี้เพราะในวงการศึกษาคูครูอาจารย์ควรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านวิชาการ ถึงแม้ว่าปริญญาจะไม่ใช่เครื่องประกันว่า ผู้บริหารหรือครูอาจารย์ผู้นั้นจะประสบความสำเร็จ หรือมีความสามารถก็ตาม

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามตำแหน่ง ได้แก่ ผู้บริหารซึ่งหมายถึงผู้รับใบอนุญาต ผู้อำนวยการหรือครูใหญ่ มีประมาณร้อยละ 40.36 ที่เหลือร้อยละ 59.64 เป็นครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และจำแนกตามขนาดของสถานศึกษาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59.64 สังกัดสถานศึกษาขนาดใหญ่ (มีนักเรียนนักศึกษาตั้งแต่ 1500 คนขึ้นไป) และอีกร้อยละ 40.36 สังกัดสถานศึกษาขนาดเล็ก (มีนักเรียนนักศึกษาน้อยกว่า 1500 คนลงมา)

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูอาจารย์ ทั้ง 6 ด้าน

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพัตรา ไผ่แก้ว (2533 :บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า "การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน" จากข้อมูลที่ค้นพบแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักถึง

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ซึ่งอนาคตแนวโน้มงานด้านการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะองค์การธุรกิจเอกชนจะมีการแข่งขันกันอย่างกว้างขวาง มีการขยายหน้าที่ความรับผิดชอบ ควรต้องมีการเพิ่มจำนวนบุคลากร เกือบทุกองค์การ มีการเพิ่มจำนวนโสตทัศนอุปกรณ์ งบประมาณ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะขยายตัวมากขึ้น โดยผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการปฏิบัติในด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การจัดบริการ การจัดหาเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การจัดงบประมาณ และลำดับสุดท้ายคือ การจัดกิจกรรม จากข้อมูลที่ค้นพบแสดงให้เห็นว่า โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร มักจะไม่เห็นหรือตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โดยพบว่า ด้านการจัดกิจกรรมมีการปฏิบัติเป็นลำดับสุดท้าย และการจัดงบประมาณเป็นลำดับที่ 5 ในขณะที่ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติสูงสุดเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมสอดคล้องกับกิจกรรม ซึ่งอุทัย หิรัญโต (2520 : 27) ได้กล่าวไว้ว่า “งบประมาณเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานของโรงเรียน เพราะเงินเป็นสิ่งเสริมให้งานมีคุณภาพ” แต่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องทำให้กิจกรรมต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายโดยเสียเงินน้อยที่สุด แต่ได้คุณภาพงานที่ดีที่สุด มีโรงเรียนเป็นจำนวนไม่น้อยที่พบว่า อุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปตามแผนและไม่บรรลุเป้าหมายได้นั้น เกิดจากปัจจัยด้านงบประมาณไม่เพียงพอ

ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดสรรเงินเพื่อการประชาสัมพันธ์ 25 % ของรายจ่ายทั้งหมด นอกจากจัดกิจกรรมของหน่วยงานแล้วจะต้องรวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานอื่นด้วย ถ้าจะเปรียบไปแล้ว โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ถือว่าเป็นหน่วยงานในวงการธุรกิจหน่วยงานหนึ่ง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ของวงการธุรกิจจะมีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะองค์การธุรกิจเอกชนนั้น มีการแข่งขันกันอย่างกว้างขวาง ธุรกิจเอกชนบางแห่งได้ทุ่มเทเงินไปในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมากมาย แม้ว่าการจัดกิจกรรมบางอย่างจะมีได้หวังผลในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสินค้าหรือบริการของธุรกิจโดยตรงก็ตาม แต่ผลลัพธ์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์จะไม่ปรากฏเป็นตัวเลขหรือจำนวนร้อยละให้เห็นได้ชัดเจน แต่การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ย่อมก่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนต่อกัน ซึ่งจะได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะวงการธุรกิจประเภทสถานศึกษาเอกชน ย่อมต้องการได้รับความศรัทธา ความไว้วางใจ เชื่อมมั่น ในตัวองค์กรนั้น ๆ

ผู้ปกครองนักเรียนนักศึกษา จึงจะฝากอนาคตของบุตรหลานไว้กับโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา เหล่านั้น ซึ่งผู้วิจัยมีประเด็นอภิปรายในแต่ละด้านดังนี้

5.2.1 ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภท วิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อ พิจารณารายข้อค้นพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ และข้อที่น่าสนใจคือ การจัดทำ หน้าติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน ซึ่งมีการปฏิบัติมากที่สุดเป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจ เป็นเพราะในสังคมปัจจุบันปัญหาการทะเลาะวิวาทระหว่างสถาบันยกพวกตีกัน หรือพหุอาชญา กรรม ปัญหาการประทุพติผิดกฎหมาย ที่เป็นปัญหาสังคมมักเกิดจากเด็กนักเรียนนักศึกษาสายอาชีพ ประเภทอาชีวศึกษา ซึ่งโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ที่เป็นกลุ่มประชากรศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ด้วย ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนอาชีวศึกษา ต้องจัดวางตัวบุคคล เพื่อติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนโดยเฉพาะทุกแห่ง นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้วยังอาจ วิเคราะห์ได้ว่า เพื่อติดตามข่าวสารทั้งในด้านบวกและด้านลบซึ่งสื่อสารมวลชนอาจมีการลงข่าว หรือกล่าวอ้างถึงโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องหวังเพียงเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจเท่านั้น หากมี ปัญหาข้อเข้าใจผิดเกิดขึ้นจะได้แก้ไขได้ทันที่และไม่ก่อให้เกิดปัญหาบานปลายในอนาคต และถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ แต่ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีการคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ ประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีความเหมาะสม และจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน อย่างชัดเจน โดยดูจากมีการปฏิบัติอยู่ใน 3 ลำดับแรก แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อที่น่าสนใจคือ การจัดทำหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ การ สัมภาษณ์หรือแถลงข่าว ซึ่งผลการวิจัยค้นพบว่า นอกจากจะมีการปฏิบัติในระดับปานกลางแล้ว ยังเป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์ยังขาดประสบ การณ์ไม่เข้าใจกระบวนการและขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จึงควรมีการแต่งตั้งหรือคัดเลือกหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติ ตามที่ อุทัย หิรัญโต กำหนดว่าควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

