

กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน



นางสาวนุชจรี มียอด

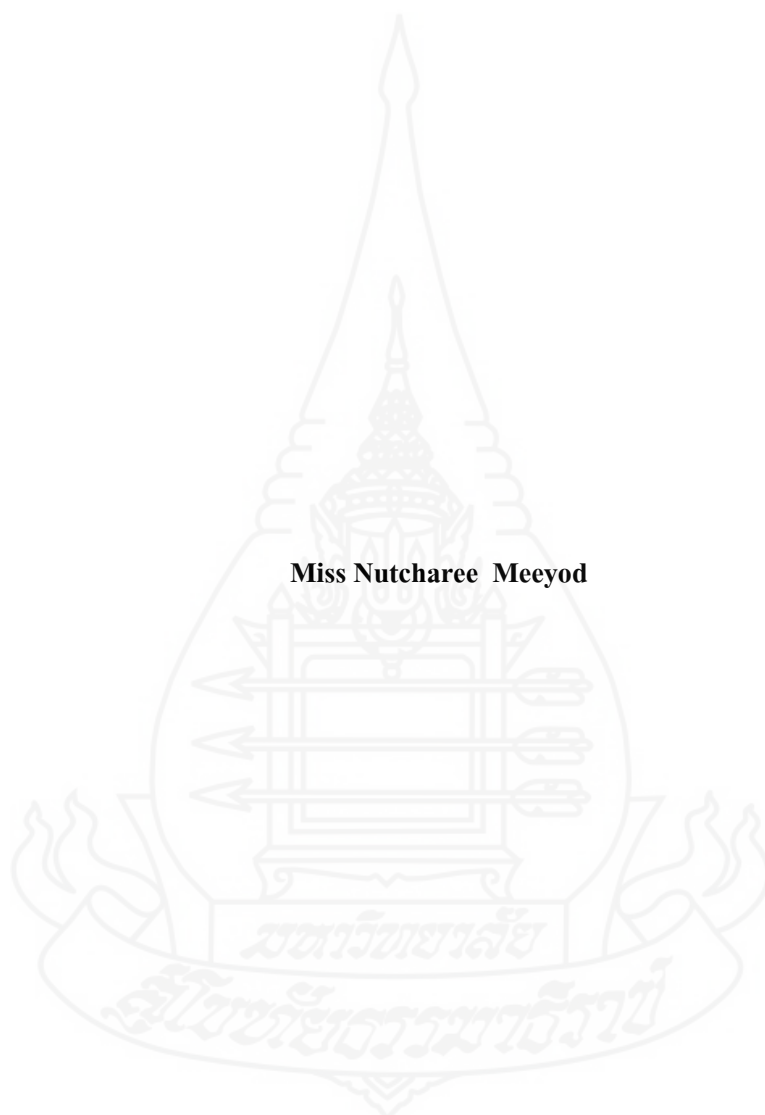
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2554

The Public Relations Process of an Integrated Alternative School

Miss Nutcharee Meeyod



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts

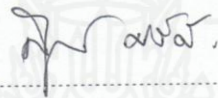
Sukhothai Thammathirat Open University

2011

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
ชื่อและนามสกุล	นางสาวนุชจรี มียอด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภรณ์ ศรีดี

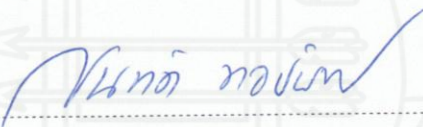
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2555

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภรณ์ ศรีดี)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันตัต ทองรินทร์)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรสา ปานขาว)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อการศึกษา ค้นคว้าอิสระ กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
ผู้ศึกษา นางสาวนุชจรี มียอด รหัสนักศึกษา 2521500070 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภรณ์ ศรีดี **ปีการศึกษา** 2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน (2) ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน และ (3) ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกแบบเจาะจงโดยกลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่มคือ (1) กลุ่มบุคคลที่มีหน้าที่ควบคุมและดูแลรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรงของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (2) กลุ่มผู้ปกครองของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ใช้การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาค้นคว้าอิสระพบว่า (1) กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1) การวิจัย-รับฟัง 2) วางแผน-การตัดสินใจ 3) การสื่อสาร 4) การประเมินผล ซึ่งแต่ละขั้นตอนพบว่าไม่สอดคล้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากข้อมูลการวางแผนเป็นการรับนโยบายหลักจากผู้อำนวยการและตรวจสอบจากผลสะท้อนกลับจากผู้ปกครองแบบไม่เป็นทางการ (2) ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ 1) ด้านบุคลากรที่มีอัตราค่าจ้างไม่เพียงพอทำให้งานด้านข่าวประชาสัมพันธ์ล่าช้า แนวทางการแก้ไขคือการรณรงค์ให้ครูแต่ละช่วงชั้นเขียนและส่งข่าวให้กับส่วนสื่อสารองค์กร 2) ด้านงบประมาณ ไม่ได้กำหนดงบประมาณไว้อย่างแน่นอนแต่เป็นการพิจารณาตามรายกิจกรรม แนวทางการแก้ไขคือส่วนสื่อสารองค์กรควรนำปฏิทินการศึกษามาใช้ร่วมในการวางแผนประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คาดการณ์งบประมาณได้ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ มีการผลิตสื่อล่าช้า รูปแบบยังไม่ตรงต่อความต้องการ แนวทางการแก้ไขคือการประชุมเพื่อทำความเข้าใจในการตรวจสอบรูปแบบก่อนที่จะส่งพิมพ์หรือการหาอุปกรณ์เทคนิคต่างๆที่จะช่วย 4) ด้านการจัดการ คือต้องบริหารภายใต้งบประมาณและด้านบุคลากรที่จำกัด แนวทางการแก้ไขคือต้องทำงานเป็นทีม ต้องมีความร่วมมือร่วมใจ ขณะเดียวกันต้องมีเป้าหมาย สามารถกำหนดให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานตามแผนการที่วางไว้ให้สามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ และมีการแบ่งสัดส่วนความรับผิดชอบต่องานที่เหมาะสม 5) การประสานงานภายในหน่วยงานพบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินประชาสัมพันธ์โรงเรียน แนวทางการแก้ไขคือปรับทัศนคติให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ว่าสามารถลดหน้างานและสนับสนุนงานของตนเองและของช่วงชั้น โดยให้งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นหน้าที่ของทุกคน (3) ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ พบว่าส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้สำรวจความต้องการของผู้ปกครองภายในโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อและช่องทางต่างๆจึงไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครองเท่าที่ควร แนวทางการแก้ไขคือให้รับฟังผู้ปกครองให้มากขึ้น

คำสำคัญ กระบวนการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

Independent Study title: The Public Relations Process of an Integrated Alternative School

Author: Miss Nutcharee Meeyod; **ID:** 2521500070; **Degree:** Master of Communication Arts;

Independent Study advisor: Dr. Supaporn Sridee, Assistant Professor; **Academic year:** 2011

Abstract

The objectives of this research were to study: (1) the public relations process of Plearn Pattana School, an integrated alternative school; (2) problems with the public relations process and recommendations for how to solve them; and (3) the opinions of parents of students at Plearn Pattana School about the school's public relations.

This was a qualitative research. The sample population, chosen through purposive sampling, was divided into 2 groups. The first group was people directly responsible for controlling and managing public relations for Plearn Pattana School. Data were collected using a structured in-depth interview form. The second group was parents or guardians of students at Plearn Pattana School. Data were collected through a focus group discussion. Data were analyzed and synthesized through descriptive analysis in order to form recommendations for improving the public relations of integrated alternative schools.

The results showed that: (1) There were 4 steps in Plearn Pattana School's public relations process: research/listening, planning/decision-making, communication, and evaluation. These steps are not compatible with the public relations process. The data for public relations planning came mainly from the director's policies and was tested by informal feedback from parents. (2) The problems with the public relations process can be analyzed in terms of management principles. In terms of man power, the people involved were the corporate communications manager, operations level personnel, and secretarial support staff. In terms of money, Plearn Pattana School did not set a specific public relations budget. In terms of material, the media used were newsletters, in-school television, bulletin boards, a suggestion box, and a website. As for management, the school's internal management was good to a certain extent within the constraints of the limited budget and limited personnel. For internal public relations, the teachers and other personnel did not place enough importance on public relations. (3) An analysis of the parents' opinions about Plearn Pattana School's public relations showed that the school's corporate communications department had not surveyed the needs and expectations of the parents, so the news and information provided to them through the media used by the school did not fully meet their needs. However, the parents were satisfied with the number of public relations messages and their diversity.

Keywords: Public relations process, Integrated alternative school

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภรณ์ ศรีดี และรองศาสตราจารย์ ดร.สันศักดิ์ ทองรินทร์ ผู้ควบคุมการวิจัยได้ให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องด้วยการเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร และรองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุชีธร ที่กรุณาตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ และคณาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ทุกท่าน

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ คณะผู้บริหาร คณะครูอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ผู้ปกครองนักเรียน องค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา ของโรงเรียนเพลินพัฒนาทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลและสละเวลาในการสัมภาษณ์และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ญาติ พี่น้อง ที่เป็นกำลังใจสำคัญและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้วยดีมาโดยตลอด ทำให้งานศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ หากมีข้อบกพร่องที่ต้องได้รับการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข ผู้วิจัยยินดีน้อมรับความผิดพลาดทั้งหมดที่อาจมีอยู่เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

นุชจรี มียอด

พฤษภาคม 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประเด็นปัญหาการวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	13
แนวคิดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน	30
แนวทางการเรียนการสอน โรงเรียนทางเลือก	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
การตรวจสอบเครื่องมือ	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	60
การนำเสนอข้อมูล	60

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
ตอนที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน	51
ตอนที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ทางเลือกแบบผสมผสาน	72
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ทางเลือกแบบผสมผสาน	77
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการวิจัย	81
อภิปรายผล	84
ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	105
ก หนังสือแจ้งขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล	106
ข แบบสัมภาษณ์งานวิจัย	110
ค จดหมายข่าวเพลินพัฒนา	114
ประวัติผู้ศึกษา	120

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างโรงเรียนเพลินพัฒนา.....	44
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา.....	49
ภาพที่ 4.1 แสดงขั้นตอนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา.....	72
ภาพที่ 5.1 โครงสร้างกระบวนการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน.....	97



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบันซึ่งเป็นโลกแห่งการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่หลายคนหลายหน่วยงานให้ความสำคัญมากขึ้น โดยลำดับไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐหรือเอกชนก็ตาม และนับวันการประชาสัมพันธ์ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้า ส่งผลให้งานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานพัฒนาส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันสร้างสรรค์การดำเนินงานร่วมกันระหว่างสถาบัน กับกลุ่มประชาชนอย่างมีสัมพันธ์ภาพราบรื่นบนรากฐานความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรสถาบันหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง (มนตรีรา เชนชนะจรสุข, 2548)

การประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากในสังคมมนุษย์ มักมีความขัดแย้งในด้านความคิด หรือวิธีการทำงาน ทำให้ขาดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ดังคำกล่าวของ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540: 51) ที่กล่าวว่า มนุษย์อยู่ร่วมกันมาก ย่อมมีทัศนคติความเชื่อ ความต้องการและภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการศึกษาต่างกัน ย่อมเป็นเหตุให้เกิดความเข้าใจได้ยากขึ้น และการสื่อสารกันโดยตรงแบบตัวต่อตัวยากขึ้น ทำให้ความเข้าใจกันลำบากยิ่งขึ้น ตลอดจนการขยายใหญ่ของหน่วยงาน อีกทั้งการแก่งแย่งในการสร้างความเชื่อถือ

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญต่อทุกสถาบันไม่ว่าจะเป็นส่วนราชการ องค์กรหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานธุรกิจเอกชนรวมถึงสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างบริหารสลับซับซ้อนมีบุคลากรจำนวนมากมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้นด้วยและถือว่าการประชาสัมพันธ์จัดเป็นหนึ่งในกระบวนการบริหารซึ่งยอมรับกันว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากระบวนการอื่น นอกจากจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีและเป็นเครื่องมือที่ช่วยประสานแนวคิดความรู้สึกรักของทุกคนให้ผสมผสานกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแล้วยังเป็นจุดก่อให้เกิดการผนีกกำลังผลักดันทางสังคมและเป็นแรงเสริมสร้างบรรยากาศทางสังคมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมบูรณ์ในทุกๆด้านอีกด้วย (อิศา รัตนภูมิ, 2550)

โรงเรียนเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ซึ่งตั้งอยู่ได้ด้วยความเชื่อถือ ความสนับสนุน ความร่วมมือ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนนับว่ามีบทบาทสำคัญในการประสานงานระหว่างโรงเรียนกับองค์กร หน่วยงาน หรือบุคคล เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 กำหนดให้โรงเรียนเป็นหน่วยงานหลักที่จะต้องสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในหมู่บุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานของโรงเรียนเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลทุกฝ่ายอันจะทำให้เกิดความร่วมมือ ช่วยเหลือและสนับสนุนที่มีอิทธิพลต่อความเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จของโรงเรียน (สำนักการศึกษาแห่งชาติ, 2544: 27)

เครื่องมือที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องนั้น ก็คือการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือเพราะเป็นการเสนอให้ประชาชนทราบกิจการของโรงเรียนหรือข่าวสารของโรงเรียนหรือเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ดังนั้นโรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารโรงเรียน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนหรือเพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารออกไปให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการรับรู้ มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนในการดำเนินงานนั้น (มนตรีรา เชนชนะจรสุข:, 2548)

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายภายใน เช่น ครู บุคลากรทางการศึกษา พนักงาน ผู้ปกครอง และกลุ่มเป้าหมายภายนอก เช่น ประชาชน ชุมชน ได้ทราบถึงสภาพความเป็นอยู่และผลการดำเนินงานของสถานศึกษา สภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดจนความต้องการของสถานศึกษาในการระดมทรัพยากรเพื่อปรับปรุงและพัฒนากิจการของสถานศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และการปรับตัวในการจัดการเรียนการสอนให้นักเรียนมีคุณภาพได้ตามมาตรฐาน มีทักษะที่จำเป็นเพียงพอทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ซึ่งการประชาสัมพันธ์หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ หรือผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งองค์กรหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการ ดำเนินงานอย่างมีแบบแผนต่อเนื่องเป็นกระบวนการไตรสัมพันธ์สองทาง สถานศึกษาในฐานะเป็นหน่วยงานด้านการให้บริการทางการศึกษา

จากองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนซึ่งเกี่ยวข้องระหว่างบุคลากรทั้งภายใน และภายนอก รวมไปถึงวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ส่งผลถึงการจัดการประชาสัมพันธ์

ของหน่วยงานโดยตรง วิจิตร อวระกุล ได้กล่าวถึงปัญหาที่เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การขาดการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ภายใน คือ เกิดช่องว่างในด้านความรู้ ความเข้าใจระหว่างผู้บริหารกับบุคคลผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้น เพราะความรู้ ความเข้าใจ พื้นฐาน และประสบการณ์ ไม่เท่ากัน ทำให้มีข้อขัดแย้งทางด้านความคิด ส่งผลต่อการดำเนินงาน มีอุปสรรค ไม่ราบรื่น ส่วนผลกระทบภายนอก คือ ประชาชนไม่รู้จักชื่อเสียง เกียรติคุณ คุณค่าหรือประโยชน์ของกิจการหน่วยงาน ทำให้ขาดความร่วมมือ ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดจากการไม่ได้รับข่าวสาร อีกทั้งยังอาจมีปัญหาในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น ไม่มีการเผยแพร่หรือเผยแพร่ไม่ถูกวิธี ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ทั่วถึง ซึ่งส่งผลกระทบต่อบุคลากรทั้งภายในและภายนอก ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินการของสถาบัน จากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าแนวทางในการจัดการศึกษาของประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ นโยบาย เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนเอกชนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อเป็นทางเลือกที่ผู้รับบริการ คือ ผู้ปกครองและนักเรียนจะยอมรับ ศรัทธาและเชื่อถือ ยินดีมอบความไว้วางใจนำบุตรหลานมารับบริการและให้ความร่วมมือสนับสนุนโรงเรียนในทุกด้าน (วิชิตดา ยิ่งสมสุข, 2546)

“การศึกษาทางเลือก” หรือ Alternative Education หมายถึง การศึกษาที่มีรูปแบบแตกต่างไปจากการศึกษาแนวกระแสหลักในระบบโรงเรียนทั่วไปการศึกษาทางเลือกจัดขึ้นบนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าธรรมชาติของมนุษย์มีความแตกต่างหลากหลายขณะที่การศึกษาในระบบโรงเรียนส่วนใหญ่มุ่งที่จะตอบสนองแต่เพียงด้านวิชาความรู้เท่านั้น จากอุดมการณ์ของคนเล็กๆ โรงเรียนเพลินพัฒนาถือกำเนิดมาจากการทักทอเจตนารมณ์ของกลุ่มคนที่ต้องการจะเห็นกระบวนการศึกษาของสังคมไทยในแนวสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับยุคสมัยกลุ่มคนเหล่านี้มีทั้งพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู นักวิชาการ นักศึกษา ตลอดจนกลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มาจับมือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อระดมทรัพยากรความรู้ความสามารถที่มี ด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างคนดีของสังคมไทยที่จะเป็นคนเก่งในสังคมโลก โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นโรงเรียนทางเลือกแบบการผสมผสาน โดยการจัดการเรียนการสอนสำหรับเด็กในวัยเตรียมอนุบาลถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยยุทธศาสตร์ “ก้าวพอดี” คือ ชื่อของรูปแบบการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่โรงเรียนเพลินพัฒนาสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้ครูผู้สอนได้มีหลักในการนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของทุกช่วงชั้น ที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไปตามวัยของผู้เรียน “ก้าวพอดี” เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่คำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียน การเชื่อมโยงให้เรื่องราวที่ได้เรียนรู้มีความหมายกับผู้เรียน มีความสัมพันธ์กับเรื่องจริงของชีวิตทำให้ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจอยากที่จะเรียน ดังนั้นจึงเป็นการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนไปด้วยแรงใจของผู้เรียนเป็นหลักเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเปลิดเปลิบและเติบโตอย่างมีความสุข โรงเรียนเพลินพัฒนา มีการจัดบรรยากาศสภาพแวดล้อม

ทางกายภาพเพื่อรองรับแนวคิด “ชุมชนแห่งการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรม” การเรียนรู้ด้วยกระบวนการทางวัฒนธรรมผ่านวิถีการดำเนินชีวิตเพราะเด็กจะเป็นอย่างที่เราเป็นมากกว่าจะเป็นอย่างที่เราบอกให้ เป็น โรงเรียนเพลินพัฒนาเน้นทักษะและความรู้ที่สัมพันธ์กับพัฒนาการชีวิตของแต่ละช่วงวัยจึงเน้นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนจะได้ค้นคว้า ทดลอง สร้าง ประมวล สรุปและสังเกตเห็นความรู้ได้ด้วยตนเอง โดยมีครูเป็นผู้คอยดูแลช่วยเหลือ แนะนำ กำกับ ดูแล ตั้งเงื่อนไขและสร้างแรงจูงใจด้านบวก รวมไปถึงมีการอบรมสั่งสอนและร่วมทำในจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้น การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนเพลินพัฒนามุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดพัฒนาการชีวิตควบคู่ไปกับสมรรถภาพในการเรียนรู้ ดังนั้นจึงมุ่งพัฒนาเจตจำนงในชีวิต คุณธรรมและสุนทรียภาพ มุ่งสร้างอุปนิสัยที่สำคัญในการดำเนินชีวิตที่ดึงมาสร้างสรรค์พร้อมไปกับการสร้างความรักในการเรียนรู้และความสามารถในการเรียนรู้ให้เพิ่มพูนขึ้นอยู่ตลอด โรงเรียนเพลินพัฒนามีเป้าหมายเพื่อสร้างเยาวชนที่มีคุณค่า มีความมั่นคงในความเป็นมนุษย์ และมีความมุ่งมั่นจะสร้างสังคมที่เข้มแข็งที่ดึงมา

โรงเรียนเพลินพัฒนาเปิดสอนในปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีนักเรียนระดับเตรียมอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาทั้งหมด 1,126 คน (ข้อมูลจากฝ่ายรับสมัครนักเรียน, 2554) เป็นโรงเรียนเอกชนที่เป็นโรงเรียนแนวทางเลือก ซึ่งเป็นการประกอบกิจการจัดการศึกษาภาคบังคับ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาให้ได้มาตรฐานและผ่านการประเมินคุณภาพของรัฐ จึงต้องดำเนินนโยบายทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อเป็นการเผยแพร่ผลการปฏิบัติงานและความเคลื่อนไหวต่างๆ ต่อผู้ปกครองและประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ไมตรี ขจัดข้อขัดแย้งอันก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี และอยากมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียนและเป็นความพยายามของโรงเรียนเอกชนที่จะพัฒนาโรงเรียนให้เป็นที่ต้องการและไว้วางใจของครูและผู้ปกครองนักเรียน เป็นที่ยอมรับ ถือเป็นการรักษาสถานภาพความมั่นคงของโรงเรียนให้คงอยู่สืบไป เพราะการประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่เรื่องของ การเผยแพร่ข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวแต่หัวใจของการประชาสัมพันธ์ อยู่ที่การสร้างสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มเป้าหมายหรือการจูงใจให้เห็นประโยชน์แก่โรงเรียน (กรรณิการ์ อัสวครเดชา, 2546)

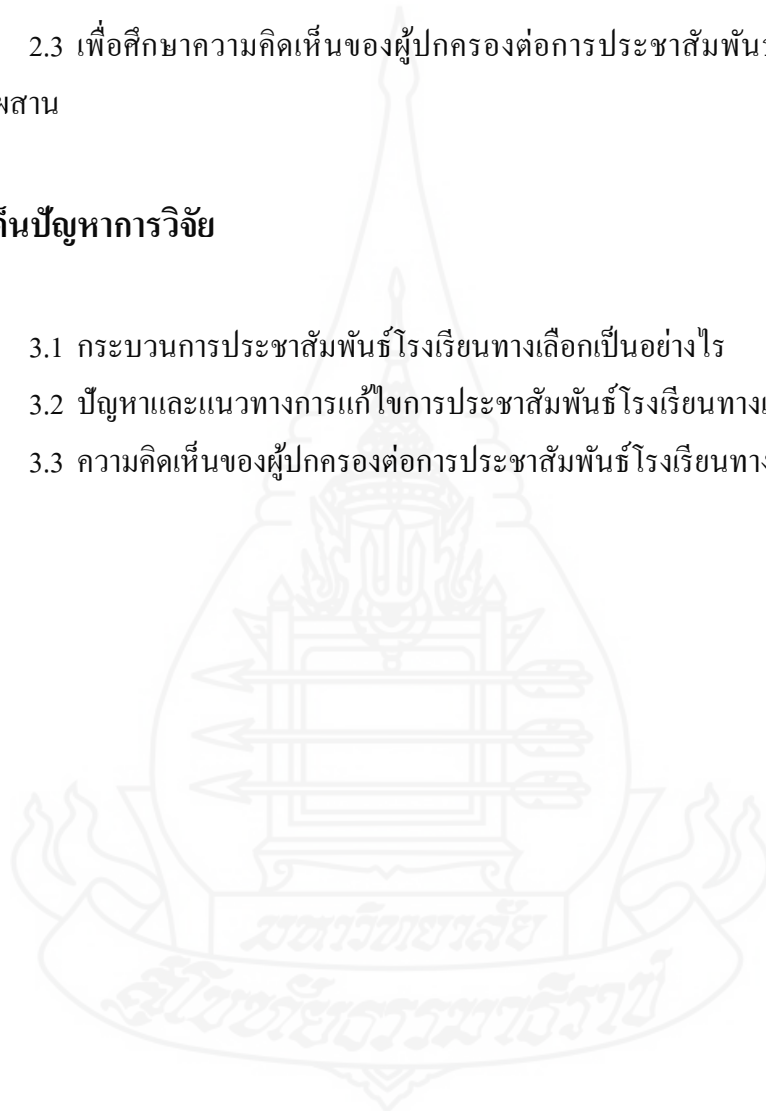
เมื่องานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของโรงเรียนอย่างที่กล่าวมาแล้วการศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและควรค่าแก่การศึกษา ไม่ว่าจะเป็นในด้านการศึกษาข้อมูล การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการปรับปรุงและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัย อันจะเป็นแนวทางพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

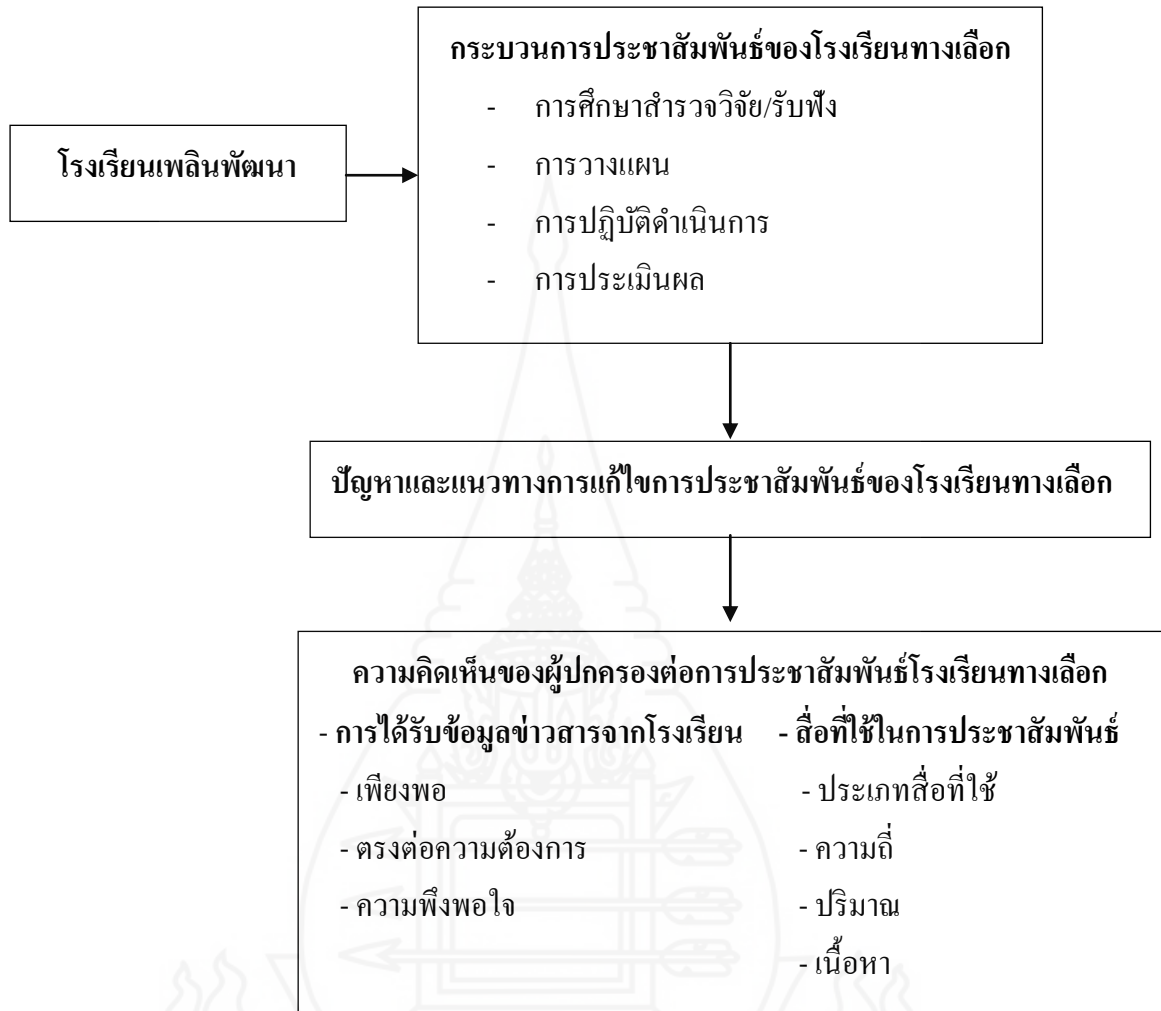
- 2.1 เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
- 2.2 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
- 2.3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

3. ประเด็นปัญหาการวิจัย

- 3.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกเป็นอย่างไร
- 3.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกเป็นอย่างไร
- 3.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกเป็นอย่างไร



4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์

5.1 ศึกษาเฉพาะ โรงเรียนเพลินพัฒนา

5.2 ศึกษารวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม – ตุลาคม 2554 โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่ม (Focus group) เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ระบุในงานวิจัย

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน หมายถึง โรงเรียนที่จัดการศึกษาในรูปแบบแตกต่างไปจากการศึกษาแนวกระแสหลักในระบบโรงเรียนทั่วไป ที่การเรียนการสอนอยู่ในกรอบที่เน้นวัดความสำเร็จด้วยมุมมองทางวิชาการ การศึกษาทางเลือกจัดขึ้นบนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าธรรมชาติของมนุษย์มีความแตกต่างหลากหลาย การมุ่งเน้นให้เข้าถึงธรรมชาติของผู้เรียน ครูเป็นเพียงผู้สนับสนุนและเรียนรู้ไปพร้อม ๆ กันกับเด็ก การเรียนการสอนสอดคล้องกับพัฒนาการและสถานะของผู้เรียนเป็นสำคัญ ในงานวิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะโรงเรียนเพลินพัฒนา

6.2 การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง กระบวนการที่มีขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีประเด็นที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ศึกษาสำรวจวิจัย, การวางแผน, การปฏิบัติดำเนินการและการประเมินผล การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ จดหมายข่าว กำแพงข่าว กล้องกลายามิตร คิดสร้างทำ โทรทัศน์ภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา เฟสบุ๊ก (face book) ข้อความสั้น (SMS) ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายภายในร้าน ซีดีแผ่น นิตยสาร (Free magazine) ในอันที่จะสร้างความเข้าใจอันดี หรือต้องการให้ได้มาซึ่งความร่วมมือ เพื่อให้ภารกิจหลักของโรงเรียนบรรลุสู่เป้าหมาย โดยมีงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ช่วยสนับสนุนช่องทางการนำเสนอข่าวสารไปยังกลุ่มต่างๆ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนา หรือโรงเรียนอื่นที่มีหลักการใกล้เคียงกัน

7.2 สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนาหรือโรงเรียนอื่นที่มีหลักการใกล้เคียงกัน

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน” โดยพิจารณาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่สร้างความเข้าใจต่อผู้ปกครองนักเรียน ปัญหาและแนวทางการแก้ไข การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา ผู้วิจัยได้สำรวจแนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
4. แนวทางการเรียนการสอนโรงเรียนทางเลือก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นหัวใจของการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคม มนุษย์จะทำความเข้าใจกันได้ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข “การสื่อสาร” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Communication” ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

กรีซ สิบสนธิ์ (2538: 64) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบการถ่ายทอดสาระ (ข่าวสาร ข้อมูล ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก) จะเป็นไปตามทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (ผู้ฟัง ผู้อ่าน) จะเป็นผู้ตีความ กำหนดความหมาย สิ่งที่เขาได้ยิน ได้เห็น ได้รับความรู้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2547: 115) ให้ความหมายว่า “การสื่อสาร คือ การถ่ายโอน (Transfer and Understanding of Meaning) ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจถูกต้อง การสื่อสารอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และเป็นเครือข่ายองค์กรหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการติดต่อสื่อสารขององค์กร (Organization Communication)”

เสนาะ ดิยาว (2541: 22-23) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. การรับส่งข่าวสาร การที่คนพูดกัน เขียนจดหมายกัน เสนอรายงานหรือประชุมกัน ก็เป็นการสื่อสาร
2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความหมายกัน ซึ่งได้แก่ กระบวนการทางด้านความรู้สึกและพฤติกรรม คือการที่คนสื่อสารกันนั้นแต่ละฝ่ายก็พยายามที่จะเข้าใจความคิดความรู้สึก และค่านิยมซึ่งกันและกัน
3. การสื่อสารเป็นเครื่องมือหรือเทคนิคอย่างหนึ่งที่ติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคล เช่น การใช้หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์ วิทยุ ดาวเทียมในการสื่อสาร เมื่อกล่าวถึงการสื่อสารก็จะนึกถึง เครื่องมือหรือสื่อประเภทต่าง ๆ

เบเรลสัน (Berelson, 1954: 18) ให้นิยามการสื่อสารว่า เป็นการกระทำหรือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นคำพูด หนังสือ ภาพ ตัวเลข ภาพ กราฟ

เบอร์โล (Berlo, 1960: 7) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารคือ การตีความหมายโดยสัญลักษณ์ต่อท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัว ต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล จอร์จ เกิร์บเนอร์ กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กันในสภาพแวดล้อมทางสังคมเฉพาะ”

วีเวอร์ (Weaver, 1960: 49) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นคำที่มีความหมายกว้างและครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคน ๆ หนึ่งอาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่ได้หมายความว่าเพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากยังรวมไปถึง ลีลาต่าง ๆ เช่น ดนตรี ภาพการแสดงบัลเลต์ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์อีกด้วย

จากความหมาย “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)” การสื่อสารระหว่างมนุษย์นอกจากจะเป็นเพียงการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดผลตามเจตนาของผู้ส่งสารแล้ว ยังหมายความรวมถึงการรับสาร ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) หรือ Interaction ก็คือ ปฏิกริยาที่มีต่อกันระหว่างผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารกับฝ่ายผู้รับสาร ซึ่งปฏิกริยาที่มีต่อกันนี้จะเป็นตัวนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันในเรื่องของความหมาย (Meaning)

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกัน โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ส่งสาร Sender คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูล สารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ ช่องทางที่จะทำให้อาหารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่งหรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลง การรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของบุคคลหรือสังคม

2. สาร (message) ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร สารหรือข่าวสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัส เพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความ เนื้อหาสารของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น สารที่หมายถึงเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งสารจะเป็นตัวเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองโดยทั่วไปแล้วสารจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

2.1 รหัสสาร (message) รหัสสารคือภาษา (language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆของผู้ส่งสาร รหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นภาษาพูด ภาษาเขียนและรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูด เช่น อักษรปริศนาท่าทาง ภาพ ส่วนการเลือกใช้รหัสสารแบบใดขึ้นอยู่กับระบบ สังคม วัฒนธรรม สภาพถิ่นที่อยู่อาศัยของผู้ส่งสารและผู้รับสารว่าจะสามารถเข้าใจความหมายจากรหัสสารได้มากน้อยเพียงใด

2.2 เนื้อหาสาร (message content) เนื้อหาสารหมายถึงเรื่องราวสิ่งต่างที่ผู้ส่งต้องถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เนื้อหาของสารอาจแบ่งออกได้หลายประเภทหลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไปและเนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆและเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการหรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหาประเภทความคิดเห็น เนื้อหาที่เป็นข่าว เนื้อหาบันเทิงและเนื้อหาจูงใจ

2.3 การจัดเรียงลำดับสาร (message treatment) การจัดเรียงลำดับสารหมายถึงรูปแบบวิธีการนำรหัสมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการมากขึ้นกับลักษณะโครงสร้างของภาษาและบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมา

ในรูปแบบลีลา ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสารแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันอย่างไร

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส และตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับสารคือผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสารและต่อตนเอง ไม่ว่าจะผู้ส่งสารจะใช้กลยุทธ์อะไรในการใช้สื่อในการสื่อสารก็ตาม การสื่อสารจะสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้าน การพิจารณาเลือกสื่อของผู้ส่งสารดังนี้

3.1 ความเหมาะสมของสื่อกับผู้ส่งสาร ได้แก่ การเข้ากันได้ ความสามารถ ความชำนาญ ในการใช้สื่อประเภทนั้นๆของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารสามารถใช้สื่อประเภทต่างๆที่ใช้ในการสื่อสารเป็นหรือไม่

3.2 ความเหมาะสมของสื่อกับเนื้อหาของสาร ได้แก่ ระดับความสามารถของสื่อที่จะสามารถถ่ายทอดข่าวสารเนื้อหาอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดต่างๆของผู้ส่งออกไปได้ดีครบถ้วนมากน้อยแค่ไหนเพียงใดหากเนื้อหาขงยากสลับซับซ้อนมากๆการพูดอย่างเดียวอาจทำให้ผู้รับไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หากมีภาพหรือคำบรรยายประกอบจะทำให้ผู้รับเข้าใจง่ายขึ้น

3.3 ความเหมาะสมของสื่อกับผู้ส่งสาร ได้แก่ความสามารถที่ผู้รับจะเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆได้เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้รับสารจะต้องอ่านออกเขียนได้

3.4 ความเหมาะสมของสื่อกับสภาพแวดล้อม หมายถึงการเข้ากันได้ของสื่อกับสภาพแวดล้อมในสถานการณ์การสื่อสารที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เช่น สภาพพื้นที่ที่เป็นภูเขา หรือพื้นที่ที่มีความเจริญจะทำให้การสื่อสารการเลือกใช้สารง่ายกว่า

3.5 ความเหมาะสมของสื่อกับปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารจะพิจารณาเลือกใช้ในการสื่อสารตามความสามารถทางการเงินของผู้ใช้สื่อประเภทนั้นๆ

4. ผู้รับสาร (Receiver/Audience) ผู้รับสารหมายถึง บุคคลผู้เป็นเป้าหมายของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งสาร โดยใช้ช่องทางของสื่อหนึ่งสื่อใด อาจเป็นบุคคลเดียวหรือหลายคนก็ได้ ผู้รับสารมีความสำคัญต่อการสื่อสารในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร เป็นผู้ที่สามารถมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบอื่นๆของการสื่อสารไม่ว่าจะเป็น ผู้ส่งสาร สาร หรือสื่อ (ช่องทางการสื่อสาร) การสื่อสารจะมีความหมายอย่างไรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะเลือกรับสารหรือเลือกที่จะตีความต่อข่าวสารนั้นอย่างไร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารในขณะนั้นหรือผู้รับสารมีความรู้ในการที่จะทำความเข้าใจต่อสารก็จะทำให้การสื่อสารสำเร็จได้โดยง่าย ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่สามารถทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารส่งให้ก็จะทำให้

สารนั้นล้มเหลวได้ ซึ่งเราอาจจะพิจารณาถึงผู้รับสารในลักษณะต่างๆ ได้หลายประเภทแต่ละประเภทจะมีลักษณะของการเป็นผู้รับสารในลักษณะที่แตกต่างกัน

4.1 ผู้รับสารตามลักษณะของการสื่อสาร

4.1.1 ผู้รับสารแบบคนเดียว เป็นผู้รับสารจำนวนน้อยที่สุด ผู้ส่งสารสามารถควบคุมการรับข่าวสารได้ง่ายกว่าผู้รับสารหลายคน

4.1.2 ผู้รับสารแบบกลุ่มเล็ก ผู้รับสารมีจำนวนมากขึ้น การควบคุมการเปิดรับข่าวสารยังทำได้ค่อนข้างง่ายแต่ผู้ส่งสารจำเป็นต้องคอยสอดคล้องดูแลความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้รับสารแต่ละคนให้ทั่วถึง

4.1.3 ผู้รับสารกลุ่มใหญ่ เป็นผู้รับสารที่มีจำนวนมาก การควบคุมความสนใจในการเปิดรับข่าวสารเป็นไปได้ยากมากขึ้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องใช้เทคนิค รูปแบบวิธีการที่น่าสนใจในการทำการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับจำนวนมากเกิดความสนใจในเรื่องราวที่ผู้ส่งเสนอ