- 1) มีความรู้ความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
- 2) มีความเข้าใจในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ที่จะมีผลต่อสถาบัน
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์ดีสามารถปรับตัวให้เข้ากับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้
- 4) เข้าใจสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

- 5) มีทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อและสามารถผลิตรายการเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชนเช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุได้
- 6) มีความสามารถในการบริหารงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 7) มีความรอบรู้และมีระดับความรู้พื้นฐานสูง (อุทัย หิรัญโต. 2520:50)

และได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ร่วมงาน (Staff) ว่า "ควรจะเป็นบุคคลที่มีความสามารถเฉพาะตรงกับส่วนประกอบย่อยของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่จะต้องปฏิบัติ มีความรับผิดชอบ และมีคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์อย่างครบถ้วน"

นอกจากนี้ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาคณะวิจิตรเกล้าฯ จัดวางตัวบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน ซึ่งอุทัย หิรัญโต ได้กำหนดหน้าที่แบ่งเป็น 4 พวก คือ

- 1) เจ้าหน้าที่บริการ ได้แก่ช่างภาพ ช่างศิลป์ ช่างอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะคอยให้บริการด้านถ่ายรูปออกแบบเขียนภาพ ฉายภาพยนตร์ สไลด์ ติดตั้งควบคุมเครื่องขยายเสียง เป็นต้น
- 2) เจ้าหน้าที่รวบรวมข่าวสาร ได้แก่ บรรณารักษ์ นักค้นคว้าวิจัย เจ้าหน้าที่ตรวจตัดข่าวหนังสือพิมพ์ และรวบรวมภาพถ่ายไว้เพื่ออ้างอิงและใช้ประกอบการเขียนข่าว
- 3) เจ้าหน้าที่ด้านโฆษณาเผยแพร่ ได้แก่ ผู้เรียบเรียงเอกสาร ซึ่งทำหน้าที่เขียนข่าวบทความสารคดีเพื่อโฆษณาเผยแพร่ไปลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสารตลอดจนวารสารต่าง ๆ รวมทั้งออกอากาศวิทยุ โทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ผลิต สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ปาร์กที่ออกไปกับรถข่าวสารเคลื่อนที่ ผู้ต้อนรับและบรรยายสรุปเวลามีแขกมาเยี่ยมชมชมหน่วยงาน ฯลฯ
- 4) เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ได้แก่ผู้ที่ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารวางแผนดำเนินการทางด้านงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ดำเนินไปตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ (อุทัย หิรัญโต. 2520 : 50)

และยังสอดคล้องกับ Edward L. Berney (กล่าวอ้างโดย ชัยนันท์ นันทพันธ์ : 2521) ที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่า "ต้องเป็นคนที่มุ่งมั่นในการทำงานอย่างจริงจัง มองเห็นปัญหาต่าง ๆ อย่างทะลุปรุโปร่ง ต้องปราศจากอคติ รักความจริงและสุจริตรอบคอบ เป็นคนมั่นคงในอาชีพนี้ มีวิจารณ์ญาณและสามารถวินิจฉัยปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างถี่ถ้วน มีนิสัยอยากรู้อยากเห็น และมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาที่ได้พบเห็น"

5.2.2 ด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยค้นพบว่าการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค้นพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ โดยที่โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา มีการจัดสำนักงานหน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การจัดสำนักงานให้เห็นเด่นชัดก็เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ อำนวยความสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนผู้มาติดต่อ และสำนักงานประชาสัมพันธ์ยังเป็นหน่วยงานแรกที่ต้องคอยรับหน้ากับผู้ที่มาติดต่อกับโรงเรียน และถือเป็นหน้าเป็นตาของโรงเรียน หากมีผู้มาติดต่อและพนักงานพูดจาไม่เพราะ ก็อาจทำให้เสียชื่อเสียงซึ่งยากที่จะเรียกกลับคืนได้ภายในวันสองวัน ซึ่งสอดคล้องตามหลักทั่วไปที่พึงยึดถือของ อุทัย นีรัญโต (2520 : 50) ที่ว่า "โต๊ะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือติดต่อสอบถาม ควรอยู่ในที่เห็นได้ชัดเป็นด่านแรกสำหรับผู้มาติดต่อ" นอกจากนี้ยังมีระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว และมีการประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาอื่น ๆ อีกด้วย

ผู้วิจัยมีข้อที่น่าสนใจคือ ข้อที่มีการปฏิบัติต่ำเป็นลำดับสุดท้ายคือ นโยบายเป้าหมายในการบริหารและแผนงานของโรงเรียนได้จัดทำเป็นหลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ได้ทราบอย่างชัดเจน ในประเด็นนี้ผู้บริหารควรมีการกำหนดนโยบาย ซึ่งเป็นเป้าหมายขององค์กร และควรมีการวางแผนงานเพื่อให้สมาชิกในองค์กรทราบ และดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยอาจกำหนดเป็นขั้นตอนการดำเนินงาน กล่าวคือขั้นแรก ควรมีการสำรวจสภาพเพื่อศึกษาข้อเท็จจริงและปัญหาต่าง ๆ ขั้นที่ 2 นำปัญหานั้นมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ และขั้นที่ 3 วางแผนใช้สื่อมวลชนหรือเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มประชาชน ระยะเวลาและค่าใช้จ่าย และขั้นสุดท้ายคือ ขั้นตอนตรวจสอบผลการปฏิบัติงานว่าได้ผลมากน้อยเพียงใด ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว สามารถแก้ปัญหาได้หรือไม่ ถ้าหากไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ก็จะได้อาวิธีแก้ไขข้อบกพร่องเหล่านั้นต่อ เหล่านี้คืองานของผู้บริหารที่เป็นนักจัดการที่แท้จริง ควรจะต้องกระทำอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อใช้เป็นแนวให้กับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้ถือปฏิบัติ สอดคล้องกับคำกล่าวของ พยอม วงศ์สารศรี ที่กล่าวถึงการจัดการไว้ว่า

1. การจัดการเป็นศิลปะของการให้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร

โดย การตอบสนองของความต้องการ ความคาดหวัง และจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

2. การจัดการเป็นกระบวนการ (Management as a Process)

ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

- 2.1 การวางแผน
- 2.2 การจัดองค์การ
- 2.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน
- 2.4 การสั่งการ
- 2.5 การควบคุม

3. การจัดการ คือ กลุ่มของผู้จัดการ (Management as a group of Manager) ที่ทำหน้าที่บริหาร หรือจัดการกิจการต่าง ๆ ในองค์การ เป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายขององค์การและประสานงานให้สมาชิกในองค์การดำเนินการไปในทิศทางที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน (พยอม วงศ์สารศรี. 2528 : 27-29)

5.2.3 ด้านการจัดบริการ

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค้นพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ มีการจัดระบบการติดต่อ สื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในภายนอกโรงเรียน และมีการ จัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการ อาจเป็นเพราะว่า เครื่องมือเครื่องใช้ดังกล่าว เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีอยู่แล้ว และการทำข้อมูลสถิติก็ถือเป็นงานประจำที่ต้องทำเพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบ จึงมีการปฏิบัติมาเป็นลำดับแรก

นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การจัดกิจกรรมโดยมีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ และผลงานทางหนังสือพิมพ์ มีการปฏิบัติในระดับปานกลางและค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านหนังสือพิมพ์มากนัก ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาจึงควรเพิ่มบทบาทในการจัดบริการดังกล่าวให้มากขึ้น ก็จะสอดคล้องกับคำกล่าวของอุทัย หิรัญโต (2520 : 93) ที่ได้กล่าวไว้ว่า "สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุดในปัจจุบันนี้ได้แก่ การหนังสือพิมพ์ (Press) ซึ่งตามความหมายอย่างกว้างครอบคลุมถึงสื่อมวลชนทุกประเภท รวมทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ นิตยสารและหนังสือต่าง ๆ การหนังสือพิมพ์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำข่าวสารไปสู่ประชาชนได้รวดเร็ว และทั่วถึงที่สุด และยังเป็นแหล่งความรู้ เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความร่วมมือและสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลกับเอกชน"

5.2.4 ด้านการจัดกิจกรรม

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภท วิชาพาณิชยกรรม ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค้นพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ยกเว้นกรณีที่ผู้จัดทำเป็นนักศึกษา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ ยกเว้นข้อ 3 ซึ่งมีการปฏิบัติน้อย ข้อที่มีการปฏิบัติมากได้แก่ การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็นชัดเจน และการติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน นั้นเป็นเพราะว่า กิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายน้อย ทำง่ายและเข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัย แต่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชนโดยรวมมากนัก ดังนั้น หากผู้บริหารจะได้วางแผนจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โดยรวม โดยการใช้สื่อให้หลากหลายและครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการแล้วจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับที่อุทัย นิรัญโต (2520 : 27-28) ได้กำหนดไว้ว่า "การดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล จะต้องยึดหลักสำคัญที่ต้องปฏิบัติดังนี้ 1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 2) การสำรวจทัศนคติและความคิดเห็น 3) การศึกษากระแสประชาคม 4) การบอกกล่าวเผยแพร่ 5) การติดต่อสื่อสาร 6) การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด และ 7) การติดตามผล

อีกประการหนึ่งผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดทำมีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน มีการปฏิบัติในระดับน้อยและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยการจัดรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ทางวิทยุและโทรทัศน์ เป็นรายสัปดาห์และรายเดือน ต้องใช้งบประมาณที่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการเปรียบเทียบระดับปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์พบว่า ทั้งผู้บริหารและครูอาจารย์มีความเห็นว่า โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการจัดทำมีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางวิทยุและโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์และรายเดือน และการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างค่านิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นเครื่องบ่งชี้ได้ว่า ผู้บริหารจะวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าของการลงทุนในการใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน แสดงให้เห็นว่า โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์น้อยกว่าด้านอื่น ๆ

5.2.5 ด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค้นพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีการรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการใช้งาน นอกจากนี้ยังมีวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์เพียงพอ ทั้งนี้เพราะเครื่องมือเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เช่น กล้องถ่ายรูป

ฟิล์ม เทปบันทึกเสียง โทรศัพท์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องฉายสไลด์ แผ่นผัง แผนภูมิ แผนที่ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา ตลอดจนรถยนต์ เป็นอุปกรณ์ที่มีราคาแพง และหากไม่มีการบำรุงรักษาให้ใช้ได้ตลอดเวลา อาจทำให้การประชาสัมพันธ์หยุดชะงักได้ และต้องมีความพร้อมที่จะใช้งานได้ตลอดเวลาอีกด้วย

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือผลการวิจัยค้นพบว่า การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างค่านิยมและความเข้าใจที่ดีแก่สาธารณชน มีการปฏิบัติในระดับน้อยและค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นดังกล่าว สอดคล้องกับผลการค้นพบในด้านการจัดกิจกรรม ซึ่งค้นพบว่า การจัดทำมีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทรทัศน์เป็นรายสัปดาห์/รายเดือน ดังได้กล่าวมาแล้ว

5.2.6 ด้านการจัดงบประมาณ

ผลการวิจัยค้นพบว่า การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการจัดงบประมาณ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค้นพบว่า มีการปฏิบัติในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมและเพียงพอ ในกรณีนี้ นักวิชาการ อุทัย หิรัญโต (2520 : 27) กล่าวถึงเรื่องการจัดงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ “การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์การ หรือแล้วแต่การมองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์”

ประเด็นที่โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการเป็นลำดับสุดท้ายคือ การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการ ขอบริจาคและจัดงานพิเศษ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะหรือตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์