4.1.4 ผู้รับสารมวลชนหรือผู้รับสารสาธารณะ มักเกิดขึ้นในรูปแบบการสื่อสารมวลชนการควบคุมการเปิดรับการกระทำได้ยากหรือไม่ได้เลย เนื่องจากคุณลักษณะความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์และความไม่รู้จักกันทำให้ผู้ส่งต้องเลือกข่าวสารที่เป็นที่สนใจของคนจำนวนมากและมีผลกระทบโดยรวม

4.2 ผู้รับสารตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

4.2.1 ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เป็นการกำหนดผู้รับสารในเชิงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนชัดเจน

4.2.2 ผู้รับสารทั่วไป เป็นผู้รับสารที่ไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ส่งสารโดยตรงเป็นคนทั่วไปในสังคมและมีโอกาสที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆ ได้เท่าๆกัน

4.3 ผู้รับสารตามผลของการสื่อสาร

4.3.1 ผู้รับสารที่เป็นผู้ถูกกระทำ เป็นผู้รับสารที่มีความเฉื่อยชา ไม่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร

4.3.2 ผู้รับสารที่เป็นผู้ถูกกระทำ ผู้รับสารที่มีอิทธิพลในการกำหนดการสื่อสารได้

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตามหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆและในหมู่นักวิชาการชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้ น่าจะเป็นเพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่แปลมาจากในภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งแปลออกมาได้ค่อนข้างไเพราะสละสลวยว่าการประชาสัมพันธ์ โดยแปลคำว่า “Public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่มากและแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทย “สัมพันธ์” หมายความว่าผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะให้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับคนหมู่มาก” วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยการเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่มากหรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง

สะอาด ตันศุภผล (2527) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกันในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันอันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2526) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดและจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคมเพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่างๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องใจระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ

อุดมศักดิ์ เวชราภรณ์ และคณะ (2537) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลต่าง จากหน่วยงานหรือจากผู้บริหารไปยังกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง โดยการประชาสัมพันธ์โดยตรง หรือ โดยการใช้สื่อต่างๆ เป็นการสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องไปในตัวด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มชนยอมรับต่อไป

อรุณ งามดี (อ้างในบุญเกื้อ ควรรหาเวช, 2537) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ เป็นการสำรวจว่า ประชาชนชอบอะไรเกี่ยวกับตัวเราแล้วทำสิ่งนั้นให้ น้อยลง
2. การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกระทำ คำพูดหรือสถานการณ์ใดๆ ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยช่วยเหลือสนับสนุน
3. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างมีแผนและกระทำต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับและมีการติดต่อไปทั้งสองฝ่าย

Scott M.Cutlip & Allen H.Center (อ้างใน ลักขณา สตะเวทิน, 2540) อธิบายไว้ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อประชามติโดยอาศัยวิธีการยอมรับกันในสังคมว่า เป็นวิธีการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักการสื่อสารสองทางคือ เป็นการสื่อสารทั้งจากสถาบันเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย

Edward J.Robinson (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2544) ให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์ ถ้าหากพิจารณาในแง่พฤติกรรมศาสตร์แล้ว (Behavioral Science) มีหน้าที่ดังนี้ คือ

1. สำรวจและประเมินถึงทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ประชาชนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ยอมรับนโยบายแผนงานและบุคลากรขององค์การ
3. วัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้นนี้จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ความต้องการและผลประโยชน์ของประชาชนกลุ่มต่างๆ
4. ปรับปรุงและประเมินผล โครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์การกำลังดำเนินอยู่ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับแก่ประชาชน

จากคำนิยามต่างๆ เหล่านี้พอสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ดีต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันผ่านวิธีการสื่อสารอย่างมีแบบแผนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานอันจะนำมาซึ่งความเชื่อความศรัทธาและนำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การและเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางโดยมุ่งเน้นถึงการยอมรับความร่วมมือของกลุ่มบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์การด้วย

2.2 วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนด วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อเป็นเป้าหมายหรือแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกิจการ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General objective) วัตถุประสงค์ทั่วไปวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ในเรื่องราวต่างๆ ของกิจการ อัน ได้แก่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงานกิจกรรม ระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ สาธารณชนได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องและเกิดความเชื่อถือในกิจการ โดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของการ ประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1.1 เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจของสาธารณชนต่อกิจการ โดยการ เผยแพร่และชี้แจงผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รู้และเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การ ดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ

1.2 เพื่อสร้างความนิยมนำให้เกิดขึ้นกับสาธารณชน เพื่อให้องค์การได้รับความ สนับสนุนและเพื่อความอยู่รอดขององค์การ รวมถึงการกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดความนิยม เชื่อถือ ไว้วางใจ และศรัทธา ในนโยบายและการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เพื่อให้กิจการ ดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น

1.3 เพื่อสร้าง ปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์ อันดีให้้องค์การต่อสาธารณชน จะเห็นว่าชื่อเสียงเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์การ โดยที่ ้องค์การบางองค์การอาจต้องยอมเสียผลประโยชน์บางอย่างเพื่อแลกกับการรักษาชื่อเสียงไว้ เพราะ ชื่อเสียงจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์การในสายตาของสาธารณชน

1.4 เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชน ทั้งจาก สาธารณชนภายในและภายนอก

2. วัตถุประสงค์เฉพาะ(Specific objective) นอกจากวัตถุประสงค์ทั่วไปแล้ว การ ประชาสัมพันธ์ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างของแต่ละกิจกรรมแตกต่างกันออกไปเพื่อให้เหมาะสม กับวัตถุประสงค์หรือลักษณะของแต่ละกิจกรรม ตัวอย่างของวัตถุประสงค์เฉพาะ

2.1 เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวลือในด้านลบขององค์การซึ่ง ทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดต่อองค์การ โดยจะทำการค้นหาสาเหตุและขจัดแหล่งต้นเหตุ โดยหาทางทำความเข้าใจ ชี้แจงเหตุผลให้กระจ่างชัด

2.2 เพื่อเผยแพร่คุณงามความดีของกิจกรรมเพื่อให้สาธารณชนได้รู้ถึงสิ่งที่องค์กรได้กระทำการอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนรอบข้าง เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาและเกิดการสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกิจการ

2.3 เพื่อส่งเสริมและชักจูงใจสาธารณชนให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร

2.4 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร

2.5 เพื่อขจัดปัญหาความยุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน

วิจิตร อาวะกุล ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ได้ให้กับองค์กร
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินงานการรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่างๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและตลอดเวลา
5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ่นส่วน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา
6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม
7. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เชื่อถือ ได้จากประชาชนยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

ทิพย์พพร มหาสินไพศาล ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้ 4 ประเด็น

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจภาพลักษณ์ที่ดีความจงรักภักดีเกิดการรับข้อมูลข่าวสารก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกหน่วยงานก่อให้เกิดความรู้จักระหว่างหน่วยงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในงานประชาสัมพันธ์ ถือเป็นลักษณะงานที่มีความสำคัญและเป็นงานที่ต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่องด้วยเหตุที่ว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจ ภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงานเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากจะเป็นส่วนที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลและรู้จักตัวหน่วยงานในระดับหนึ่งซึ่งทำให้สามารถขยายความสัมพันธ์ไปในวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ และสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไปยังวัตถุประสงค์ในข้ออื่นๆ ที่ต้องการ

2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนในการดำเนินงานและการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข หรืออาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นการคาดการณ์มองสถานการณ์ล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ เช่น การรับข้อมูลข่าวสารคลาดเคลื่อน การเกิดความเข้าใจผิดกับหน่วยงาน กิจกรรมของหน่วยงาน การดำเนินงานของหน่วยงาน การต่อต้านการดำเนินงาน การถูกโจมตี การเกิดสถานการณ์ที่เป็นข่าวลือ ฯลฯการดำเนินงานเพื่อการป้องกันความเข้าใจผิด ถือหลักของการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงาน จึงเป็นการวางแผนล่วงหน้าในการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นในการเผยแพร่และระมัดระวังในเรื่องของความคลาดเคลื่อน ความเข้าใจผิด การถูกโจมตี ฯลฯ

3. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการแก้ไขการแก้ไขความเข้าใจผิดหรือเป็นการแก้ไขวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน หรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่หน่วยงานจัดขึ้นเป็นขั้นตอนหลังจากที่เหตุการณ์เกิดขึ้นมาแล้วแตกต่างจากการดำเนินงานเพื่อการป้องกันที่เป็นการดำเนินงานโดยการคาดคะเนล่วงหน้า ส่วนการแก้ไขนั้นเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะความเชี่ยวชาญไหวพริบปฏิภาณของนักประชาสัมพันธ์ในการจัดการกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถควบคุมสถานการณ์หรือแก้ไขให้เหตุการณ์ต่างๆผ่านพ้นไปได้ด้วยดีซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้ทันกับเวลากับเหตุการณ์และเหมาะสมกับกาลเทศะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในวัตถุประสงค์ข้อนี้เป็นลักษณะงานที่ทำทายความสามารถและกำหนดศักยภาพของนักประชาสัมพันธ์ได้จัดการแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ต่างๆ เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขโดยมีหน่วยงานเกี่ยวข้องมากมายเป็นการระดมสมองของทั้งหน่วยงานในการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การเกิดเหตุระเบิด เกิดเพลิงไหม้ เกิดเหตุการณ์ที่เป็นผลกระทบกับชีวิตทรัพย์สินและจิตใจของประชาชนที่เกี่ยวข้อง การเกิดก๊าซรั่ว ข่าวลือสถานภาพทางการเงินของบริษัท การแก้ไขความเข้าใจผิด และแก้ไขวิกฤตการณ์เป็นการดำเนินงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องประเภทต่างๆ มากมาย เนื่องจากมักเป็นข่าวที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจอยู่แล้ว เป็นที่จับตามองของบุคคลทั่วไป การแก้ไขจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและต้องหาแนวทางออกต่างๆที่แตกต่างกันไปขึ้นกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมากกว่า ข้อมูลที่ต้องการทางแก้ไขเป็นเรื่องที่สำคัญมากต้องแม่นยำเที่ยงตรง

4. การดำเนินงานเพื่อการโน้มน้าวเป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างความร่วมมือการสนับสนุนความคล้อยตามทั้งนี้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมบางประการตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งอาจต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือเป็นการกระตุ้นให้เกิดประชามติตามที่ต้องการหรือการชักจูงใจเพื่อการรณรงค์ในการดำเนินงานต่างๆ ทั้งของหน่วยงาน

ราชการหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น การรณรงค์เลือกตั้ง การรณรงค์เลิกการสูบบุหรี่ โครงการเมาไม่ขับการจัดระเบียบสังคม การรณรงค์ปัญหาเสพติด ฯลฯ

โดยสรุปแล้ววัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มุ่งที่จะสร้างความเข้าใจป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด รักษาชื่อเสียง เพื่อให้เกิดความศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือเอกชนต่างก็มีหลักในการดำเนินงานเหมือนกันแตกต่างกันเฉพาะในข้อปลีกย่อยและระบบของงานระบบราชการมีภาระต้องรับผิดชอบต่อประชาชนส่วนรวมเป็นจำนวนมากในลักษณะต่อเนื่องกันจะทำตามความพอใจไม่ได้ระบบราชการเป็นระบบที่มีกฎหมายระเบียบข้อบังคับกำหนดไว้มีกรอบให้เดินและต้องการหลักฐานการทำงานประชาสัมพันธ์ของทางราชการจึงกว้างขวางและยุ่งยากกว่าเอกชนมากแต่หลักการก็เหมือนกันเป็นการทำเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เขาเชื่อถือยอมรับและไว้วางใจค้นหาและศรัทธาตลอดจนป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดที่มีต่อองค์กรและทำให้องค์กรเกิดความเชื่อถือนั่นคงในการบริหารจนสามารถพัฒนาตัวเองให้ใหญ่โตและมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆกระบวนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่จะประสานความเข้าใจกันระหว่างองค์กรกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการประสานความเข้าใจนี้ต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลกันในระบบ 2 ทิศทาง คือให้แก่ประชาชน และในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วยจึงเป็นการยากที่จะเข้าใจขึ้นเองโดยอัตโนมัติในสังคมปัจจุบันจำเป็นที่จะต้องมีการจัดหาและวางแผน ดังนั้นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงต้องมีหน้าที่ทั้งการเป็นผู้ฟัง ผู้เสาะหาข้อมูล ผู้ติดต่อสื่อสาร ที่ปรึกษาและผู้ประเมินผลการดำเนินงาน

สก๊อต เอ็ม คัตลิป และอัลเลนเอ็ช เซ็นเตอร์ (Scott M. Cutluip and Aller, 1978: 139 อ้างจาก ไชยยศ เรื่องสุวรรณ, 2522: 55-56) กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพไว้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย – การรับฟัง (Research-Listening)

เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ เป็นการสำรวจหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่เผชิญอยู่ หรือนำผลที่ได้มาประมวลเป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยและรับฟัง จากนั้นนำมาวางแผนและตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไรการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) เป็น ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมหรือบันทึกจากแหล่งข้อมูลโดยตรงซึ่งอาจจะได้จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสำรวจ การจดบันทึก เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ได้มาจากจุดกำเนิดของข้อมูลนั้นๆ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นหลักฐานอันดับรองที่นำข้อมูลขั้นแรกมาเสนออีกรูปแบบหนึ่ง ข้อมูลที่มีผู้อื่นรวบรวมไว้ให้แล้ว ได้แก่ หนังสือ และวัสดุที่เป็นผลผลิตของการค้นคว้าจากหลักฐานเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning – Decision Making)

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยและรับฟัง มากำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้องต่อเนื่องของกิจกรรมต่างๆ กับระยะเวลาและรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในขั้นตอนนี้มีองค์ประกอบที่จะนำมาใช้ในการวางแผนได้แก่

1. การกำหนดวัตถุประสงค์
2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
3. การกำหนดกิจกรรมและสื่อ
4. การกำหนดงบประมาณและบุคลากร
5. การกำหนดวิธีการติดตามและประเมินผล

1. การกำหนดวัตถุประสงค์

การประชาสัมพันธ์ขององค์กรและสถาบันมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้

1.1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ เป็นการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรและสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์กรและสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็น ไปในทางที่ดีต่อองค์กรและสถาบัน การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญ คือ

- การแจ้งให้ทราบ
- การให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน
- การเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน

หลักการทั้ง 3 ข้อดังกล่าว เป็นเรื่องที่สามารถทำควบคู่และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพราะการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในองค์กรและ

สถาบันแล้ว ย่อมเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน หรืออาจกล่าวได้ว่าหากประชาชนเข้าใจโดยถ่องแท้แล้วย่อมมีความเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

1.2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

1.2.1 การป้องกันความเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (preventive public relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ อย่างไรก็ตามความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี เช่น ความเข้าใจผิดในนโยบาย วัตถุประสงค์ หรือการดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบัน เพื่อจะได้หาแนวทางป้องกันไว้เสียก่อน ก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดนั้น ๆ เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์และผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ทุกคนจึงควรยึดหลักป้องกันความเข้าใจผิดที่จะเกิดขึ้นไว้ก่อนดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง

1.2.2 การแก้ไขความเข้าใจผิด ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้อยู่เสมอ ฉะนั้นเมื่อองค์การสถาบันประสบกับปัญหาดังกล่าว ก็จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ ความเข้าใจผิดที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในหมู่ประชาชนก็คือ ความเข้าใจผิดที่ได้ยินได้ฟังมาจากกลุ่มบุคคลเพื่อนฝูงที่สนทนาหรือคุยกัน หรือข่าวลือต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องราวประเภท “ข่าวลือ” นอกจากนี้ยังอาจเกิดขึ้นจากคำวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน เช่น การนำเสนอทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ลงข่าวดำเนินคดีเงินโฆติหรือพาดพิงมาถึงองค์การสถาบัน เป็นต้น

1.3 การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การและสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนหรือที่เรียกว่า “ประชามติ” (public opinion) จะต้องทราบว่าจะประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การและสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การและสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

การสำรวจวิจัยประชามติจึงเป็นสิ่งจำเป็นคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หากหน่วยงานใดทำการประชาสัมพันธ์โดยไม่มีการพิจารณาถึงประชามติแล้ว

หน่วยงานนั้นอาจจะต้องประสบกับความล้มเหลวสิ้นเปลืองงบประมาณและเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ เราจะเห็นได้ว่า หลักการพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ก็คือ การที่องค์กรและสถาบันจะต้องมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน และรวมทั้งมีการประพฤติปฏิบัติหรือการกระทำที่ดีต่อประชาชน องค์กรและสถาบันจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน (public Interest) นอกจากนี้การที่องค์กรและสถาบันจะได้รับความนิยมนับและสนับสนุนจากประชาชนหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารขององค์กรก็มีส่วนอยู่มาก กล่าวคือ ผู้บริหารขององค์กรและสถาบันจะต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในประชามติหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความต้องการและประชาชนด้วย ซึ่งอาจทำได้โดยการสำรวจประชามติ แล้วนำเอาสิ่งดังกล่าวมาพิจารณาจัดตั้งเป็นนโยบายที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนหรือประชามติของกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งจะต้องมีการบอกกล่าวเผยแพร่ชี้แจงนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรให้ประชาชนได้ทราบ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและนิยมชมชอบให้ความสนับสนุนแก่สถาบัน เช่น กลุ่มพนักงานลูกจ้าง กลุ่มประชาชนทั่วไป ชุมชนในละแวกใกล้เคียง ฯลฯ จึงนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง และสิ่งสำคัญคือความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ เหล่านี้ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพเท่านั้น หากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน ไร้ประสิทธิภาพก็ย่อมก่อให้เกิดผลล้มเหลวทางด้านการประชาสัมพันธ์โดยสิ้นเชิง ประชาชนอาจเกิดความไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดตลอดจนมีที่ท่าของความขัดแย้งเกิดขึ้น ความขัดแย้งระหว่างองค์กรและสถาบันกับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ย่อมเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จและต่อความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรและสถาบันไม่พึงประสงค์ และจะต้องหาทางขจัดให้หมดไปด้วยการใช้หลักและวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของขั้นตอนการวางแผน การตัดสินใจนี้ ผู้วางแผนจำเป็นต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายใน 2 ประเด็นคือ

2.1 การวิเคราะห์ปัญหาที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การวิเคราะห์ปัญหาขององค์กรว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ เป็นปัญหาที่สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปแก้ไขสถานการณ์ปัญหานั้น ๆ หรือไม่

2.2 การวิเคราะห์ตัวกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์ทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่รับผลประโยชน์ ผลกระทบจากการประชาสัมพันธ์โดยตรง หรือผู้ที่ต้องเกี่ยวข้องกับโครงการประชาสัมพันธ์โดยอ้อม และหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่ระบุไว้ในหลาย ๆ ลักษณะ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะภายนอกทาง

กายภาพโดยทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม และข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางจิตใจ

การศึกษากลุ่มเป้าหมายครอบคลุมลักษณะต่าง ๆ ที่เสนอมายจะช่วยให้ผู้วางแผนประชาสัมพันธ์ตัดสินใจในการกำหนดประเภทของสื่อ และชนิดของสื่อที่จะใช้ในขั้นตอนต่อไปอย่างถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

3. การกำหนดกิจกรรมและสื่อ

สื่อแต่ละประเภท กิจกรรมแต่ละชนิดก็มีคุณลักษณะ คุณสมบัติ ข้อดีข้อเสียแตกต่างกันออกไป การจะตัดสินใจเลือกสื่อแต่ละประเภทหรือกิจกรรมแต่ละชนิดจึงมีประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงและนำมาวิเคราะห์ในการตัดสินใจเลือก 4 ประการ คือ