การที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ผลการเปรียบเทียบพบว่า สอดคล้องกันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในแต่ละ

ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มครูอาจารย์ทุกด้านและทุกข้อ ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจจะ เป็นเพราะผู้บริหารเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายจึงทำให้มีความเข้าใจเป็นอย่างดีที่ได้จัดทำ และกำหนดไว้อย่างเหมาะสมดีแล้ว แต่ในมุมมองของครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานตามนโยบายและปฏิบัติด้วยตนเอง จึงเป็นผลให้ครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ระบุปัญหาและอุปสรรคความเพียงพอเหมาะสมตามสภาพที่ปฏิบัติจริง ดังจะพิจารณาได้จากผลการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของผู้บริหารเกือบทุกข้อในแต่ละด้าน โดยเฉพาะในด้านการจัดบริการครูอาจารย์มีความเห็นว่าการจัดระบบการติดต่อสื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ซึ่งตรงข้ามกับผู้บริหารมีความเห็นว่าการปฏิบัติในระดับมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้บริหารจัดลำดับการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่เป็นลำดับที่ 2 ในขณะที่ครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จัดเป็นลำดับที่ 6 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในฐานะผู้ปฏิบัติเห็นว่าการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ยังไม่เพียงพอเหมาะสม ดังนั้นผู้บริหารควรได้พิจารณาวิเคราะห์งาน กำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลให้ชัดเจนเพื่อการ จัดอัตรากำลังที่เหมาะสม

จากข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะงานหรือตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ สถานศึกษาขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก

ผลการเปรียบเทียบพบว่า สอดคล้องตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ นั่นคือ ผู้บริหาร และครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มผู้บริหารและครูอาจารย์จากสถานศึกษาขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มผู้บริหารและครูอาจารย์จากสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่ง สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า สถานศึกษาขนาดใหญ่ย่อมมีงบประมาณการจัดสรรเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดการประชาสัมพันธ์ได้มากกว่าสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของอุทัย หิรัญโต (2520 : 27) ที่กล่าวว่า “การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมากน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับขนาดและโครงการของแต่ละองค์

การ” และเมื่อมีงบประมาณ อุปกรณ์เครื่องมือเพียงพอก็ย่อมดำเนินการในด้านการบริการและการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ได้มากกว่าเช่นกัน และหากพิจารณาในด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่สถานศึกษาขนาดใหญ่ย่อมมีอัตรากำลังได้เพียงพอเหมาะสมกว่าสถานศึกษาขนาดเล็ก

แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ในด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์และการจัดงบประมาณ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็สถานศึกษาขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม จะดำเนินการในเรื่องการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอันดับแรก และมีการวางแผนจัดสรรงบประมาณให้เหมาะสมกับแผนงานโครงการของสถานศึกษา และขนาดของสถานศึกษา โดยเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ภายในเป็นหลัก

ผู้วิจัยพบสิ่งที่น่าสนใจในด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ พบว่า สถานศึกษาขนาดเล็กมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสถานศึกษาขนาดใหญ่ ในข้อ 3 มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็กมีความพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ให้สูงขึ้น ซึ่งมีการจัดฝึกอบรมมากกว่าสถานศึกษาขนาดใหญ่ นอกจากนี้ในด้านการจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข้อ 7 มีการประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษาอื่น ๆ และด้านการจัดบริการ ข้อ 1 การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการ และข้อ 3 การจัดระบบการติดต่อสื่อสาร โดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อการติดต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน แสดงให้เห็นว่า ด้วยข้อจำกัดของทรัพยากรที่สถานศึกษาขนาดเล็กมีอยู่นั้น ทำให้สถานศึกษาขนาดเล็กต้องให้การประสานสัมพันธ์และติดตามแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลจากสถานศึกษาอื่น ๆ

จากข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า ขนาดของสถานศึกษามีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อไปนี้ ผู้วิจัยอาศัยผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นพื้นฐาน และด้วยเจตนารมย์ที่จะสร้างผลงานวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการบริหารงานของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว โดยมุ่งหวังให้ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ นำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์แก่ผู้บริหารและครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการจัดการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้หรือแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารและครูอาจารย์มีการจัดการประชาสัมพันธ์ในระดับมากน้อยเพียงใด สมควรต้องมีการปรับปรุงพัฒนาการจัดการ

ประชาสัมพันธ์ในแต่ละด้านให้เป็นระบบ เพื่อให้การจัดการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา โดยผู้วิจัยขอเสนอแนะเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้คือ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและครูอาจารย์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

5.3.1.1 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เข้าใจและให้ความเอาใจใส่อย่างจริงจังต่อปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

5.3.1.2 ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ครูอาจารย์และบุคลากรในโรงเรียน มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และวางแผนงานการจัดการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจอย่างมีเอกภาพ

5.3.1.3 ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายและแผนงานโครงการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการบริการการจัดกิจกรรมให้แน่นอนและชัดเจน

5.3.1.4 ผู้บริหารควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ตามความเหมาะสมหรืออาจประชาสัมพันธ์เป็นกลุ่มสถานศึกษาในเครือข่ายซึ่งช่วยประหยัดงบประมาณ

5.3.1.5 ผู้บริหารควรวางแผนจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมกับแนวโน้มการขยายตัวของ การประชาสัมพันธ์ในอนาคต โดยการเพิ่มอัตราค่าจ้างคน วัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ สื่อโสตทัศนอุปกรณ์

5.3.1.6 ผู้บริหารควรสรรหาบุคลากรที่มีวุฒิ มีความรู้ ความสามารถทางด้าน การประชาสัมพันธ์ หรือมีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และหรือพัฒนาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วให้มีศักยภาพสูงขึ้น

5.3.1.7 ผู้บริหารควรปรับปรุงมาตรฐานของสื่อโสตทัศนอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย และทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

5.3.1.8 ผู้บริหารควรจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการลงในอินเทอร์เน็ต

5.3.1.9 ผู้บริหารควรปรับปรุงสถานที่ การจัดสภาพสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สวยงาม สะอาด โดดเด่นและทันสมัย เชื้อต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5.3.2.1 ครูอาจารย์ควรพัฒนาตนเอง โดยการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของการประชาสัมพันธ์

5.3.2.2 ครูอาจารย์ควรปรับปรุงดูแลสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ในการ ประชาสัมพันธ์ให้สะอาดสวยงาม และอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ เพื่อให้การบริการมี ประสิทธิภาพ ประทับใจแก่ผู้มาติดต่อขอใช้บริการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร ของสำนักงานการศึกษาเอกชน หรือผู้ กำกับดูแลโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ดังนี้

5.3.3.1 ควรส่งเสริมสนับสนุนและประสานงานให้มีการรวมตัวกันของสถาน ศึกษาเอกชนประเภทเดียวกัน ในการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดกิจกรรมทางวิชาการ จัดการแข่งขันทางวิชาการ จัดนิทรรศการและการประชุมสัมมนาในเรื่องต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ ตลอดจน การจัดกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการประชาสัมพันธ์สถานศึกษาเหล่านั้น และเกิดประโยชน์ต่อสังคม ส่วนรวม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

5.3.4 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.4.1 ศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภท วิชาช่างอุตสาหกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3.2.1 ศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภท วิชาพาณิชยกรรม ในส่วนภูมิภาค เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กิตติมา ปรีดีดิถลก. 2524. ทฤษฎีบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะ
ศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

เกษม จันทร์น้อย. 2532. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษา." ในการ
สัมมนาทางวิชาการเรื่องสถาบันอุดมศึกษากับยุทธศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์.
วันที่ 22-24 พฤศจิกายน วิทยาลัยครูสวนสุนันทา.

เกษม จันทร์น้อย. 2521. "งานประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษา." ในสรุปผลการสัมมนาเทคนิค
ประชาสัมพันธ์ของครูสภา." กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการครูสภา.

ชม ภูมิภาค. 2516. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : รุ่งวัฒนา.

ชลัช จงสีปพันธ์. 2519. "รายงานทางวิชาการเรื่องงานประชาสัมพันธ์" กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. เอกสารอัดสำเนา.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ. 2518. สถานภาพการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์
ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สารมวลชน.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2522. การประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ :
เรือนแก้วการพิมพ์.

ธนะศักดิ์ รอดเมฆ. 2527. "การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่
สังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตการศึกษา 6." วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิพนธ์ ศศิธร. 2523. การจัดระเบียบองค์การปัจจุบันและอนาคต. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
พิมพ์เนศ,

ปราณี พรรณวิเชียร. 2528. หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : สุวรรณสารการพิมพ์.

ปรีชา หัพพกุล ณ อยุรยา และวีรพจน์ เวชชประสิทธิ์. 2523. อาชีวศึกษาและการแนะแนว
อาชีพ. กรุงเทพฯ : พิทักษ์อักษร.

พยอมน วงศ์สารศรี. 2528. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.

ปิฎกโชติ สาร. 2524. หลักบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว. 2528. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.

วิจิตร อวระกุล. 2522. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, ด้านการค้า

วิจิตร อวระกุล. 2534. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : O.S Printing House Co., Ltd., ไม่ว่าการค้า

- สมพงษ์ เกษมสิน. 2523. การบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สะอาด ตันศุภผล. 2507. "การประชาสัมพันธ์ของนักบริหาร." คู่มือการเข้าถึงประชาชน
ของกระทรวงมหาดไทย. พระนคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.
- สะอาด พรหมน้อย. 2524. "การจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัด
อุดรดิตต์." วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุเทพ เดชะชีพ. 2531. "คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร."
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพิชญา อีระกุล. 2522. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน. กรุงเทพฯ :
ชนิษฐาการพิมพ์.
- สุพัตรา ไผ่แก้ว. 2533. "การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา
กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2532. "กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์." ในการสัมมนาทางวิชาการ
เรื่องสถาบันอุดมศึกษากับยุทธศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์ วันที่ 22-24 พฤศจิกายน
วิทยาลัยครูสวนสุนันทา.
- อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2533. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรอุบล ภูบัวเฟื่อน. 2532. "การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานภาพการดำเนินงาน
งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์นิเทศ
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- อุทัย หิรัญโต. 2520. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- Edward Starr. 1968. Public Relations. New York : Oceana Publication, Inc.
- Gulick, Luther and Lydall, F. 1973. "Notes on the Theory of Organization." in Papers on
the Science of Administration. New York : Augustar M. kelley.
- Handly J. & Christian, H. 1949. Public Relations in Management. New York : McGraw-
Hill Book Company.
- Joseph L. 1964. Essentials of Management. Quenzon City : Phoenix Press Inc..
- Mass Communication Dictionary. 1961. New York : Philosophical Library, Inc.

Michael A. and Others 1978.. *Effective Management*. Minn : West Publishing Co.

Scott M. and Center, H. 1971. *Effective Public Relation*. New York : Prentice Hall, inc.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกเป็นประเภท
ผู้บริหารและครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ที่	ชื่อโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	ประชากร			กลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประชา สัมพันธ์	รวม	ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประชา สัมพันธ์	รวม
1	วิมลพาณิชยการศรีย่าน	2	6	8	2	3	5
2	ตั้งตรงจิตรพาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
3	อรรณวิทย์พาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
4	สาธิตประดิษฐ์พาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
5	พาณิชยการราชดำเนิน	2	6	8	2	3	5
6	มิตรพลพาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
7	พาณิชยการสยาม	2	6	8	2	3	5
8	พาณิชยการจ่านงค์	2	6	8	2	3	5
9	อัสสัมชัญพาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
10	พาณิชยการสันติราษฎร์	2	6	8	2	3	5
11	เซนต์จอห์นโปลิเทคนิค	2	6	8	2	3	5
12	เกษมโปลิเทคนิค	2	6	8	2	3	5
13	กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย	2	6	8	2	3	5
14	ดุสิตพาณิชยการ	2	6	8	2	3	5
15	เทคโนโลยีกรุงเทพ	2	5	7	2	3	5
16	โยนออฟอาร์คพาณิชยการ	2	5	7	2	3	5
17	พาณิชยการสุโขทัย	2	5	7	2	3	5
18	พาณิชยการสีลม	2	6	8	2	3	5
19	สยามบริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
20	พาณิชยการสามเสน	2	4	6	2	3	5
21	รัตนพาณิชยการ	2	4	6	2	3	5
22	เทคโนโลยีบริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
23	ศรีวัฒนาบริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
24	สหพาณิชย์แผนก พาณิชยการ	2	4	6	2	3	5
25	พาณิชยการมีนบุรี	2	4	6	2	3	5
26	พาณิชยการมิตรภาพ	2	4	6	2	3	5