3.1 กลุ่มเป้าหมายคือใคร ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องนำเอากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะส่งสารออกไปถึง มาวิเคราะห์อย่างละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขา

3.2 กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน ข้อมูลประการที่สองก็จะนำมาช่วยในการตัดสินใจเลือกสื่อและกำหนดกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็คือ ข้อมูลเกี่ยวกับเขตพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายพักอาศัย ว่าพักอาศัยในเขตเมืองหรืออยู่ในชนบท มีสื่อหรือกิจกรรมใดบ้างที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่นั้น ๆ ได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

3.3 สารที่ต้องการจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายคืออะไร มีลักษณะอย่างไร ลักษณะของสารที่ต้องการจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายก็เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ต้องนำมาวิเคราะห์ในการกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ โดยต้องพิจารณาจากเนื้อหาของสารว่าเป็นเนื้อหาประเภทใด จำเป็นต้องมีภาพประกอบหรือไม่ จำเป็นต้องให้เห็นถึงภาพและฟังน้ำเสียงประกอบหรือไม่ หรือเนื้อหานั้นสามารถเสนอโดยใช้เสียงเพียงอย่างเดียว การพิจารณาจากตัวสาระเนื้อหาของสารจะเป็นเกณฑ์ทำให้ผู้วางแผนเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา

3.4 เมื่อไรจึงจะสื่อสารประชาสัมพันธ์ออกสู่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ของคนคือ ใคร อยู่ที่ไหน สารที่ต้องการมีลักษณะอย่างไรแล้ว ประเด็นที่จะต้องนำมาวิเคราะห์ต่อไปก็คือ กำหนดเวลาในการส่งสารประชาสัมพันธ์ออกสู่เป้าหมายว่าสื่อใดจึงจะเหมาะสม สื่อและกิจกรรมใดที่มีความพร้อมสำหรับช่วงเวลาที่วางแผนประชาสัมพันธ์ไว้ เมื่อตอบคำถามได้ทั้ง 4 ข้อแล้วจึงพิจารณาเลือกสื่อที่มีอยู่มากมาย

4. การกำหนดงบประมาณและบุคลากร

ก่อนจะเริ่มวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้วางแผนจะต้องทราบว่า มีงบประมาณที่จะได้รับสำหรับแผนการประชาสัมพันธ์นั้น ๆ มีจำนวนมากน้อยเพียงไร ได้จัด

แบ่งเป็นหมวดต่าง ๆ เช่นไร นอกจากนี้แล้วบุคลากรซึ่งรวมทั้งบุคคลที่รับผิดชอบโดยตรง และบุคคลที่เกี่ยวข้องอื่นจะเป็นใครบ้าง แต่ละคน มีศักยภาพอย่างไร สามารถช่วยงานแต่ละกิจกรรมมากน้อยเพียงไร ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณและบุคลากรจะต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้การวางแผนและการดำเนินงานตามแผนเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

- การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณหมายถึง การคำนวณค่าใช้จ่ายสำหรับดำเนินกิจกรรมทุกประเภทตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ การกำหนดงบประมาณจึงเป็นส่วนช่วยควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย โดยไม่มีปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายไม่พอหลังจากได้ดำเนินการไปแล้วระยะหนึ่ง การกำหนดงบประมาณทำได้ 2 ลักษณะ คือ

1. กำหนดตามกิจกรรมที่จะต้องทำและใช้จ่ายเงิน เป็นการคิดคำนวณจากค่าใช้จ่ายแต่ละกิจกรรมทุกกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนงาน เช่นถ้ากำหนดไว้ในแผนงานว่ากิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่จะทำในปีนั้นทั้งสิ้น 10 กิจกรรม ก็นำแต่ละกิจกรรมมาแจกแจงละเอียดของค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น จากนั้นก็นำยอดมารวมกันตั้งเป็นงบประมาณ

2. กำหนดตามลักษณะหมวดหมู่ของค่าใช้จ่าย เป็นการนำเอาค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมมาวิเคราะห์รายละเอียดเหมือนเช่นลักษณะแรกก่อนจากนั้นจึงนำมาจัดเป็นประเภทเป็นหมวดค่าใช้จ่าย แล้วตั้งเป็นงบประมาณรวมต่อไป วิธีนี้นิยมจัดหมวดหมู่ค่าใช้จ่ายเป็น 6 หมวดหมู่ คือ

2.1 เงินเดือน ค่าล่วงเวลา โบนัส คิดตามจำนวนพนักงาน ลูกจ้างประจำ ในอัตราที่องค์การกำหนด

2.2 ค่าตอบแทนลักษณะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่นค่าตอบแทนกรรมการที่ปรึกษา ค่าตอบแทนกรรมการผู้มาอภิปราย สัมมนา ประชุมลักษณะต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 ค่าจ้างชั่วคราว จ่ายให้กับคนหรือองค์การที่รับจ้างดำเนินกิจกรรมหนึ่งให้ เช่น ค่าจ้างออกแบบและจัดพิมพ์รายงานประจำปี ค่าจ้างออกแบบบัตรอวยพรปีใหม่

2.4 ค่าใช้สอย เงินหมวดนี้ได้แก่ค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นค่ารถ ค่าที่พัก ค่าเช่าสถานที่ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ฯลฯ

2.5 ค่าวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ วัสดุประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น วัสดุสำนักงานต่าง ๆ फिल्म เทปเสียง เทปบันทึกภาพ ฯลฯ รวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่ กล้องถ่าย วิดิทัศน์ กล้องถ่ายภาพ เครื่องฉายภาพยนตร์ เป็นต้น

2.6 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายหมวดนี้หมายความถึงค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้เพื่อจะมียอดรายจ่ายที่ไม่ได้เตรียมไว้ ปกติจะตั้งไว้ 10 เปอร์เซ็นต์ ของยอดรวมทั้งหมด

- การกำหนดบุคลากร

ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะให้การปฏิบัติงานดำเนินไปตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามแผน อันประกอบด้วย

1. การจัดบุคลากรให้สอดคล้องกับการวางแผน

การจัดบุคลากร โดยทั่วไปจัดเป็นเป็น 4 ฝ่าย คือ ฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายข้อมูล ฝ่ายบริการ และสนับสนุน และฝ่ายโฆษณาเผยแพร่ แต่ในการบริหารแผน อาจรวมกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องขึ้นมาเพื่อให้ได้ทีมงานมาดำเนินการตามแผน โดยเอาบุคลากรจากส่วนงานต่างๆ ขององค์การเดิมมาปรับใช้ในการดำเนินงานตามโครงการใหม่

2. การฝึกอบรมบุคลากร

การจัดฝึกอบรมเป็นการอบรมเพื่อให้เกิดความรู้ประสบการณ์ในการทำงาน อาจฝึกอบรมในรูปของการประชุมเชิงปฏิบัติการหรือฝึกอบรมขณะปฏิบัติงานจริง (on the job training) ก็ได้

ขั้นตอนที่ 3 การสื่อสาร (Communication - Action)

เป็นขั้นการลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่ได้กำหนด โดยการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง และจะต้องรับฟังความคิดเห็นและปฏิกิริยาตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายด้วย

ขั้นตอนนี้ หมายถึง การพยายามสื่อความหมายให้เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจร่วมกันให้เกิดขึ้นในระหว่างกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ กับองค์กร ตามแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้ได้แก่ แผนงานการใช้สื่อและกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้การใช้สื่อและการออกแบบสารควรมีการสร้างสรรค์ออกแบบให้สอดคล้องกับความสนใจและเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มต่าง ๆ ที่องค์กรเข้าไปเกี่ยวข้อง ในขั้นตอนการสื่อสารนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพิจารณาปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมแผนงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล (Evaluation)

เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่นำไปว่าประสบความสำเร็จเพียงใด มีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้าง ควรจะปรับปรุงในด้านใด เป็นต้น วิธีการประเมินผลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1. วิธีการประเมินผลโดยอาศัยการสังเกต เป็นวิธีการประเมินที่อาศัยความรู้ประสบการณ์ ความชำนาญ และการสังเกตต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์เป็นหลักของการตัดสินใจ

คุณค่างานประชาสัมพันธ์ การประเมินประเทณนี้ยังสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น จดหมายที่ส่งเข้ามาเสนอข้อคิดเห็นเป็นไปในทางบวกต่อกิจกรรมหรือบริษัท เราก็อาจให้ข้อสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถสร้างความสนใจและทัศนคติในทางบวกให้แก่บริษัท หรือเป็นการสังเกตจากสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือการพบปะกับบุคคลต่าง ๆ ก็อาจสะท้อนและบอกได้ว่าการประชาสัมพันธ์ที่ทำไปนั้นได้ผลดีเลวเช่นไร

2. วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ เป็นวิธีการประเมินผลที่ยอมรับกันมาก ในทุกวงการปัจจุบันว่า การประเมินผลนี้สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรง โดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมินผล เป็นวิธีการประเมินที่มีการควบคุม มีหลักฐานและเป็นระบบมากที่สุด วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์นี้มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานโดยย่อ คือ การสังเกตข้อเท็จจริงทั่วไปเพื่อให้อูรู้ว่าอะไรคือปัญหา เพื่อกำหนดขอบเขตของปัญหาได้เหมาะสม กำหนดสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐาน และการทำซ้ำ ตามลำดับ

ความสำคัญของการประเมินผลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ คือ

1. การประเมินผล สามารถบอกอดีตของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันได้
2. การประเมินผล สามารถบอกสถานภาพในปัจจุบันของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
3. การประเมินผล สามารถให้ประโยชน์ในการคาดการณ์ในอนาคต
4. การประเมินผลสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพ ลักษณะของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง (on-going process) ซึ่งจะไม่มีการสิ้นสุด คือ เมื่อปฏิบัติงานถึงขั้นตอนการประเมินผลแล้ว ก็จะนำข้อมูลที่ได้ นั้นไปใช้ในขั้นตอนที่ 1 เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ต่อ ๆ ไป

ดังนั้น ในการวิจัยเรื่องนี้จึง ใช้ กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสก็อต เอ็ม คัทลิป แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ และ เกลน เอ็ม บรูม มาเป็นกรอบแนวคิดทฤษฎีและเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินงาน ได้แบ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอนในทุกๆ ขั้นตอนมีความสำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ

2.4 ช่องทางและสื่อในการประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารต่างๆ ในงานประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้ สื่อและเครื่องมือเป็นตัวกลางการถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ นิยมศรัทธา และความสามารถเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนได้แต่ในการติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกัน ไม่ว่าจะ

สื่อออกมาเป็น คำพูด สิ่งพิมพ์ โสตทัศนอุปกรณ์ ตลอดจนสื่ออื่นๆ นั้น ล้วนแต่ต้องอาศัยเครื่องมือช่วยในการทำความเข้าใจซึ่งกันและกันทั้งสิ้น เพื่อให้รับรู้ (Receiver) และผู้ส่ง (Source) ได้รับข่าวสาร (Message) และข้อมูลถูกต้องตรงกัน เพราะว่าการประชาสัมพันธ์จะสำเร็จหรือล้มเหลวในส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมถูกต้อง ดังนั้น เครื่องมือและสื่อจึงเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์กับประชาชนและกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ซึ่งอาจจะกระทำได้หลายวิธี โดยใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้ามาช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน/องค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้ตามเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นมวลชนทั้งประเทศ ชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มประชาชนทั่วไป ในการสื่อสารจะต้องอาศัยสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยการวางแผนการดำเนินการใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

นภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล (2527) กล่าวถึง แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้คือ

1. Repeating การย้ำหรือการทำบ่อยๆ ติดต่อกันไปจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น คงทนถาวรมากขึ้นเหมือนดอกหัวตะปู้ย่ำ ยิ่งคิดแน่นแม่นยำ แต่การใช้วิธี Repeating นี้มีข้อควรระวังอยู่ว่า ถ้าย้ำบ่อยๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้น repeating นี้ ถ้าจะทำอยู่เรื่อยๆ ควรให้มีทั้ง Continuity คือการทำติดต่อกันไปเรื่อยๆ และมี Variation คือยามใดให้ถี่ถี่ ยามใดควรห่างก็ห่าง อย่าย้ำซ้ำถี่ๆ ยามใดควรห่างก็ห่าง อย่าย้ำซ้ำถี่ๆ อยู่ตลอดเวลา ควรจะมีช่วงเว้นห่างบ้างสลับกันไป
2. การให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Audience Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วมสามารถทำได้ทั้งความบันเทิง ความรู้ เปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านสอบถามปัญหามายังรายการ

สื่อ หรือช่องทางการสื่อสารที่เป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน ด้วยวิธีที่สารไหลแหล่งสารที่เป็นบุคคลหรือสถาบัน ไปยังผู้รับสารซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือสถาบันก็ได้ ซึ่งคำว่า “สื่อ” ประมะ สตะเวทิน (อ้างใน ศศิวิมล ตามไท, 2542) กล่าวไว้ว่าโดยปกติสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ

1.1 สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรง และสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง

1.2 สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ และยังทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ในทันที

2. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดีกล่าวคือ

2.1 สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะที่ดีของการสื่อเฉพาะกิจ ก็คือ

3.1 ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่องให้ผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น

3.2 สื่อเฉพาะกิจ สามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้องอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้ในการแบ่งประเภทของสื่อดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการจำแนกประเภทของสื่อออกเป็นรูปแบบต่างๆ อย่างกว้างขวาง ดังนั้น เพื่อให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารควรมีการแบ่งประเภทของสื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพื่อจะได้ใช้เป็นกรอบในการเลือกใช้สื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ประจวบ อินอ้อด (2530) แบ่งสื่อในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ประเภท

1. สื่อประเภทคำพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรศัพท์ เครื่องขยายเสียง แผ่นเสียง

2. สื่อประเภทลายลักษณ์อักษร ได้แก่ เอกสารสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร จุลสาร เอกสารแผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก โปสเตอร์ ใบปลิวรายงานประจำปี วารสารประชาสัมพันธ์ วีดิโอเทป โทรเลข โทรสาร รวมทั้งคอมพิวเตอร์

3. สื่อประเภทภาพและสัญลักษณ์ ได้แก่ การแสดงภาพแผ่นป้ายโฆษณาริมทาง หลวง ป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางหรือป้ายรถประจำทาง ป้ายตามที่พัก ผู้โดยสารรถประจำทาง สถานีไฟ ป้ายตามสี่แยกและริมทางด่วน

4. สื่อประเภทและเสียงหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทมากที่สุดโดยเข้ามาแทนที่ภาพยนตร์ และสื่อที่แตกแขนงต่อเนื่องจากโทรทัศน์ก็คือเทปโทรทัศน์หรือวีดีโอ ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อในการให้ความบันเทิงแล้วยังเป็นสื่อสำหรับการให้ข่าวสารแก่ผู้ชม

5. เบ็ดเตล็ด ได้แก่ จดหมายส่งตรงไปยังผู้รับ แผ่นผ้า เครื่องใช้ของชำร่วยต่างๆ เช่น กระเป๋าคอมพิวเตอร์ เสื้อยืด ปฏิทิน สื่อประเภทนี้มักจะใช้ผสมกับสื่ออื่น เพื่อเป็นการเตือนให้ระลึกหรือให้จำข่าวสารข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์โดยสื่ออื่นแล้วในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง นอกจากนี้จะมีกระบวนการที่ได้กล่าวมาแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังได้อาศัยช่องทาง (Channel) ซึ่งมีอยู่หลายทาง เช่น คน วิทยู โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น และในการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งย่อมอาศัยช่องทางที่แตกต่างกันอยู่ที่ความสะดวกและเหมาะสม

วิรัช อภิรัตนกุล (2540 : 268) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมียุ่มาหลายประเภท ดังเช่น ต่อไปนี้

1. สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ คำพูด (Spoken words) ในลักษณะต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่มีมนุษย์เราทุกคนมีติดตัวอยู่แล้ว การพูดเป็นสื่อที่ยังจำเป็นและทรงอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์

2. สื่อมวลชน (Mass media) ได้แก่ วิทยูกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ฟิล์ม สตรีป จดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณา สถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดง และนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ

ลักษณะ สตะเวทิน (2540: 173) กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นนักประชาสัมพันธ์มีสื่อซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเองทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการรูปแบบการผลิตรวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการใช้สื่อประเภทนี้ นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนเป้าหมายได้เป็นกลุ่มๆ สื่อเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (Printed media) คำพูด (Spoken word) ภาพและเสียง (Sight and sound) การจัดเหตุการณ์พิเศษ (Staged events) การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public relations advertising) เป็นต้น

2. สื่อมวลชน (Mass media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากๆ หรือเรียกว่ามวลชน (Mass audience) ประชาชนเหล่านี้อยู่กันอย่างกระจัดกระจายในที่ต่างๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารจึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนจะเสนอข่าวให้หรือไม่ สั้นหรือยาวมากหรือน้อย องค์การไม่สามารถบังคับได้และการเผยแพร่ก็เป็นการมุ่งไปสู่มวลชนทั่วไป จะไม่เจาะจงเผยแพร่เฉพาะประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะฉะนั้นการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดก็ตามที่มุ่งถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มจึงอาศัยสื่อมวลชนไม่ได้ จะใช้ได้เฉพาะเรื่องที่มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการมุ่งเผยแพร่ให้ประชาชนเพื่อได้ทราบ

สรุปได้ว่า สื่อในการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยผ่านช่องทางต่างๆ โดยใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมสื่อมีหลากหลายประเภทในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดของ วิรัช อภิรัตน์กุล ในการวิเคราะห์ข้อมูลของสื่อที่ใช้ของโรงเรียนเพลินพัฒนา

2.5 แนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์กับการบริหาร

การบริหารงาน หมายถึง กระบวนการที่บุคคลและกลุ่มบุคคลได้ร่วมกันใช้ความพยายามเพื่อกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด ให้เป็นไปตามที่ตกลงไว้

ปัจจัยในการบริหารงาน ประกอบด้วย

1. คน (Man) คือทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของการดำเนินงาน ทั้งนี้ ในแง่ของปริมาณงานและคุณภาพ
2. เงินทุน (Money) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนการจัดการทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและเอื้ออำนวยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น
3. วัสดุสิ่งของ (Material) คือ วัตถุดิบและวัสดุที่ใช้ดำเนินงานผลิตหรือสร้างบริการต่าง ๆ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
4. การจัดการ (Management) การจัดการ คือกระบวนการจัดการบริหารควบคุมเพื่อให้งานทั้งหมดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีปัจจัยด้านการบริหารงานเป็นส่วนสนับสนุน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะนำปัจจัยในการบริหารงานมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการการวิจัยปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา

3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์หมายถึงวิธีการของโรงเรียนหรือสถาบันอันมีแผนการกระทำที่ต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้โรงเรียน หรือสถาบันกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นผลให้การดำเนินงานของโรงเรียน หรือสถาบัน ได้ผลดีตามความมุ่งหมาย หรือแผนงานที่วางไว้

ชม ภูมิภาค(2526: 272) มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการที่จะสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในการทำงานแบบเป็นมิตรระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการกระทำที่จะช่วยให้ชุมชนได้ทราบถึงเรื่องราวของโรงเรียน ทราบถึงโครงการต่าง ๆ ของโรงเรียน

ภิญญา สาทร(2526: 240) กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าเป็นการดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งกับประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือบริการการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจึงเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง (Two-way process) คือ โรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดต่างๆสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2543:17) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาารวมทั้งองค์การหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการดำเนินงานอย่างมีแบบแผนต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง

อรุณ งามดี (2532: 169) มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการดำเนินงานอย่างมีแบบแผนและกระทำต่อเนื่องกันเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับโรงเรียนด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530: 30) กล่าวว่า โรงเรียนในฐานะเป็นสังคมหน่วยหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่มีหน้าที่ให้ความรู้ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกที่ดี มีประสิทธิภาพให้กับสังคม โดยได้รับเงินสนับสนุนจากภาษีอากรของราษฎรและได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครองส่งบุตรกุลธิดาเข้ามาศึกษาหาความรู้ ดังนั้น การเคลื่อนไหวทางการดำเนินการจัดการศึกษาของโรงเรียน ประชาชนจึงควรมีสิทธิ์ที่จะต้องทราบจะต้องเข้าใจและให้ความสนับสนุน

ร่วมมือทั้งทางด้านกำลังเงิน กำลังกายและกำลังปัญญา ดังนั้นกระบวนการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์สองทางคือโรงเรียนแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวทางการดำเนินงานให้ประชาชนทราบและประชาชนให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จึงเป็นภารกิจที่ทั้งสองฝ่ายพึงมีต่อกันเพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีมีความเชื่อน่าศรัทธาและการสนับสนุนร่วมมือให้การศึกษานักเรียนก้าวหน้าและมีคุณภาพประสิทธิภาพสูง

Kindred (1957: 25) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับชุมชนมีความประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีความเข้าใจและเห็นความจำเป็นในการปฏิบัติงานทางการศึกษาทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความสามารถมีความสนใจและร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียน

Kowalski (1996: 345) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ การใช้สมาคมนักข่าวโดยการให้เข้าใจสื่อสารเกี่ยวกับเป้าหมายที่จะให้ความช่วยเหลือด้านเงินกองทุน การจัดการโทรทัศน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมของโรงเรียนเพิ่มศักยภาพผู้เรียน การประชุมแนะนำ ผู้ปกครอง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาประสบการณ์ต่างๆแก่ผู้ปกครอง การใช้จดหมายถึงผู้ปกครองเพื่อให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนให้ทันเวลาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปกครอง เพื่อให้ผู้ปกครองเข้าใจและส่งเสริมเกี่ยวกับระเบียบวินัย จัดประชุมพร้อมทั้งเข้าเฝ้าพบปะของครอบครัวต่อการศึกษาจัดวันเยี่ยมผู้ปกครองเพื่อผู้ปกครองจะได้พัฒนานักเรียน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อจะให้นิโรงเรียนมีความเข้มแข็ง และเพื่อการช่วยเหลือโรงเรียนในด้านการจัดการเรียนการสอนและส่งเสริมให้โรงเรียนเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยการเขียนบทความสิ่งที่เกิดขึ้นในโรงเรียนลงในวารสารหรือในหนังสือพิมพ์ เพื่อเผยแพร่กิจการของโรงเรียน

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าวพอจะสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจหรือความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพื่อให้เกิดการประสานงานและความร่วมมือที่ดีในการบริหารโรงเรียนโรงเรียน โดยไม่ได้มุ่งหวังผลกำไร

3.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆของโรงเรียนโรงเรียนจะต้องเป็นทั้งผู้รับและผู้ให้จึงจะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการที่ได้ทราบถึงความรู้สึกลึกต่างๆที่บุคคลมีต่อโรงเรียนและต้องไม่ลืมที่

จะดูแลความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นภายในโรงเรียนให้เรียบร้อยเสียก่อนการประชาสัมพันธ์ ในความรู้สึกนึกคิดของคนทั่วไปมักมีแนวโน้มที่จะเข้าใจว่าการประชาสัมพันธ์หมายถึงการประกาศหรือการโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่เข้าใจผิดคิดว่าการประชาสัมพันธ์ คือ งานติดต่อสอบถาม (enquiry) บ้างผู้ที่ทำงานทางด้านประชาสัมพันธ์หรือนักประชาสัมพันธ์ก็คือผู้ที่คอยตอบคำถามต่าง ๆ จากผู้ที่มาติดต่องานด้วย ซึ่งส่วนมากก็เปลี่ยนหน้ากันเข้ามาถามคำถามซ้ำๆ ซากๆ ทุกวัน รวมทั้งเข้าใจว่าเป็นงานสารบรรณ รับ – ส่งหนังสือต่าง ๆ และเข้าใจว่าเป็นงานต้อนรับ หรือ พนักงานต้อนรับ (receptionist) คอยทักทายหรือนั่งยิ้มให้แก่ผู้ที่มาติดต่องานด้วยความเข้าใจผิดเช่นนี้ยังคงมีอยู่เสมอในปัจจุบัน

ไชยยศ เรืองสุวรรณ ได้สรุปถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไว้ดังนี้

1. ในสังคมประชาธิปไตยรัฐมีสิ่งผูกพันที่จะต้องแจ้งกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินไปให้ประชาชนทราบ โรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของรัฐ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเผยแพร่กิจการต่างๆ ที่โรงเรียนได้กระทำ ลงไปให้ประชาชนได้ทราบ

2. กิจกรรมใด ๆ ของโรงเรียนจะสำเร็จได้มาก หรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสนใจความเข้าใจ ความมั่นใจที่ประชาชนให้แก่โรงเรียนในสังคมประชาธิปไตยนั้น โรงเรียนเป็นของประชาชนการดำเนินการตลอดจนนโยบายต่าง ๆ นั้น ประชาชนควรมีส่วนร่วมมาก และการที่ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างดี และอย่างเป็นประโยชน์ก็อยู่ที่ความเข้าใจเกี่ยวกับโรงเรียนอย่างถูกต้องสาเหตุที่ประชาชนไม่ค่อยเข้าใจโรงเรียนในปัจจุบัน อาจเนื่องมาจาก 3 สาเหตุ คือ

2.1 โรงเรียนมีความซับซ้อนมากกว่าเดิมจึงทำให้คนในวงนอกตามไม่ค่อยทัน

2.2 เนื่องจากครูและนักการศึกษาเองไม่พอใจในการที่จะเห็นใครมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องโรงเรียน

2.3 การศึกษาที่นักเรียนจะได้รับหากจะให้ดีที่สุดที่สุคนธ์นั้นย่อมต้องการความช่วยเหลือหรือร่วมมือระหว่างสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตนักเรียน

3. ด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ดีเท่านั้น ที่จะเอาชนะอิทธิพลของกลุ่มที่มีผลประโยชน์ของตน

วิรัช ลภีรัตนกุล (2544: 26) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศของความเป็นประชาธิปไตยเพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางขององค์การสถาบัน (two-way communication) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีแก่ประชาชนและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวสถาบัน ก่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ และเป็นประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย

วิจิตร อาวะกุล (2539: 27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ ดังนี้

1. ทำให้มองเห็น โอกาสที่จะสร้างความนิยม ชื่อเสียงเกียรติคุณ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือศรัทธาจากประชาชน เพื่อจะบริการสังคมได้ดีขึ้น
2. มองเห็นภัยที่จะคุกคามงาน และเสถียรภาพของหน่วยงานอันเกิดจากกระแสประชามติ
3. สามารถมองเห็นทางเลือกและแนวคิดใหม่ๆแปลกๆในการนำหน่วยงานให้ รุดหน้าบริการสังคมได้ดีกว่าโดยที่ผู้อื่นมองไม่เห็น
4. สามารถแก้ไขใช้ประโยชน์และประสานแนวความคิดทัศนคติและพฤติกรรม ของบุคคลที่มาในทิศทางต่าง ๆ ให้ไปสู่เป้าหมายการประชาสัมพันธ

Kowalski (1996: 345) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ

1. การประชาสัมพันธของโรงเรียน ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม บรรยากาศของการ ติดต่อกับผู้ปกครอง หรือลูกค้า
2. การประชาสัมพันธโรงเรียน จะต้องขึ้นอยู่กับค่าเล่าเรียน เงินกองทุนของ โรงเรียน
3. โรงเรียนจะต้องแข่งขันกับโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนอื่น ๆ
4. หน้าที่ของโรงเรียนจะต้องแข่งขันกันในตลาด เพื่ออนาคตของโรงเรียน
5. โรงเรียนจะต้องมีวัตถุประสงค์ และค่านิยม โดยเฉพาะ
6. โรงเรียนจะต้องสร้างความสัมพันธ์กับสมาคมนักเรียนเก่าผู้ปกครองและผู้ บริจาคเงิน (ผู้ให้ความช่วยเหลือชุมชน)
7. โรงเรียนจะต้องเน้นความต้องการของนักเรียนและจะต้องบริการกับกลุ่ม นักเรียนมากกว่า 1 กลุ่ม
8. โรงเรียนจะต้องคำนึงถึงผู้ปกครองอื่น ๆ และอาสาสมัครที่จะนำเข้ามาช่วยใน โรงเรียน
9. การประชาสัมพันธโรงเรียนจะต้องให้คณะครูเป็นผู้ประชาสัมพันธและควร จะมีที่ปรึกษาไว้ด้วย
10. โรงเรียนจะต้องใช้แหล่งการประชาสัมพันธในท้องตลาดจำนวนมากต้องรู้จัก คัดเลือกและจะต้องมีเงินกองทุนสำหรับการประชาสัมพันธ (เงินกองทุน + งบประมาณ) การ ประชาสัมพันธจึงเป็นกระบวนการที่มุ่งขจัดปิดเป้าความขัดแย้งและความตึงเครียดต่างๆและสร้าง เสริมความเข้าใจ ความรักสมัคครสมานสามัคคีของคนในสังคมเพื่อให้เกิดความสงบสุขร่วมมือร่วม ใจให้ความสนับสนุนกันและกันในกิจการต่าง ๆ

สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีความสำคัญและจำเป็นเพราะโรงเรียนต้องการความร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและความน่าเชื่อถือ

3.3 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีเป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับประชาชน หรือสถาบันต่าง ๆ อันจะเป็นรากฐานในการพัฒนาการศึกษาให้ได้ผลดียิ่งๆ ขึ้น ฉะนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จึงควรทราบวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โดยมีผู้ให้ทัศนะเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2543: 17) ได้สรุปวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาโรงเรียนใช้การประชาสัมพันธ์สร้างความสำนึก ความรู้ ความเข้าใจให้เกิดขึ้นในหมู่ครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน ว่าโรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ทุกคนเป็นเจ้าของ และเป็นหน้าที่ของแต่ละคนที่ต้องให้ความร่วมมือในการจัด และพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนด้วย
2. เพื่อเป็นการแถลงหรือแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกิจกรรมของ โรงเรียนนักเรียนและการจัดการศึกษา
3. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างนักเรียน ครู ผู้ปกครองและประชาชนในชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่โดยอาศัยโรงเรียนเป็นทั้งศูนย์ประชาคมศูนย์การศึกษาและศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน
4. สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ความนิยมและความมั่นใจในโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
5. ส่งเสริมให้ครูนักเรียนและผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดร่วมมือกันในการแก้ปัญหาของเด็กทั้งทางโรงเรียน และที่บ้าน
6. เพื่อให้ครูนักเรียนและผู้ปกครองเข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์และเหตุผลความจำเป็นที่ต้องมีกฎระเบียบ ให้เข้าใจตรงกัน และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ของโรงเรียน
7. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชน ในท้องถิ่นที่มีต่อการศึกษาเพื่อโรงเรียนจะได้หาทางสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

8. ช่วยแก้ไข ขจัดบิดเบือนและป้องกันความขัดแย้ง ข้อคับข้องใจต่าง ๆ ให้หมดไป และพยายามสร้างสิ่งที่จะทำ ให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดีก่อให้เกิดความศรัทธาเลื่อมใส โรงเรียนอย่างแท้จริง

9. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่างๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงให้แนวความคิด

10. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนหรือชักชวนให้ผู้ปกครองและประชาชนเข้ามามีส่วนช่วยเหลือเกื้อกูลกิจการด้านต่าง ๆ ด้วยกำลังกาย จิตใจ ปัญญาความคิด วัสดุ ตลอดจนทางการเงินที่โรงเรียนขาดแคลน เพื่อโรงเรียนจะได้บรรลุผลในการจัดการศึกษาตามเป้าหมายอย่างสมบูรณ์

ภิญโญ สาธร(2526: 220) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนว่า

1. สร้างความเชื่อถือ ความมั่นใจและความนิยมที่มีต่อโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในความสำคัญของการศึกษาและให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าเป็นหน้าที่ของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยทุกคนที่จะต้องให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมดูแลการจัดการศึกษาของโรงเรียน

3. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างบ้าน โรงเรียนและชุมชนหรือท้องถิ่นที่โรงเรียนตั้งอยู่ให้เกิดขึ้น โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์กลาง

4. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อให้โรงเรียนได้มีโอกาสสนองความต้องการอันแท้จริงของประชาชน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันสนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั้น เพื่อสร้างภาพพจน์ความนิยมเลื่อมใส ศรัทธา เชื่อมั่น สร้างความหวังกำลังใจ ที่จะแก้ไข ปรับปรุงสถานการณ์สภาพการณ์ขัดข้องขัดแย้งป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยวิธีการดำเนินการอย่างมีหลักการ เหตุผลที่เป็นรูปธรรมยืนยันความมั่นคงไม่ใช้การชี้แจงอย่างเลื่อนลอยรวมไปถึงการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่าง โรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันสนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ

3.4 หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างโรงเรียนกับบุคคลที่เกี่ยวข้องเพราะถ้าโรงเรียนเกิดความขัดแย้งหรือความไม่ราบรื่นในสังคมจะก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพ การเรียน การสอนและการปฏิบัติงานในโรงเรียน ฉะนั้น เพื่อให้การจัดการโรงเรียนเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกในสายตาของบุคคลที่เกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องยึดหลักของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในการดำเนินการ ดังนี้

วิจิตร อาวะกุล (2539: 74) กล่าวถึงหลักการในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนการดำเนินงานทุกชนิด เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์วิเคราะห์สภาพการณ์ด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะคน ทำที่ความรู้สึก สภาพจิตใจของประชาชน เป้าหมาย ความเชื่อถือ และเป็นการตรวจสอบกระแสประชามติ หรือการหยั่งเสียง
2. รู้และเข้าใจวัตถุประสงค์นโยบายของหน่วยงานเพื่อให้ได้ผลสอดคล้องตรงตามนโยบายและเป้าหมาย
3. มีวัตถุประสงค์และเป้าหมาย คือ ต้องการเผยแพร่อะไร ต้องเสริมสร้างความสัมพันธ์แก้ไขความเข้าใจผิดด้านไหนต้องการเน้นหนักหรือยังบกพร่องในเรื่องใดบ้างเพื่อการพิจารณาและวิเคราะห์
4. ศึกษาของฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบส่วนดีส่วนที่เด่นให้ข้อเสนอแนะส่วนที่ยังบกพร่องต้องแก้ไข เพื่อศึกษาว่ามีสิ่งใดบ้างที่จะทำให้เกิดปัญหาการประชาสัมพันธ์
5. ให้นำหน่วยงานสร้างผลงานเพื่อเผยแพร่ทั้งภายในและภายนอก
6. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในก่อนเพื่อสังเกตการถ้าประชาสัมพันธ์ภายในไม่ดีการประชาสัมพันธ์ภายนอก และความยั่งยืนถาวรจะเกิดขึ้นได้ยาก
7. ศึกษาและเข้าใจความต้องการประเมินทำที่ความรู้สึกและทัศนคติของกลุ่มต่างๆด้วยการใช้ความรู้ทางมนุษยสัมพันธ์จิตวิทยาและสังคมวิทยาเพราะในบางครั้งการแก้ไขทัศนคติของคนบางคนต้องใช้เวลาพอสมควร แต่ก็ต้องยึดมั่นในวัตถุประสงค์ของการดำเนินการไว้อย่างมั่นคงด้วย
8. ศึกษาสำรวจกระแสประชามติโดยทั่วถึงไม่ควรใช้วิธี สุ่มตัวอย่างแต่ควรศึกษาและเข้าใจถึงกลุ่มชนต่างๆทุกระดับในลักษณะ"หัวถึงฟ้า ขาถึงดิน"เข้าถึงกระแสประชามติทุกระดับชั้นอย่างแท้จริง
9. ใช้ความคิดและความละเอียดอ่อนต้องเป็นความคิดที่ดีงามไม่เป็นภัยต่อสังคมมีการวางแผนที่ละเอียดอ่อน หลีกเลี่ยงการขัดแย้งทางสังคม
10. ประกอบด้วยความรู้สึกนึกคิดที่ดีเพื่อให้เกิดความรักใคร่สามัคคีกลมเกลียวกัน

11. ตั้งคำขวัญในการสร้างจุดสนใจเพื่อให้ประชาชนเกิดความประทับใจหรือเกิดความคิดใคร่ครวญ

12. ถู้อประโยชน์สังคมส่วนรวม เหนือประโยชน์ส่วนตน หรือกลุ่ม

13. ยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ

14. ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ

15. งานการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของทุกคน

16. คิดใคร่ครวญก่อนเผยแพร่ข้อเท็จจริง

17. เน้นการกระทำ ปฏิบัติ และบริการ

18. ยึดหลักและรักษาจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2543: 84) ได้สรุปถึงหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ ดังนี้หลักการประชาสัมพันธ์ ต้องมีนโยบายในลักษณะป้องกันแก้ไขและสร้างสรรค์เพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความสามัคคี อันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรภายในโรงเรียนและความเข้าใจที่ถูกต้องของบุคลากรภายนอกโรงเรียน โดยมีหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นผู้ดำเนินงาน

Sachs (1996: 281) ได้กล่าวถึงหลักในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องกระทำด้วยความซื่อสัตย์บริสุทธิ์ใจและจะต้องเชิญให้ประชาชนได้เข้าร่วมรับรู้อย่างใกล้ชิด

2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องมีโครงการที่เกิดจากความร่วมมือวางโครงการจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โครงการเหล่านั้นไม่ควรจะจัดทำ จากโรงเรียนเพียงฝ่ายเดียว

3. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการขาดตอน และมีการตรวจสอบความเห็นและความต้องการของประชาชนอย่างกว้างขวางในลักษณะที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

4. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องเริ่มต้นตัวกับความต้องการของประชาชนอยู่เสมอการประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องทำในลักษณะเชิงบวกโดยต้องคำนึงถึงว่าประชาชนไม่ชอบการโต้แย้งจากผู้อื่นมากนักต้องเปิดใจกว้างสำหรับการแสดงความคิดเห็นและต้องแสวงหาข้อเท็จจริงโดยปราศจากความลำเอียงและจะต้องทำทุกวิถีทางให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน

5. ระลึกไว้เสมอว่าการส่งข้อมูลข่าวสารจะต้องทำให้ผู้รับเข้าใจง่ายและเป็นเรื่องราวที่เป็นข้อเท็จจริง

สรุปได้ว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องมีหลักการในการดำเนินการมิใช่การทำตามอำเภอใจแม้ว่าการประชาสัมพันธ์จะทำเมื่อไรก็ได้แต่ควรจะต้องมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายรวมถึงต้องกระทำ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3.5 หน้าที่ของผู้รับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

โรงเรียนควรจัดครูหรือคณะครูกลุ่มหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนโดยเฉพาะ ในการคัดเลือกคณะครูนี้อาจจะใช้ผู้ที่เรียนมาทางด้านงานประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบ โดยมีคณะผู้ทำงานจากหน่วยงานต่างๆ ของโรงเรียน คณะครูชุดนี้จะทำหน้าที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกชนิด ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจรับหน้าที่ต่อไปนี้การเพิ่มเติม