ที่	ชื่อโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	ประชากร			กลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประจำ สัมพันธ์	รวม	ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประจำ สัมพันธ์	รวม
27	สายประสิทธิ์พานิชยการ	2	4	6	2	3	5
28	พานิชยการกรุงเทพ	2	4	6	2	3	5
29	กุลสิริเทคโนโลยี	2	5	7	2	3	5
30	พานิชยการจรัสสินทวงศ์	2	5	7	2	3	5
31	พานิชยการภาษาอนุสรณ์บาง แค	2	4	6	2	3	5
32	เทคนิคพานิชยการธนบุรี	2	4	6	2	3	5
33	กรุงเทพวิจิตรศิลป์และ พานิชยการ	2	5	7	2	3	5
34	บุษยรัตน์พานิชยการ	2	4	6	2	3	5
35	พานิชยการบางซ้อ	2	4	6	2	3	5
36	ดรุณพิทยาพานิชยการ	2	5	7	2	3	5
37	กิตติพานิชย์แผนก พานิชยการและธุรกิจ	2	4	6	2	3	5
38	ณะดุสิตยพิทยาธุรกิจและ พานิชยการ	2	4	6	2	3	5
39	เทคนิควิมลบริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
40	พานิชยการบางโพ	2	4	6	2	3	5
41	เทคนิคกรุงเทพพานิชยการ	2	4	6	2	3	5
42	ไทยบริหารธุรกิจและ พานิชยการ	2	4	6	2	3	5
43	มหานครพานิชยการ	2	5	7	2	3	5
44	พานิชยการธัชรินทร์	2	5	7	2	3	5
45	กรุงเทพธุรกิจพานิชยการ	2	4	6	2	3	5
48	เทคนิคบริหารธุรกิจ กรุงเทพ	2	4	6	2	3	5
49	ศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
50	พานิชยการรัตนโกสินทร์	2	5	7	2	3	5
51	พานิชยการเจ้าพระยา	2	5	7	2	3	5

ที่	ชื่อโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร	ประชากร			กลุ่มตัวอย่าง		
		ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประจำ สัมพันธ์	รวม	ผู้บริหาร	ครู/อาจารย์ผู้ ปฏิบัติงาน ประจำ สัมพันธ์	รวม
52	สยามธุรกิจพาณิชยกรรม	2	5	7	2	3	5
53	พระนครพาณิชยกรรม	2	4	6	2	3	5
54	เทคนิคบูรณพันธ์	2	4	6	2	3	5
55	สารสาสน์โปลีเทคนิค	2	4	6	2	3	5
56	วิบูลย์บริหารธุรกิจ	2	5	7	2	3	5
57	บริหารธุรกิจนานาชาติ	2	4	6	2	3	5
58	เทคโนโลยีปิ่นมณฑล	2	5	7	2	3	5
59	อานันทพาณิชยกรรม	2	5	7	2	3	5
60	เทคนิควิทยา	2	4	6	2	3	5
61	เทคนิคพาณิชยกรรมจ่านงค์ เขตบึงกุ่ม	2	5	7	2	3	5
62	เทคโนโลยีดุสิต	2	4	6	2	3	5
63	พนมเทคนิคช่างกล- พาณิชยกรรม	2	4	6	2	3	5
64	เทคโนโลยีประชาชื่น	2	5	7	2	3	5
65	เซนต์จอห์นเทคนิคกรุงเทพ	2	5	7	2	3	5
66	ไทยโปลีเทคนิคกรุงเทพ	2	5	7	2	3	5
67	พาณิชยกรรมสีลม เขตบางเขน	2	5	7	2	3	5
68	เทคโนโลยีบางกะปิ	2	5	7	2	3	5
69	อุดมเกษมบริหารธุรกิจ	2	4	6	2	3	5
70	เทคนิคศรีวัฒนา	2	4	6	2	3	5
	รวม	140	324	464	140	210	350

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำสั่งคณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ 63/2540

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและ
โครงการวิทยานิพนธ์ของ นางอรพรรณ สินประสงค์

เพื่อให้การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ของ นางอรพรรณ สินประสงค์ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงให้ยกเลิกคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและโครงการวิทยานิพนธ์ของ นางอรพรรณ สินประสงค์ ที่ 36/2538 และให้แต่งตั้งคณะกรรมการดังกล่าว เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ดังมีรายนามต่อไปนี้แทน

1. คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.เมธี	ปิ่นธนาพันธ์	ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์
ดร.สวัสดิ์	อุดมโภชน์	ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม
ผศ.ดร.เนาวรัตน์	วิไลชนม์	ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม

2. คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและโครงการวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร.เนาวรัตน์	วิไลชนม์	ประธานประจำสาขาวิชา
อาจารย์อัจฉรา	สิบสินธุ์สกุลไชย	กรรมการประจำสาขาวิชา
ดร.มาลัย	จิรวัดนเกษตร์	กรรมการประจำสาขาวิชา
รศ.ดร.เมธี	ปิ่นธนาพันธ์	กรรมการ
ดร.สวัสดิ์	อุดมโภชน์	กรรมการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒ / มีนาคม พ.ศ. 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำออกไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และ (รศ.ดร.ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์) รังที่มีการนำไปใช้
คนบดี



ประกาศบัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา ที่ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการ ดังนี้

ได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2540

1.นางอรพรรณ สิ้นประสงค์ ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียน เอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยมี รศ.ดร.เมธี ปิรันธนานนท์ เป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และ ดร.สวัสดิ์ อุคมโกชน เป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของบัณฑิตวิทยาลัย

ประกาศ ณ วันที่ ๕๔ เมษายน พ.ศ. 2540

(รศ.ดร.มนัส ตั้งวรศิลป์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 1142

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนจตุรทิศ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

17 เมษายน 2540

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ดร.จรวัยพร ธรนิรินทร์

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะช่วยตรวจแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยให้กับนักศึกษาปริญญาโทได้

จึงเรียนมาเพื่อขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามของนักศึกษาชื่อ นางอรพรรณ สิ้นประสงศ์ ซึ่งจะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คนบตี

งานบัณฑิตศึกษา

โทร. 3266052-6101 ต่อ 663,642

โทรสาร 326904

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่จำกัดใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 1143

คณะกรรมการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

17 เมษายน 2540

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ดร.ดิเรก ทองสีมา

ด้วยคณะกรรมการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะช่วยตรวจแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยให้กับนักศึกษาปริญญาโทได้

จึงเรียนมาเพื่อขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามของนักศึกษาชื่อ นางอรพรรณ สีนประสงค์ ซึ่งจะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คณะกรรมการ หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คณบดี

งานบัณฑิตศึกษา

เอกสารนี้ โทร. 3266052-6101 ต่อ 663,642

การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรสาร 326904



ที่ ทม 1504/ 11.1.2

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนจตุรทิศ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

/7 เมษายน 2540

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบตาม

เรียน ผศ.ดร.สิงห์ทอง สุธมภ์

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะช่วยตรวจแบบสอบตามที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยให้กับนักศึกษาปริญญาโทได้

จึงเรียนมาเพื่อขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบตามของนักศึกษาชื่อ นางอรพรรณ สีนประสงค์ ซึ่งจะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คณบดี

งานบัณฑิตศึกษา

โทร. 3266052-6101 ต่อ 663,642

โทรสาร 326904

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 1.1.4.2

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนจลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

/ 7 เมษายน 2540

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ดร.วราพรรณ น้อยสวน

ด้วยคณะกรรมการอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะช่วยตรวจแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยให้กับนักศึกษาปริญญาโทได้

จึงเรียนมาเพื่อขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามของนักศึกษาชื่อ นางอรพรรณ สีนประสงค์ ซึ่งจะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คณะกรรมการอุดมศึกษา หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คณบดี

งานบัณฑิตศึกษา

โทร. 3266052-6101 ต่อ 663,642

เอกสาร 326904 ที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 114.2

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๗ เมษายน 2540

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน นายมนตรี สิงห์บุตร

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะช่วยตรวจแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยให้กับนักศึกษาปริญญาโทได้

จึงเรียนมาเพื่อขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามของนักศึกษาชื่อ นางอรพรรณ สีนประสงค์ ซึ่งจะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอบุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คณบดี

งานบัณฑิตศึกษา

โทร. 3266052-6101 ต่อ 663,642

โทรสาร 326904

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/1255

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

เมษายน 2540

เรื่อง ขอบความร่วมมือให้นักศึกษาทดลองใช้เครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน

ด้วย นางอรพรรณ สีนประสงค์ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา กำลังทำการวิจัยเพื่อเรียบเรียง
วิทยานิพนธ์เรื่อง “การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดพิจารณาอนุญาต
ให้นักศึกษา ได้ทดลองใช้เครื่องมือเพื่อการวิจัยในสถานศึกษาของท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ

โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.พรรณี ลีกิจวัฒน์)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

งานบัณฑิตศึกษา

โทร.3266052-6101 ต่อ 663,642

โทรสาร 3269040



ที่ ทม 1504/ 3237

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนจลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๕ กันยายน ๒๕๕๐

เรื่อง ขอความร่วมมือให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาเอกชน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. คำโครงการวิทยานิพนธ์
 2. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและคำโครงการวิทยานิพนธ์
 3. รายชื่อสถานศึกษาที่ต้องการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ด้วย นางอรพรรณ สิ้นประสงค์ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา กำลังทำการวิจัยเพื่อเรียบเรียงวิทยานิพนธ์เรื่อง "การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนสายพณิชยการ ในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งคำโครงการวิทยานิพนธ์ดังกล่าวได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 17 เมษายน ๒๕๕๐

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในสถานศึกษาสังกัดหน่วยงานของท่านตามที่แนบมานี้ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในสถานศึกษาสังกัดหน่วยงานของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.พรรณี สীগิจวัฒน์)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทร. 3266052-6101 ต่อ 2663,2642

โทรสาร. 3268503 - 4 ต่อ 205

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแยกแบบสอบถามเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสำรวจความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการ จัดกำลังเจ้าหน้าที่ การจัดสำนักงาน การจัดบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ และงบประมาณ ประกอบด้วยคำถาม 43 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน

2. ในข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดผู้วิจัยจะนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามครั้งนี้ให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง

3. กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อ

ขอขอบคุณ

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน [] ที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ
 - [] ชาย
 - [] หญิง
2. อายุ
 - [] ต่ำกว่า 40 ปีลงมา
 - [] ตั้งแต่ 40 ปี – 50 ปี
 - [] มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 - [] ปริญญาตรีและต่ำกว่า
 - [] ปริญญาโท
 - [] สูงกว่าปริญญาโท
4. ลักษณะหรือตำแหน่งในการปฏิบัติงานของท่าน
 - [] ผู้บริหาร (ผู้รับใบอนุญาต, ผู้จัดการหรือครูใหญ่)
 - [] ครู/อาจารย์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
5. ขนาดของสถานศึกษา
 - [] โรงเรียนขนาดใหญ่ (จำนวนนักเรียนตั้งแต่ 1500 คนขึ้นไป)
 - [] โรงเรียนขนาดกลาง (จำนวนนักเรียนต่ำกว่า 1500 คนลงมา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ประเภทวิชา
พาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