1. เขียนบทความ หรือ เขียนข่าวเกี่ยวกับโรงเรียนเพื่อส่งไปลงในหนังสือพิมพ์ หรือส่งไปอ่านทางสถานีวิทยุ หรือ ไปออกในรายการโทรทัศน์
2. จัดบรรยายพิเศษต่างๆ โดยให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และ ประชาชนทั่วไป ได้รับฟัง เพื่อประดับสติปัญญาในโอกาสต่างๆ
3. ติดต่อเยี่ยมเยียนคนสำคัญของท้องถิ่น หรือร่วมต้อนรับบุคคลสำคัญที่มาขอเยี่ยมโรงเรียน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของโรงเรียนไม่ใช่ประโยชน์ส่วนตัว
4. เยี่ยมเยียน ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และ นักเรียน ที่ได้รับทุกข์ยาก หรือ เจ็บป่วย
5. รับผิดชอบเกี่ยวกับการถ่ายรูปและบันทึกเหตุการณ์ต่างๆ ในรอบปีของโรงเรียน
6. จัดการปฐมนิเทศครูใหม่ นักเรียนใหม่ และ ผู้ปกครอง ในโอกาสเปิดเรียนตอนต้นปีการศึกษา
7. จัดทำจดหมายข่าว หรือ วารสารข่าวประจำโรงเรียน โดยส่งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือ ติดประกาศตามบอร์ดต่างๆ เพื่อให้ให้นักเรียนทราบ
8. จัดทำรายงานประจำปีของโรงเรียนเพื่อเป็นการสรุปผลงานของโรงเรียนและ นำออกเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ
9. รับผิดชอบและดำเนินการเลือกตั้งต่างๆ นับตั้งแต่การเลือกหัวหน้านักเรียน เลือกตั้งครูประจำตำแหน่งต่างๆ ตลอดจนเสนอตัวเข้าร่วมในการเลือกตั้งสมาชิกสภาต่างๆ ทั้งของจังหวัด อำเภอ และ ประเทศ
10. สืบหาประวัติและความคิดเห็นของประชาชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนอยู่เสมอ
11. ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของโรงเรียนในกิจกรรมต่างๆ ของประชาชนในท้องถิ่น หรือ กิจกรรมนอกโรงเรียนทุกชนิด

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนนี้ โรงเรียนควรให้ครูทุกคนพยายามได้เข้าใจว่า เมื่อได้มีการมอบหมายให้ครู หรือ คณะครูกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเข้าไปรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์แล้ว ก็ไม่ได้หมายความว่าบุคคลอื่นๆ ที่เป็นครูหรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนจะปล่อยและไม่ให้ความร่วมมืออีก ครูและเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนทุกคนควรจะให้ความช่วยเหลือฝ่ายประชาสัมพันธ์ในทุกโอกาส และครูทุกคนจะต้องนึกเสมอว่าคนนั้นก็มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ด้วยเหมือนกัน ชื่อเสียงของโรงเรียนและความเชื่อถือที่ประชาชนจะให้กับโรงเรียนจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าครูทำตัวไม่เหมาะสมในการเป็นครูที่ดี

3.6 กลุ่มบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

โรงเรียนเป็นสถาบันที่ให้ความรู้แก่ประชาชน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยเล่าเรียน อันได้แก่เยาวชนของชาติ ผู้ที่รับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลหลายๆฝ่าย เริ่มตั้งแต่ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ของโรงเรียน ผู้อุปถัมภ์โรงเรียน คณะกรรมการบริหารโรงเรียน ผู้ปกครองนักเรียน นักเรียน ตลอดจนโรงเรียนในชุมชนเดียวกัน และบุคคลต่างๆ ที่ได้ยกตัวอย่างมาแล้วนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างไร และเหตุใดเราจึงต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลเหล่านี้ จะได้นำมากล่าวเป็นข้อๆ ต่อไป

1. ครู อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียน ครู อาจารย์ เป็นผู้ที่ความใกล้ชิดกับนักเรียนเป็นอย่างมาก เมื่อนักเรียนมีปัญหาใดๆ นักเรียนจะนำปัญหาดังกล่าวเหล่านั้นมาปรึกษาครูอาจารย์ของตน ทั้งปัญหาการเรียน ปัญหาทางบ้าน และปัญหาต่างๆ ไป ฉะนั้น ครู อาจารย์ จึงควรเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียนและผู้บริหาร ตลอดจนเป็นผู้ที่รู้นโยบายของโรงเรียนเป็นอย่างดี การที่ทางโรงเรียนจะทำให้ครู อาจารย์ เป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อโรงเรียนและผู้บริหาร โรงเรียนไม่ใช่เป็นของง่าย สิ่งเหล่านี้จะต้องเกิดจากความอิสระในการทำงาน มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น นอกจากนั้นยังรวมไปถึงการให้สวัสดิการแก่ครู อาจารย์ ของโรงเรียน เช่น เมื่อเกิดการเจ็บป่วย โรงเรียนได้ให้การรักษาพยาบาล หรือ ช่วยค่ารักษาพยาบาลบ้างหรือไม่ เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เงินโรงเรียนมีสวัสดิการให้กู้ยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ หรือ ไม่ต้องเสียดอกเบี้ยหรือไม่ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะรวมออกมาในรูปของความรักโรงเรียน มีความเห็นใจในโรงเรียนว่าไม่ได้เป็นการค้ากำไรเกินควร โรงเรียนมีความเห็นใจ ครู อาจารย์ และให้ครู อาจารย์ มีบทบาท และ หน้าที่อยู่ในโรงเรียนอย่างมีเกียรติ สิ่งเหล่านี้โรงเรียนก็จะได้การมีทัศนคติที่ดีของครู อาจารย์ที่มีต่อโรงเรียน และ เกิดความรักในโรงเรียนรู้สึกว่าคุณนั้นมีส่วนในการเป็นเจ้าของ และมีความเห็นว่าคุณมีความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียนก็คือความเจริญก้าวหน้าของครู อาจารย์ ก็จะมีความรักในงานของคุณ ให้ความเอาใจใส่ดูแลเด็กนักเรียนเป็นอย่างดี เมื่อนักเรียนมาขอคำปรึกษาต่างๆ ครู อาจารย์ก็จะให้

คำปรึกษาไปในทางที่ถูกที่ควร และออกมาในลักษณะที่สร้างความสามัคคีและเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของโรงเรียน

ส่วนเจ้าหน้าที่อื่นๆ ของโรงเรียน เช่น เจ้าหน้าที่ธุรการ เจ้าหน้าที่การเงิน ภารโรง ก็จะมีผลต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเช่นเดียวกัน การที่ผู้ปกครองนักเรียน หรือ นักเรียนที่มาติดต่อเจ้าหน้าที่ของโรงเรียน ได้เห็นการต้อนรับและให้บริการด้วยความเต็มใจ ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร เมื่อเข้าไปในโรงเรียนได้เห็นความเป็นระเบียบเรียบร้อย หญ้าที่สนามตัดเรียบ พื้นและที่นั่งโดยทั่วไปสะอาด ห้องน้ำก็มีการทำความสะอาดอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้ก็มีส่วนในการสร้างความประทับใจกับผู้ที่มาติดต่อทั้งสิ้น

2. ผู้อุปถัมภ์โรงเรียน ผู้อุปถัมภ์โรงเรียน หมายถึงผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือกิจการของโรงเรียน ตั้งแต่การมอบที่ดินให้เป็นสถานที่สร้างโรงเรียน ออกเงินทุนให้สร้างอาคารเรียนต่างๆ ตั้งทุนการศึกษาแก่นักเรียนของนักเรียน จัดสร้างวัสดุและอุปกรณ์ประกอบการสอนให้โรงเรียน ในโรงเรียนต่างๆ จะมีผู้อุปถัมภ์โรงเรียนในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น โรงเรียนบางโรงเรียนใช้เนื้อที่ของวัดในการก่อสร้างโรงเรียน ผู้อุปถัมภ์โรงเรียนก็คือ ท่านเจ้าอาวาสวัด บางโรงเรียนที่มีฐานะเป็นมูลนิธิ ผู้อุปถัมภ์โรงเรียนก็คือเจ้าของมูลนิธิ หรือทายาท ส่วนโรงเรียนรัฐบาลซึ่งมีรายได้จากงบประมาณแผ่นดิน ความสำคัญอยู่ที่ผู้บังคับบัญชาตามสายงานซึ่งจะเป็นผู้อนุมัติงบประมาณ ฉะนั้นเราจะต้องตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าความเจริญของโรงเรียนนั้นขึ้นอยู่กับความช่วยเหลือของท่านดังกล่าว

ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรจะเห็นความสำคัญของผู้อุปถัมภ์โรงเรียน ควรหาโอกาสให้ท่านเหล่านี้ได้รู้การบริหารของโรงเรียน ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือช่วยแก้ปัญหาของโรงเรียน ทางโรงเรียนควรให้เกียรติแก่ผู้อุปถัมภ์โรงเรียนในจังหวะเวลาที่เหมาะสม เช่น การเชิญมาเป็นประธานในงานต่างๆ ของโรงเรียน เช่น การแจกประกาศนียบัตร การมอบทุน หรือ การเชิญมาเป็นเกียรติแก่โรงเรียนในโอกาสต่างๆ นอกจากนั้นควรได้นำคุณงามความดีของผู้อุปถัมภ์โรงเรียนออกแสดงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ เช่น ครู อาจารย์ และ นักเรียน โดยทั่วไป เช่น การนำเอารายชื่อของท่านเหล่านี้ติดตามป้ายประกาศของโรงเรียน หรือ ลงในหนังสือของโรงเรียน เป็นต้น

3. คณะกรรมการบริหารของโรงเรียน คณะกรรมการบริหารของโรงเรียน โดยทั่วไปอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มหนึ่งคือกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านเหล่านี้ไม่ได้มีโอกาสมาโรงเรียนเป็นประจำ ทั้งนี้เพราะท่านอาจจะต้องมีภาระหน้าที่ในด้านอื่นๆ อยู่มากแล้ว โดยทั่วไปผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มนี้ ทางโรงเรียนมักพิจารณาจากกลุ่มผู้ถือหุ้น หรือผู้ที่มีเกียรติหรือมีหน้าที่การงานอันอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของโรงเรียน ฉะนั้นเป็นหน้าที่ของ

โรงเรียนที่จะให้ท่านเหล่านี้ได้รับทราบการทำงานและนโยบายของโรงเรียนโดยทั่วไปเป็นระยะ เช่น การจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมไปให้ หรือสรุปการดำเนินงานของโรงเรียนในรอบ เดือน หรือ รอบปี เพื่อให้ท่านอ่านโดยใช้เวลาน้อยๆ ไปให้ ส่วนคณะกรรมการอีกกลุ่มหนึ่งคือผู้ที่อยู่ใน ตำแหน่งผู้บริหาร โรงเรียนโดยตำแหน่ง เช่น ผู้จัดการ โรงเรียน อาจารย์ใหญ่ ผู้ช่วยอาจารย์ใหญ่ฝ่าย วิชาการ ฝ่ายธุรการ และ ฝ่ายปกครอง หัวหน้าหมวดวิชาต่างๆ ฯลฯ ท่านเหล่านี้เป็นผู้ที่มีส่วน รับผิดชอบในการดำเนินงานบริหาร โรงเรียนโดยตรง แต่อย่างไรก็ตามท่านเหล่านี้ก็จะรู้ในงาน เฉพาะหน้าของท่าน ท่านอาจจะไม่ได้รับรู้ว่าท่านอื่นๆ กำลังทำอะไรกันบ้าง เพื่อให้การ ประสานงานของแต่ละสายงานเป็นไปอย่างดี โรงเรียนควรจะได้มีการประชุมปรึกษาหารือกันบ้าง อาจจะสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรืออย่างน้อยที่สุดเดือนละ 1 ครั้ง นอกจากนั้นควรจะมีรายงานสรุปของ สายงานต่างๆ ให้ท่านต่างๆ เหล่านี้ได้รับทราบและให้ข้อเสนอแนะในบางโอกาสต่อไป

4. ผู้ปกครองนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนเป็นผู้ที่อยู่ภายนอกโรงเรียน ความ สนใจของผู้ปกครองของนักเรียน โดยทั่วไปมักอยู่ที่ความเจริญก้าวหน้าของบุตรหลานของตน ผู้ปกครองจะภูมิใจมากที่ได้เห็นบุตรหลานของตนเป็นคนเรียนดี มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีกิริยา มารยาทเรียบร้อย รู้จักเคารพบิดามารดาและผู้ที่มิอาจรู้สีกว่า มีร่างกายแข็งแรง มีการปรับตัวเข้ากับ สังคมได้เป็นอย่างดี ฯลฯ ความรู้สึกของผู้ปกครองที่จะมีต่อโรงเรียนไปในทางที่ดีหรือเลว นั้น มักจะเกิดจากนักเรียนซึ่งเป็นบุตรหลานของตนเป็นสื่อกลางเป็นส่วนใหญ่ เช่น จากการดูการ เปลี่ยนแปลงของบุตรหลานของตนไปในทางที่ดีหรือไม่ เอาใจใส่ในการเล่าเรียนหรือไม่ นักเรียน หรือบุตรหลานของตนบ่นเรื่องการเรียนที่โรงเรียนหรือไม่ การไปส่งบุตรหลานของตนที่โรงเรียน ในตอนเช้า ได้เห็นการต้อนรับของครูอาจารย์ที่หน้าโรงเรียน จนกระทั่งตนเกิดความอบอุ่นใจ เพียงพอหรือไม่ การแต่งกายของครู อาจารย์ ตลอดจนนักเรียนโดยทั่วไปอยู่ในสภาพที่เหมาะสม หรือไม่ เมื่อไปติดต่อเสียเงินค่าเล่าเรียนเจ้าหน้าที่ได้ให้การต้อนรับอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี หรือไม่ สิ่งเหล่านี้จะประทับใจของผู้ปกครองโดยทั่วไป

โรงเรียนจะต้องตระหนักในความสัมพันธ์ของผู้ปกครองนักเรียน เพราะการที่ โรงเรียนจะอยู่ได้หรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับค่าเล่าเรียนของผู้ปกครองที่นำมาจ่ายให้กับทาง โรงเรียน โรงเรียนควรรหาโอกาสให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของโรงเรียน เป็นครั้งคราว โดยผ่านสมาคมครู-ผู้ปกครอง หรือโดยการเขียนลงในสมุดรายงานผลการเรียนของ นักเรียน หรือ ในโอกาสที่ทางโรงเรียนมีงานประจำปี หรือ งานของสมาคมครู-ผู้ปกครอง ควรให้ โอกาสผู้ปกครองได้มีส่วนร่วมด้วย แต่อย่างไรก็ตามการเชิญผู้ปกครองมาโรงเรียนในโอกาสใดก็ ตาม ควรตระหนักในคุณค่าของเวลาของผู้ปกครองให้มาก และ การเชิญมาร่วมงานนั้นควรเป็นไป อย่างอบอุ่นและให้ผู้ปกครองได้รับเกียรติเป็นอย่างดี

5. นักเรียนของโรงเรียน นักเรียนของโรงเรียนเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ที่สุดของโรงเรียน การสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีในการแสวงหาความรู้ การอบรมมารยาทให้เหมาะสมเพื่อให้รู้จักการเข้าสมาคมและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี การให้โอกาสนักเรียนได้ออกกำลังเพื่อสุขภาพและพละนาบยติ การฝึกให้นักเรียนได้มีทักษะในการทำงานด้านต่างๆ เช่น นักเรียนหญิงให้ฝึกการเป็นแม่บ้านแม่เรือนที่ดี โดยการรู้จักการทำอาหาร รู้จักการตัดเย็บเสื้อผ้าไว้ใช้เอง ฯลฯ ส่วนนักเรียนชายก็ฝึกให้รู้จักงานหัตถกรรมต่างๆ เช่น การนำเครื่องใช้มาซ่อมแซมเอง การซ่อมแซมไฟฟ้าเมื่อมีการขัดข้องเพียงเล็กน้อย การทำสวนครัว ตลอดจนการสอนให้นักเรียนได้รู้จักการแสดงความคิดเห็นในทางที่ถูกต้อง มีความศรัทธาเลื่อมใสการปกครองในระบบประชาธิปไตย มีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียนและการบริหารของโรงเรียน มีความรักโรงเรียนและถือว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน เมื่อเกิดความเสียหายใดๆก็จะได้ช่วยหาทางป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆ เหล่านี้ให้ลุล่วงไป ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญต่อนักเรียนของโรงเรียนเป็นอย่างมาก โดยตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่าความรู้สึกรักของประชาชนโดยทั่วไปจะมีต่อโรงเรียนในลักษณะใดนั้นขึ้นอยู่กับนักเรียน นักเรียนมีส่วนเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่การแต่งกายของนักเรียน การพูดจาของนักเรียนในที่สาธารณะต่างๆ เช่น บนรถประจำทาง ในร้านอาหารข้างโรงเรียน หรือ การไปทัศนศึกษาในที่ต่างๆ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้มีส่วนในการสร้างความประทับใจทั้งในทางที่ดีและไม่ดีเป็นอย่างมาก

6. โรงเรียนในชุมชนเดียวกัน เกี่ยวกับความคิดที่ว่าโรงเรียนที่อยู่ใกล้กันควรจะมีการแข่งขันกันทั้งในการรับนักเรียน มีการชิงดีชิงเด่นกันทั้งในด้านกีฬา การตอบปัญหาชิงรางวัล โดยอาศัยการกล่าวร้ายป้ายสีกัน พุดเอาดีใส่ตน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ควรจะต้องออกไปจากจิตใจของผู้บริหาร โรงเรียนและผู้ที่ทำงานทางด้านประชาสัมพันธ์ได้แล้ว

4. แนวทางการเรียนการสอนโรงเรียนทางเลือก

โรงเรียนทางเลือก หมายถึง โรงเรียนที่จัดการศึกษาในรูปแบบแตกต่างไปจากการศึกษาแนวกระแสหลักในระบบโรงเรียนทั่วไปการศึกษาทางเลือกจัดขึ้นบนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าธรรมชาติของมนุษย์มีความความแตกต่างหลากหลาย

โรงเรียนเพลินพัฒนาทำให้การเรียนรู้เป็นสิ่งที่เด็กชื่นชอบและเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาให้ผู้เรียนและเป็นโรงเรียนแนวใหม่ที่มีความเข้มแข็งทางวิชาการ ด้วยกระบวนการเรียนรู้และเทคนิควิธีในการเรียนรู้ที่หลากหลาย โรงเรียนเพลินพัฒนามีการเรียนรู้ด้วยกระบวนการทางวัฒนธรรม ผ่านวิถีการดำเนินชีวิตเพราะเด็กจะเป็นอย่างที่เราเป็น มากกว่าจะเป็นอย่างที่เราบอกให้

เป็น โรงเรียนเพลินพัฒนาที่มีการเรียนรู้ด้วยยุทธศาสตร์ "ก้าวพอดี" ที่พอเหมาะกับวัยสอดคล้องกับเวลาและสถานการณ์ ด้วยความเพลิดเพลินและพัฒนาอย่างมีความสุข ก้าว... ก้าวอย่างของเพลินพัฒนา คือก้าวอย่างที่องงามไม่มีที่สิ้นสุดพอดี... พอดีที่ไม่มากไม่น้อยจนสุดขีด พอเหมาะกับวัยสอดคล้องกับเวลาและสถานการณ์

วิสัยทัศน์

โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มุ่งสร้างผู้เรียนให้บรรลุศักยภาพสูงสุดของตนเองร่วมกัน เพื่อความสุขอย่างยั่งยืนของชีวิตและสังคม

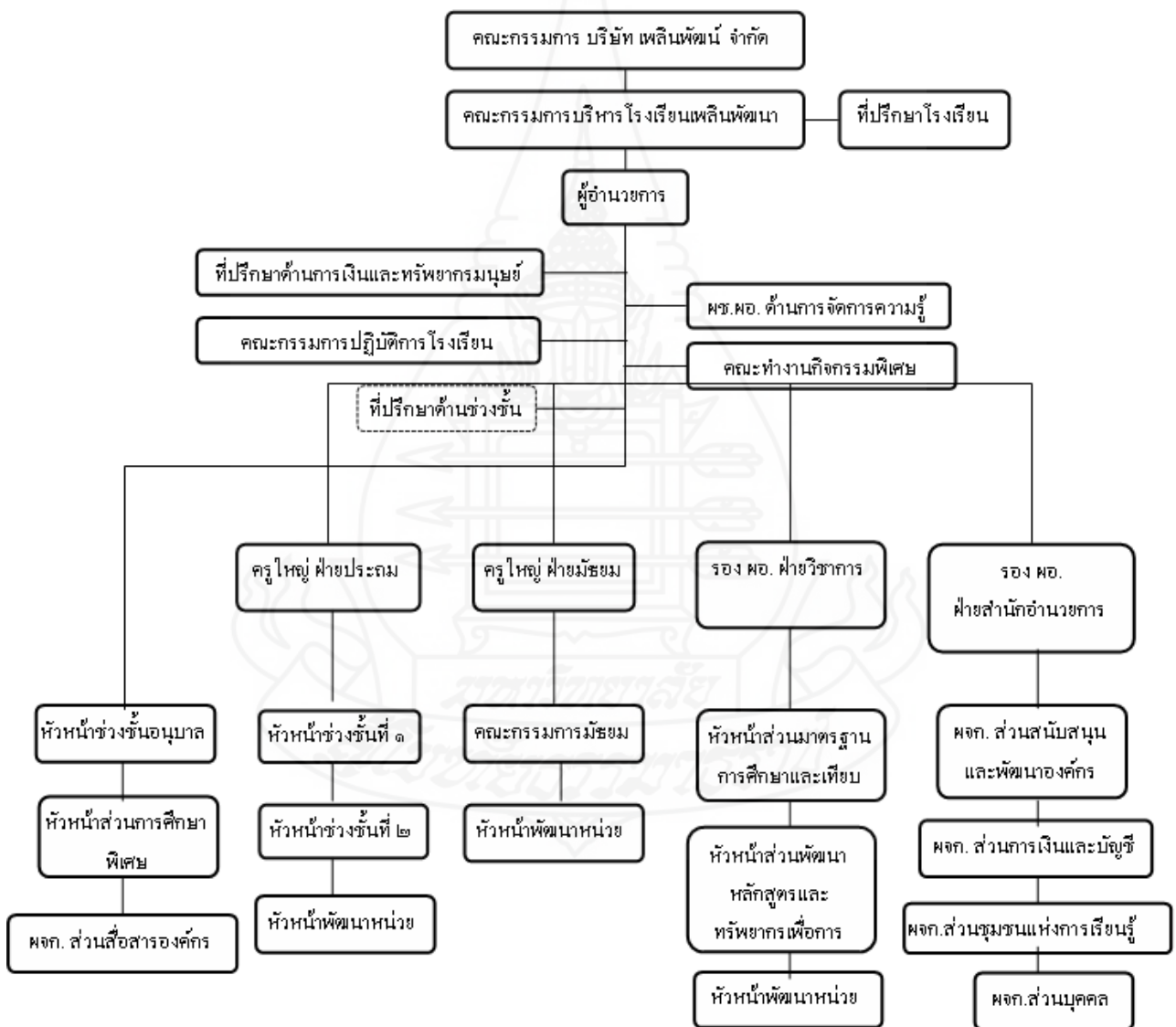
ค่านิยมหลัก

เคารพความแตกต่าง ให้เกียรติความเป็นมนุษย์ กล้าคิด กล้าทำ กล้าหาญทางจริยธรรม เพลินกับการให้และการอุทิศ พัฒนาตนด้วยการเรียนรู้อยู่เสมอ

โรงเรียนเพลินพัฒนาก่อตั้งในปี พ.ศ.2545 จากผู้ร่วมเจตนารมณ์กว่า 70 ราย ประกอบด้วย ผู้ปกครอง นักวิชาการ นักการศึกษา ครู องค์กรธุรกิจสร้างสรรค์ คือ บริษัท รักลูกแฟมิลี่ กรุ๊ป จำกัด และบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด(มหาชน) ฯลฯ และกลุ่มพันธมิตร ในช่วงบรรยากาศของการปฏิรูปการศึกษา และการเกิดขึ้นของโรงเรียนทางเลือกหลายแห่งในประเทศไทย ด้วยความมุ่งหวังจะสร้างคนดีของสังคมไทยที่เป็นคนเก่งในสังคมโลกพร้อมที่จะดูแลชีวิตของตนตลอดจนมีจิตสำนึกร่วมดูแลและนำพาสังคมไทยให้พัฒนาก้าวหน้าไปอย่างยั่งยืน โรงเรียนเพลินพัฒนาจัดการเรียนการสอนสำหรับเด็กในวัยเตรียมอนุบาลถึงมัธยมศึกษาตอนปลายด้วยยุทธศาสตร์ "ก้าวพอดี" ซึ่งเป็นทางสายกลางในการพัฒนาเยาวชนอย่างพอเหมาะพอดี สอดคล้องกับพัฒนาการของช่วงวัยบริบทของสังคมที่แวดล้อมและบริบทของสังคมโลกเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเพลิดเพลินและเติบโตอย่างมีความสุข โรงเรียนเพลินพัฒนาทำให้การเรียนรู้เป็นสิ่งที่เด็กชื่นชอบและเป็นสิ่งที่นำความสุขมาให้ผู้เรียนเพลินพัฒนาเป็น โรงเรียนแนวใหม่ที่มีความเข้มแข็งทางวิชาการด้วยกระบวนการเรียนรู้และเทคนิควิธีในการเรียนรู้ที่หลากหลายและมีการเรียนรู้ด้วยกระบวนการทางวัฒนธรรม ผ่านวิถีการดำเนินชีวิตเพราะเด็กจะเป็นอย่างที่เราเป็น มากกว่าจะเป็นอย่างที่เราบอกให้เป็น โรงเรียนเพลินพัฒนาจึงเป็น โรงเรียนของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน เพลินพัฒนา โรงเรียนเพลินพัฒนาจึงมีหลักจัดการจัดการเรียนรู้แต่ละช่วงชั้น คือสนุกในวัยอนุบาล ชวนสืบค้นในวัยประถม ทำทฤษฎีภาพในวัยมัธยม ตระหนักคุณค่าของศาสตร์ในวัยมัธยมปลาย

โรงเรียนเพลินพัฒนาถือกำเนิดมาจากการทักทอเจตนารมณ์ของกลุ่มคนที่ต้องการจะเห็นกระบวนการศึกษาของสังคมไทย ในแนวสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับยุคสมัยกลุ่มคนเหล่านี้มีทั้งพ่อแม่ผู้ปกครอง ครู นักวิชาการนักศึกษา ตลอดจนกลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มาจับมือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อระดมทรัพยากร ความรู้ความสามารถที่มี ก่อตั้งโรงเรียนเพลินพัฒนาขึ้นมาด้วย

ความมุ่งหวังที่จะสร้างคนดีของสังคมไทยที่จะเป็นคนเก่งในสังคมโลกเฟลินพัฒนา โรงเรียนเพลินพัฒนา มีการจัดบรรยากาศสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อรองรับแนวความคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรมทุกตารางนิ้วบนเนื้อที่ 20 ไร่ ในสภาพแวดล้อมธรรมชาติของชานเมืองกรุงเทพ ได้ออกแบบโดยคำนึงถึงวิถีชีวิตและพัฒนาการของเด็กวัยต่างๆ การจัดกลุ่มอาคารเรียนสร้างความรู้สึกอบอุ่น ใกล้ชิดระหว่างกัน อาคารเรียนออกแบบโดยเน้นความโปร่งอากาศถ่ายเทได้ดี ห้องเรียนขนาดใหญ่ มีพื้นที่ทั้งเพื่อการเรียนรู้เชิงวิชาการ และการเรียนรู้เชิงอื่นๆสนามหญ้าสีเขียวและลานอิฐสีแดงพร้อมจะกิจกรรมกีฬา การออกกำลังกายและกิจกรรมอื่นของชุมชน



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างโรงเรียนเพลินพัฒนา

การจัดภาคเรียน

การจัดแบ่งช่วงเวลาในแต่ละปีการศึกษาโรงเรียนเพลินพัฒนาจัดเวลาให้นักเรียนได้มี การเรียนรู้ 40 สัปดาห์ใน 1 ปีการศึกษา โดยได้แบ่งปีการศึกษาออกเป็น 4 ภาค ภาคละ 10 สัปดาห์ ซึ่งมีชื่อภาคดังนี้

ภาคฉันทะ ฉันทะ ศรัทธา การซึมซับและปลูกฝังคุณสมบัติที่สำคัญ

ภาควิริยะ พลังชีวิต การเรียนรู้ด้วยตนเองอันเป็นผู้กระทำอย่างบากบั่น

ภาคจิตตะ สติ สัมปชัญญะ สมาธิ การบ่มสังเคราะห์ตนเอง

ภาควิมังสา การตื่นของปัญญา การฟังและพัฒนาตนเอง

ช่วงชั้นอนุบาล : ระดับชั้นเตรียมอนุบาล – อนุบาล 3

การจัดการเรียนการสอนมุ่งที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพด้วยเป็นช่วง วัยวิเศษสุด ที่มนุษย์มีอัตราการเติบโต เรียนรู้และพัฒนาสูงสุด เพื่อพร้อมที่จะเปิดตัวเองสู่โลกกว้าง และยังเป็นช่วงทองของการวางรากฐานการเจริญเติบโตของงานในทุกด้านของมนุษย์การเรียน การสอนเริ่มต้นที่การสร้างความรู้สึกรักไว้วางใจอบอุ่น เป็นมิตร ด้วยกระบวนการซึมซับรับรู้อย่างเป็น ธรรมชาติรวมถึงความสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันเพื่อสร้างความสุข ความเบิกบานและความมั่นคง ในจิตใจให้พร้อมที่จะรองรับการเรียนรู้และสร้างพื้นฐานนิสัยที่ดีงามตั้งแต่เยาว์วัย การจัดการ สภาพแวดล้อม กระบวนการเรียนรู้และประสบการณ์อันหลากหลายสอดคล้องกับหลักการส่งเสริม พัฒนาการอย่างรอบด้านและสมดุล ให้ความสำคัญกับการฝึกประสาทสัมผัสให้คมชัดไวต่อการ รับรู้เพื่อเปิดช่องทางการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพท่ามกลางบรรยากาศของการคิดสร้างสรรค์กล้า แสดงออกและสนใจใฝ่รู้มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อสร้างทัศนคติและทักษะพื้นฐานเพียง พอที่จะเชื่อมโยงไปสู่การเรียนในระดับประถมศึกษาต่อไป

ช่วงชั้นที่ 1 : ระดับชั้น 1-3 (ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3)

การจัดการเรียนการสอน คำนึงถึงการสร้างเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะและความสามารถในการ เรียนรู้รอบด้านทั้งในส่วน of ความรู้ที่จำเป็นต่อการทำความเข้าใจใน ความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยเนื้อหาสาระของวิชาต่างๆ โดยมีภาษาไทยและ คณิตศาสตร์เป็นหลัก ควบคู่ไปกับการสร้างอุปนิสัยของผู้ที่มีความสนใจใฝ่รู้ มีวินัยในตนเอง มีความเพียรพยายามในการทำงานให้สำเร็จ ด้วยการจัดบรรยากาศและกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนจะ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสวงหาและสร้างองค์ความรู้ร่วมกับเพื่อนและครูได้ลงมือปฏิบัติ กิจกรรมที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับเนื้อหาสาระของวิชาที่เรียน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความ แม่นยำและมั่นใจในการใช้ทักษะ ความรู้ที่ได้สร้างขึ้น

ช่วงชั้นที่ 2 : ระดับชั้น 4-6 (ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6)

การจัดการเรียนการสอน ยังคงมีลักษณะคล้ายกับช่วงชั้นที่ 1 ผู้เรียนจะได้ฝึกฝนวิธีการเรียนรู้ ตลอดจนความรู้ และทักษะต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญ และอุปนิสัยในการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในการทำงานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้จะมุ่งเน้นไปที่ทักษะการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการคิดการค้นคว้าแสวงหาความรู้สร้างความรู้ด้วยตนเองตลอดจนเกิดความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานแล้วนำไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่นเพื่อให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจร่วมกันอันจะก่อให้เกิดกลุ่มของการเรียนรู้ที่มีพลังและสร้างสรรค์เต็มตามศักยภาพแห่งวัย

ช่วงชั้นที่ 3 : ระดับชั้น 7-9 (ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3)

การจัดการเรียนการสอนมุ่งไปที่การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าต่อตนเองและสังคม ด้วยการนำพาไปสู่วิถีแห่งการเรียนรู้ที่ท้าทายให้ผู้เรียนต้องนำเอาศักยภาพ และพลังทั้งหมดที่มีอยู่ในตัวออกมาใช้อย่างสุดความสามารถซึ่งจะช่วยให้ค้นพบทั้งความสามารถและความสำเร็จ จากงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความคิด ความเข้าใจในหลักการที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อนมากขึ้นตามลำดับขั้นนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้ตระหนักในพลังของความรู้ได้ฝึกฝนในเรื่องของการก้าวล่วงอุปสรรคด้วยการลงมือปฏิบัติอันจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในความสามารถของตนและหมู่คณะ

ช่วงชั้นที่ 4 : ระดับชั้น 10-12 (ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6)

การจัดการเรียนการสอนมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ ความคิด ตลอดจนทักษะความชำนาญในการงานตามความถนัดอย่างเต็มที่โดยอาศัยการเข้าไปศึกษาหาความรู้ที่เน้นในสาขาวิชาที่ผู้เรียนมีความสนใจเพิ่มเติมจากการเรียนรู้ในสาระวิชาพื้นฐานควบคู่ไปกับการทำงานที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนตามแผนการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นจากความต้องการของผู้เรียนด้วยความเห็นชอบจากผู้ปกครองและครูที่ปรึกษาเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีทักษะในการกำหนดทิศทางในอนาคตของตนเอง เกิดความสามารถในการดูแลตนเองโดยมีอุปนิสัยของการเรียนรู้ที่ดีและความสามารถในการเรียนรู้ คิดทั่วไปจนตลอดชีวิต

การเรียนร่วมกับเด็กพิเศษ โครงการเด็กพิเศษเข้าเรียนร่วม จากนโยบายของโรงเรียน เพลินพัฒนาในการรับเด็กพิเศษเข้าเรียนร่วมในชั้นเรียน โดยถือประโยชน์ร่วมกันระหว่าง เด็กพิเศษ และเด็กในชั้นเรียน ซึ่งจะเริ่มรับเด็กพิเศษ เข้าเรียนร่วมในปีการศึกษา 2550 นั้น จึงเป็นภาระสำคัญยิ่งในการวางแผนและเตรียมการเพื่อรับเด็กพิเศษเข้าเรียนร่วมอย่างรอบคอบเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และมี ประสิทธิภาพเห็นควรที่จะจัดทำเป็นโครงการเด็กพิเศษเข้าเรียนร่วม จัดการเรียนร่วม ในระดับชั้นช่วงชั้นอนุบาลถึงช่วงชั้น 2 (ป.1-6)โดยถือ ประโยชน์ร่วมกันระหว่างเด็กพิเศษ และเด็กในชั้นเรียน ให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ จัดทำแผนการศึกษารายบุคคล เพื่อส่งเสริม

พัฒนาการและการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ขจัดปัญหาและอุปสรรคต่อการเรียนรู้ของเด็กพิเศษ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการจัดการเรียนร่วมแก่ครู พ่อแม่ ผู้ปกครอง เพื่อให้การช่วยเหลือเด็กพิเศษอย่างเป็น รูปธรรม มีความชัดเจน เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งที่บ้านและที่โรงเรียนเป็นความร่วมมือและการทำงานร่วมกันของพ่อแม่ ผู้ปกครองกับทาง โรงเรียนอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง โดยยึดเด็กเป็นสำคัญเกิดรูปแบบของการจัดการเรียนร่วมจากการประสานงานและการทำงานร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป้าหมาย จัดการเรียนร่วมสำหรับเด็กพิเศษ ในระดับเรียนได้ โดยได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากผู้เชี่ยวชาญของ โรงเรียนและพ่อแม่ผู้ปกครองต้องให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการจัดการ เรียนการสอน และการดูแล เด็กร่วมกัน อย่างใกล้ชิด ในปีการศึกษา 2550 เป็นต้นไป สัดส่วนของเด็กพิเศษโดยประมาณ 2 คนต่อ 1 ห้องเรียน ทั้งนี้อาจจะมีการปรับตามความ เหมาะสม โดยการจัดทำแผนการศึกษารายบุคคล (IEP- Individual Education Plan) เพื่อช่วยให้เด็กพิเศษเข้าเรียนร่วม ได้อย่างเต็มศักยภาพ

กลุ่มวิชาที่ 1 คือ กลุ่มวิชาแม่บท

เป็นกลุ่มวิชารากฐานที่เรียนรู้และเข้าใจสิ่งต่างๆ ด้วยการสัมผัส ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความดีงาม สุนทรียภาพ คุณธรรม จริยธรรม และทักษะทางร่างกาย และรู้จักวิธีที่จะสื่อสารหรือ แสดงออกได้โดยไม่ใช้ภาษาที่เป็นคำพูดหรือตัวอักษรหน่วยวิชาในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย

- 1) หน่วยวิชากีฬา
- 2) หน่วยวิชาดนตรีชีวิต
- 3) หน่วยวิชาแสนภาษา

เป็นกลุ่มวิชาที่เป็นรากฐานของการรับรู้โลกของมนุษย์ผ่านผัสสะ และก่อให้เกิดเป็น อารมณ์ ความรู้สึก นึก คิด และอุปนิสัยส่วนลึก ของผู้เรียนขึ้น กลุ่มวิชานี้ประกอบด้วยสาระวิชา ดนตรี ศิลปะ กีฬา ฯลฯ ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้โดยใช้ร่างกายเป็นหลัก

กลุ่มวิชาพื้นฐาน เป็นกลุ่มวิชาที่เป็นพื้นฐานของการฟัง พูด อ่าน เขียน คิด และรู้สึก ผ่านระบบสัญลักษณ์อย่างมีระเบียบแบบแผน หรือมีไวยากรณ์ที่ละเอียดซับซ้อน และค่อนข้าง แน่นอเนก ดังนั้นจึงเป็นพื้นฐานการเรียนรู้สิ่งต่างๆ อีกมากมายที่ต้องอาศัยการฟัง พูด อ่าน เขียน และ คิด ผ่านระบบสัญลักษณ์อย่างเป็นระเบียบแบบแผน กลุ่มวิชาพื้นฐานนี้ต้องอาศัยสมรรถนะใน กลุ่มวิชาแม่บทเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างการเรียนรู้จึงมีลักษณะเป็นการต่อยอดขึ้นจากกลุ่ม วิชาแม่บท กลุ่มวิชานี้ประกอบด้วยสาระวิชาภาษาไทย ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฯลฯ ที่ต้อง อาศัยการฝึกฝนทักษะเป็นหลัก

กลุ่มวิชาที่ 2 คือ กลุ่มวิชาพื้นฐาน

เป็นกลุ่มวิชาที่เป็นพื้นฐานของการฟัง พูด อ่าน เขียน คิด และรู้สึก ผ่านตัวอักษร ตัวเลข และ สัญลักษณ์ ที่มีหลัก มีระเบียบแบบแผนหรือมีไวยากรณ์ที่ละเอียดและซับซ้อน คือการเรียนรู้การใช้ “ภาษา” ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดค้นและพัฒนาขึ้นมาสำหรับสื่อความหมายกันได้มากกว่าท่าทางและการใช้การสัมผัสนั่นเอง หน่วยวิชาของโรงเรียนเพลินพัฒนาที่อยู่ในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

- 1) หน่วยวิชาภูมิปัญญาภาษาไทย
- 2) หน่วยวิชาคณิตศาสตร์
- 3) หน่วยวิชา ESL : English as a Second Language
- 4) หน่วยวิชาจินตทัศน์