เมื่อท่านอ่านพิจารณาข้อความในแต่ละข้อแล้ว โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง []
ซึ่งมีคำตอบให้ท่านเลือก 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย โดยให้ตรงกับความจริงมากที่สุด

ลำดับ ข้อ	การจัดการประชาสัมพันธ์	ระดับปฏิบัติ		
		มาก	ปาน กลาง	น้อย
1	การจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่			
1.1	การจัดให้มีผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน			
1.2	การคัดเลือกผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสม			
1.3	มีการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์			
1.4	การจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์			
1.5	การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์			
1.6	การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์			
1.7	การจัดเจ้าหน้าที่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน			
1.8	การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเตรียมเอกสารข่าวให้แก่ผู้แทนสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ การสัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว			
1.9	การจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการติดต่อสอบถามแก่บุคคลภายนอกและทางจดหมาย			
2	การจัดสำนักงานเพื่อการประชาสัมพันธ์			
2.1	หน่วยติดต่อสอบถามของโรงเรียนได้จัดตั้งไว้ในที่เด่นชัดให้บุคคลภายนอกติดต่อได้สะดวก			
2.2	ระบบการติดต่อสื่อสารภายในมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว			
2.3	การจัดเคาเตอร์สำหรับเจ้าหน้าที่ให้บริการผู้มาติดต่อเพื่อความสะดวกและสวยงาม			
2.4	การจัดโครงสร้างการบริหารโรงเรียนมีฝ่ายหรือแผนกเพื่อการกำหนดนโยบายการจัดการประชาสัมพันธ์			

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ไปไว้ที่อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ ข้อ	การจัดการประชาสัมพันธ์	ระดับปฏิบัติ		
		มาก	ปาน กลาง	น้อย
2.5	การมอบอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ ผู้รับผิดชอบมีความเหมาะสม			
2.6	นโยบายเป้าหมายในการบริหาร และแผนงานของโรงเรียนได้จัดทำเป็น หลักฐานให้ครูที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้ทราบอย่างชัดเจน			
2.7	มีการประสานงานเพื่อการประชาสัมพันธ์กับโรงเรียน อาชีวศึกษาเอกชนอื่น ๆ			
3	การจัดบริการ			
3.1	การจัดทำสถิติข้อมูลของโรงเรียนไว้บริการ			
3.2	มีการกำหนดแผนงาน/โครงการในการจัดประชาสัมพันธ์ไว้เผยแพร่			
3.3	การจัดระบบการติดต่อสื่อสารโดยจัดตั้งโทรศัพท์เพื่อติดต่อกับหน่วย งานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน			
3.4	มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานทางหนังสือพิมพ์			
3.5	การจัดทำรายงานผลงานประจำปี เพื่อแสดงผลงานต่อบุคคลภายนอก ให้มีโอกาสได้ทราบ			
4	การจัดกิจกรรม			
4.1	การจัดกิจกรรมและการพบปะสังสรรค์อย่างไม่เป็นทางการ ขึ้นในโอกาสอันควร			
4.2	การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางวิทยุ เป็นรายสัปดาห์			
4.3	การจัดให้มีรายการประจำในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ทางโทร ทัศน์เป็นรายสัปดาห์รายเดือน			
4.4	การประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของโรงเรียน โดย ลงภาพข่าวทางหนังสือพิมพ์			
4.5	การจัดทำวารสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้และผลงานขึ้นเป็นประจำ			
4.6	การจัดทำเอกสารข่าวประจำวันเพื่อเผยแพร่กับบุคคลภายนอก			
4.7	การจัดทำจดหมายข่าว/จุลสาร เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายใน ให้บุคลากรได้ทราบ			
4.8	การจัดทำแผ่นพับ (Folder) หรือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlet) เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน			

ลำดับ ข้อ	การจัดการประชาสัมพันธ์	ระดับปฏิบัติ		
		มาก	ปาน กลาง	น้อย
4.9	การจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้เห็นชัดเจน			
4.10	การติดประกาศข่าวสารบนป้ายประกาศเป็นปัจจุบัน			
4.11	การให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมกิจกรรมของโรงเรียน เช่น งานวันสถาปนา			
4.12	การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนหรือองค์กรอื่น ๆ ในการจัดนิทรรศการ หรือ ให้ความรู้แก่ประชาชน			
4.13	การมีส่วนร่วมกับโรงเรียนส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ ในการแข่งขัน กีฬา			
5	การจัดสรรเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ			
5.1	วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ มีเพียงพอ			
5.2	การรักษาและพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพในการใช้งาน			
5.3	การจัดระบบเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารระหว่าง โรงเรียนกับส่วนราชการ เพื่ออำนวยความสะดวก			
5.4	การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เพื่อสร้างความนิยมและความเข้าใจที่ดีแก่ สาธารณชน			
5.5	เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทัน สมัยและมีความพร้อมในการใช้งาน			
6	งบประมาณ			
6.1	การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ			
6.2	การจัดสรรงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความเหมาะสมกับ สภาพปัจจุบัน			
6.3	การหาแหล่งเงินเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการขอ บริจาคและจัดงานพิเศษ			
6.4	แผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้รับการสนับสนุนบ งบประมาณ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน
อาชีวศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ด้านการจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

.....

.....

.....

2. ด้านการจัดสำนักงาน

.....

.....

.....

3. ด้านการจัดบริการ

.....

.....

.....

4. การจัดกิจกรรม

.....

.....

.....

5. การจัดสรรเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ต่าง ๆ

.....

.....

.....

6. ด้านงบประมาณ.

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

นางอรพรรณ สีนประสงค์ เกิดเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2492 ที่จังหวัดขอนแก่น สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) จากสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีการศึกษา 2531
ปี พ.ศ. 2519 เป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา จนถึงปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้