กลุ่มวิชาประยุกต์

กลุ่มวิชาประยุกต์ เป็นกลุ่มวิชาความรู้ในประเด็นเฉพาะอันหลากหลายที่มีอยู่ในโลก ซึ่งต้องอาศัยสมรรถนะในกลุ่มวิชาแม่บทและกลุ่มวิชาพื้นฐานเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ขึ้น จึงมีลักษณะเป็นการต่อยอดขึ้นจากกลุ่มวิชาแม่บทและกลุ่มวิชาพื้นฐานกลุ่มวิชานี้ประกอบด้วย สาระวิชาวิทยาศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมศึกษา การงานอาชีพและเทคโนโลยี ฯลฯ เป็นหลักเป็นกลุ่มวิชาที่เรียนรู้ประเด็นอันหลากหลายที่มีอยู่ในโลกที่มีผู้พยายามทำความเข้าใจ และได้อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ เอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ จักรวาล โลก มนุษย์ สัตว์ มวลสาร ชาติ พลังงาน ฯลฯ ซึ่งการเรียนรู้เหล่านี้จะพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นความเข้าใจและวิธีการตอบสนองต่อปรากฏการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตนจนเกิดเป็นวิธีที่จะอยู่กับโลกและการใช้ชีวิตที่เป็นของตนเองต่อไป

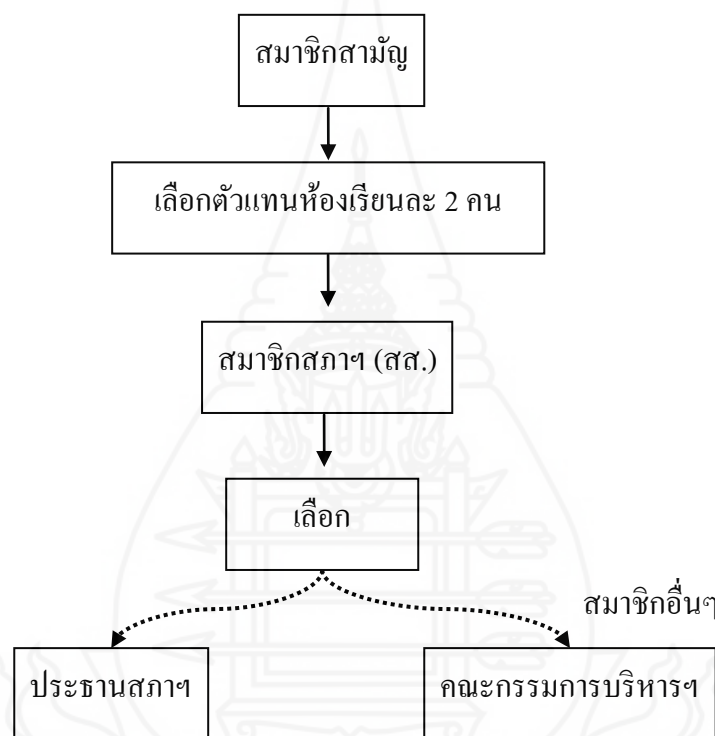
หน่วยวิชาของโรงเรียนเพลินพัฒนาที่อยู่ในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย

- 1) หน่วยวิชามานุษย์กับโลก
- 2) หน่วยวิชามานุษย์และสังคมศึกษา
- 3) หน่วยวิชาธรรมชาติศึกษาและประยุกต์วิทยา
- 4) หน่วยวิชาการทำงานอาชีพและเทคโนโลยี

โรงเรียนเพลินพัฒนามีองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนาลักษณะการทำงานของ คณะกรรมการบริหารองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา คือ ส่งเสริมและสนับสนุนสมาชิกสภาครอบครัว (สส.) ในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น ส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งของเด็กและผู้ปกครองส่งเสริม ศิลปะและวัฒนธรรมส่งเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์ หรือกิจกรรมส่งเสริมความเข้มแข็งของ ครอบครัวเพลินพัฒนา เช่น ส่งเสริมสุขภาพ เช่น วิ่งสะสมไมล์ ส่งเสริมความสัมพันธ์ เช่น สาน

สัมพันธ์...ที่รักน้อง โดยมีหลักการที่ว่าประสานทุกฝ่ายเป้าหมายเดียวกันองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนาพอสังเขป ประกอบด้วย

- สมาชิกสามัญ (ผู้ปกครองที่ชำระค่าบำรุง)
- สมาชิกวิสามัญ (ผู้ปกครองทั่วไป)
- สมาชิกสมทบ (ผู้ปกครองศิษย์เก่า รวมทั้งศิษย์เก่า)
- สมาชิกกิตติมศักดิ์ (ผู้ทรงเกียรติที่ได้รับเชิญ)



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนภูมิ (2550) ศึกษาเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของโรงเรียนราชินี พบว่า ความคิดเห็นของครูและผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อสภาพที่เป็นจริงและความคาดหวังการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ส่งเสริมการบริหารการศึกษาทั้งด้านงานวิชาการ งานปกครองงานบริหารจัดการ และงานบริการของโรงเรียนราชินี ดังมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านงานวิชาการพบว่า ในภาพรวม ครูและผู้ปกครองนักเรียนมีความเห็นว่าสภาพที่เป็นจริงแตกต่างจากความคาดหวังของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนราชินี ทั้งนี้เพราะบทบาทหน้าที่สำคัญอันดับแรกของโรงเรียนคือ บทบาทด้านงานวิชาการ โรงเรียนเป็นแหล่งการถ่ายทอดวิชาความรู้ สร้างสรรค์ความคิดและความก้าวหน้าทางวิชาการให้กับผู้เรียน ดังนั้น ครู และผู้ปกครองนักเรียนจึงมีความคาดหวังที่จะรับรู้กิจกรรมต่างๆด้านงานวิชาการของโรงเรียน

2. ด้านงานปกครองการที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามที่ตั้งจุดมุ่งหมายไว้นั้นมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือการให้ครูและผู้ปกครองนักเรียนมาร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด เนื่องจากกิจกรรมแข่งขันกีฬา เป็นกิจกรรมที่จัดให้นักเรียนทุกชั้น ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ อาทิแข่งขันกีฬา กอล์ฟ เชียร์ การแสดงกลางสนาม ฯลฯ ดังนั้น กิจกรรมแข่งขันกีฬาประจำปี จึงเป็นกิจกรรมที่สามารถให้ครูและผู้ปกครองนักเรียน และชุมชนมีส่วนร่วมได้มากที่สุดมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ

3. ด้านงานบริหารจัดการ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมครูและผู้ปกครองนักเรียน มีความคิดเห็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีประสิทธิภาพการรายงานผลการเรียนของนักเรียนประจำภาคเรียน เป็นกิจกรรมที่ครูและผู้ปกครองนักเรียนทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องและรับรู้ การรายงานผลการเรียนของนักเรียนประจำภาคเรียนถือเป็นหน้าที่ของครูต้องกระทำควบคู่ไปกับการเรียนการสอน ส่วนผู้ปกครองก็มีความต้องการที่จะทราบผลการเรียนของเด็กหรือลูกหลานของตนการสอนและการให้คะแนนนักเรียนในการสอบแต่ละครั้งอย่างมีความยุติธรรมจะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่า ครูมีการปฏิบัติและใช้อำนาจของครูอย่างถูกต้องเหมาะสมและจะเป็นสิ่งที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักเรียนกับครู และโรงเรียนให้มีความใกล้ชิดและมีความเป็นกันเอง

4. ด้านงานบริการ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมครูและผู้ปกครองนักเรียน คือ การตรวจสอบสภาพนักเรียนประจำปีการศึกษาและการดูแลรักษาความสะอาดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน แสดงให้เห็นว่า โรงเรียนได้ให้ความสำคัญต่อสุขภาพอนามัยของนักเรียนเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองนักเรียนเพราะการมีสุขภาพที่ดีย่อมจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการเรียนด้วยดังนั้น โรงเรียนควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานบริการต่างๆเหล่านี้มีประโยชน์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับนักเรียนทุกคนครูและผู้ปกครองนักเรียนจึงมีความคาดหวังให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นอีก

นายธีรยุทธ เบ้าแดง (2549) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุลอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย” พบว่า

1. สาเหตุของปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุลนั้น ที่ผ่าน มาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังขาดความหลากหลายและไม่ตรงตามความต้องการของ ผู้ปกครองและชุมชน

2. การพัฒนานวัตกรรมที่ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอันได้แก่ กระบวนการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่คืนันจำเป็นต้องยึดหลักการดำเนินงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่ 4 ขั้นตอนจึงจะเป็นการสร้างสื่อที่ดีมีคุณภาพออกสู่กลุ่มประชาชนและ ชุมชน และบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่หน่วยงานตั้งเป้าหมายไว้

3. การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยใช้สื่อ พบว่า ในเรื่องการเปิดรับข่าวสารสื่อที่ผู้ปกครองเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือจดหมายข่าว ต่อมาคือสื่อด้านอินเทอร์เน็ต และสื่อด้านสถานีวิทยุกระจายเสียง

วิษลัดดา ยิ่งสมสุข (2546) ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียน คาทอลิกสังกัดอัครสังฆมณฑลกรุงเทพฯ เขต 3”

1. โดยภาพรวมผู้บริหารโรงเรียนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ใน โรงเรียนอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างครูกับ นักเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและโรงเรียน แลความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับโรงเรียน

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนคาทอลิก สังกัดอัคร สังฆมณฑลกรุงเทพฯ เขต 3 ตามความคิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียน พบว่า โดยภาพรวมความ คิดเห็นของผู้ปกครองและนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับมากได้แก่ การจัดปฐมนิเทศนักเรียนใหม่เพื่อให้เข้าใจระเบียบข้อบังคับและวิถีดำเนินชีวิตในโรงเรียนและการ จัดกิจกรรมประกาศเกียรติคุณยกย่องนักเรียนที่ทำความดี

2. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียน คาทอลิก สังกัดอัครสังฆมณฑลกรุงเทพฯ เขต 3 ในการทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผู้ปกครองมี ความคิดเห็นว่าสิ่งที่เป็นปัญหาอุปสรรคคือ โรงเรียนไม่ได้จัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อทำหน้าที่โดยตรง และโรงเรียน ไม่ได้เข้าร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับสมาคมทางวิชาชีพต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจาก โรงเรียนได้ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการอันซึ่ง ได้แก่ การจัดกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียนเพื่อจัดร่วมกับชุมชนเช่น การแสดงของนักเรียน การแข่งขันกีฬา การจัดกิจกรรมวัน สำคัญ จัดตั้งสมาคมครูผู้ปกครอง สมาคมศิษย์เก่า ชมรม หรือกลุ่มอาชีพต่าง ๆ จัดทำสิ่งพิมพ์และ เอกสารต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจการโรงเรียน จัดเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียนทางสื่อมวลชนและรับ ฟังความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนหรือประชาชน

พัชรา พงษ์ธนาศ (2541) ศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ Cutlip และ Center” ซึ่งได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การศึกษาค้นคว้า ข้อมูลการวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนส่วนใหญ่จะใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ ด้วยการบันทึกภาพกิจกรรมที่จัดในโรงเรียน และนำมาเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยทุกขั้นตอนจะมีการวางแผนไว้แล้ว โดยมีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ และคณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน กระทำ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงเรียน สื่อที่ใช้มากที่สุด คือเอกสาร และสิ่งพิมพ์ ที่สำคัญโรงเรียนส่วนใหญ่จะมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

2. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่พบมากที่สุด คือ โรงเรียนไม่สามารถศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ด้วย แม้กระทั่งบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยตรงก็มีไม่เพียงพอขาดความรู้ด้านนี้โดยตรงเวลาที่มีเพื่อการทำงานประชาสัมพันธ์ก็มีน้อย

3. ปัญหาทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัญหามากที่สุด คือ เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ มีไม่เพียงพอผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขาดความเข้าใจเรื่องกระบวนการสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสารต่อสื่อมวลชน ไม่ได้ได้รับความสะดวก

4. ปัญหาการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เป็นในเรื่องที่โรงเรียนไม่ได้แต่งตั้งให้มีผู้ติดตามการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยตรง และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ ความเข้าใจในวิธีการประเมินผล

สมชาย ภู่อุโธ (2542) ศึกษาเรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริหารผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการประสานงาน และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงานด้านการประเมินผลงานเมื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติงานการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำแนกตามความคิดเห็นของผู้บริหารผู้ช่วยผู้บริหารที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มี คือ การจัดหาทรัพยากรแตกต่างกัน 4 ด้าน คือ การวางแผนการจูงใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงาน และการประเมินผลงาน

เดือนตา อวยสวัสดิ์ (2541) ศึกษาเรื่อง “ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12” พบว่า

การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษาแต่ละด้านและโดยรวม จำแนกตามสถานที่ตั้งของโรงเรียนและขนาดโรงเรียนมีปัญหาอยู่ระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ด้านการจัดหาทรัพยากรด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงาน ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน และด้านการประเมินผลงานเมื่อเปรียบเทียบปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนมัธยมศึกษาจำแนกตามสถานที่ตั้งของโรงเรียนแต่ละด้านและโดยรวมพบว่า มีปัญหาแตกต่างกันอย่างไม่ มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเปรียบเทียบปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนมัธยมศึกษาจำแนกตามขนาดโรงเรียน โดยรวมพบว่า มีปัญหาแตกต่างกันอย่างไม่ มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเปรียบเทียบแต่ละด้านพบว่าโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดกลางมีปัญหาด้านการจูงใจให้ปฏิบัติงานแตกต่างกัน โดยโรงเรียนขนาดเล็กมีปัญหามากกว่าโรงเรียนขนาดกลาง

ศศลักษณ์ บุญยรัชต์ (2546) ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า การให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ใช้การรวบรวมข้อมูลของโรงเรียนจากเอกสารต่างๆก่อนการดำเนินการ การสำรวจความคิดเห็นของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน การสนทนากับผู้ปกครองและคนในชุมชน การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศใช้การสอบถามความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน ครูทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์และใช้วิธีติดตั้งป้ายรับสมัครนักเรียน สัมฤทธิ์ผลของนักเรียนมีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน การวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน โดยผู้มีบทบาทสำคัญที่สุด ได้แก่ ครูในโรงเรียนและมีการวางแผนการใช้สื่อและอุปกรณ์ได้ตรงเป้าหมาย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารใช้วิธีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนและบุคลากรการติดต่อสื่อสารใช้วิธีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนและบุคลากรการติดต่อสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียนกับผู้ปกครองใช้การแจ้งเรื่องราวต่างๆของโรงเรียนให้กับผู้ปกครองทราบและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงเรียน ใช้วิธีการประชุมผู้ปกครองก่อนเปิดและปิดภาคเรียน วิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารโรงเรียนกับคณะครู ใช้การติดต่อสื่อสารโดยการจัดประชุมครูเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอการควบคุมการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีการตรวจเยี่ยมงาน การสอบถามจากผู้ปกครองและเด็กในการรับข่าวสารของโรงเรียน ใช้การจัดกิจกรรมวันสำคัญ เช่น วันพ่อแห่งชาติ วันแม่แห่งชาติ วันเด็ก ใช้การจัดประชุมผู้ปกครองเพื่อปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการจัดแสดงผลงานนักเรียนให้เห็นความก้าวหน้าของนักเรียนและโรงเรียน การจัดส่งนักเรียนเข้าร่วมประกวดแข่งขันด้านทักษะพัฒนาการและกิจกรรมบันเทิงต่างๆนอกโรงเรียน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นผ้า แผ่นป้าย

รัชดาภรณ์ ศิริสรณ์ (2543) ศึกษาเรื่อง “ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานการประถมศึกษา อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ” ประชากรที่ใช้เป็นบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละโรงเรียน จำนวน 49 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยในภาพรวมพบว่า ด้านการวางแผน มีปัญหาในปานกลาง 7 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาการนำข้อมูลย้อนกลับเสนอเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการใช้สื่อ ปัญหาการสำรวจความต้องการในการใช้สื่อ ปัญหาการใช้แผนงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และปัญหาการวางแผนการใช้สื่อด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาที่มีระดับมาก 4 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน ปัญหาการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ปัญหาการศึกษาข้อมูลก่อนการดำเนินการ ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และปัญหาการกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในระดับน้อย ส่วนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนใช้มากได้แก่ การจัดป้ายนิเทศ รองลงมาคือ การประชุม แผ่นพับ การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันต่าง ๆ ป้ายประกาศของทางราชการ หนังสือเวียน จดหมายข่าว สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ และเสียงตามสาย (หอกระจายข่าว) สื่อที่ใช้กันระดับน้อยคือ จดสาร



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกทางเลือกแบบผสมผสาน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การพรรณนาถึงข้อเท็จจริงต่างๆ ด้วยการศึกษาดOCUMENT RESEARCH โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาและข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เจาะลึก (Key Informants) ผู้วิจัยเลือกแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลโดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1.1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและบุคลากรโรงเรียนเพลินพัฒนา

1.1.2 ผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา จำนวน 1,126 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1.2.1 ผู้บริหารโรงเรียนเพลินพัฒนา ประกอบด้วย

- รองผู้อำนวยการ สำนักผู้อำนวยการ 1 คน

1.2.2 บุคลากร ประกอบด้วย

- ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร 1 คน

- เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ 1

คน

1.2.3 ผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา ประกอบด้วย

- ประธานสภาผู้ปกครอง 1 คน

- สมาชิกสภาผู้ปกครอง 15 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ดังนี้

อนุบาล 1 1 คน

อนุบาล 2 1 คน

อนุบาล 3	1 คน		
ประถมศึกษาปีที่ 1	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 1	1 คน
ประถมศึกษาปีที่ 2	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 2	1 คน
ประถมศึกษาปีที่ 3	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 3	1 คน
ประถมศึกษาปีที่ 4	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 4	1 คน
ประถมศึกษาปีที่ 5	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 5	1 คน
ประถมศึกษาปีที่ 6	1 คน	มัธยมศึกษาปีที่ 6	1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลนั้น เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างแบ่งเป็น 3 กลุ่มและการสัมภาษณ์แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ตามกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลบุคคลที่ได้จาก การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์รองผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนา ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กรและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงาน การสัมภาษณ์แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการสัมภาษณ์ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนาและสมาชิกสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา การสัมภาษณ์ใช้แบบกำหนดโครงสร้างของคำถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคำถามได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเจาะลึกในประเด็นที่ศึกษา

นอกจากนี้ ในระหว่างการดำเนินการสัมภาษณ์ อาจมีประเด็นใหม่เกิดขึ้นจากการให้ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น อธิบายถึงนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการบริหารโรงเรียน การก่อตั้งโรงเรียน ซึ่งเป็นประเด็นใหม่ จึงจำเป็นต้องตั้งประเด็นคำถามแบบไม่ได้เตรียมไว้ล่วงหน้า โดยใช้เทคนิคการตั้งแนวคำถามเฉพาะหน้ามาแทรกในระหว่างการสัมภาษณ์เพราะขณะสัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์อาจจะไม่เข้าใจในประเด็นต่างๆจึงต้องให้ผู้ให้สัมภาษณ์อธิบายในรายละเอียดมากขึ้น หรือหัวข้อที่น่าสนใจในขณะที่มีการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพลินพัฒนาและกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่ คู่มือนักเรียน จดหมายข่าว เอกสารการอบรม รวมไปถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โทรทัศน์ภายในโรงเรียน นิตยสาร เว็บไซต์ เพื่อรวบรวมและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

สำหรับเครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการวิจัยและด้านนิเทศศาสตร์ จากสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จำนวน 3 ท่านคือ รศ. ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ รศ.จันทนา ทองประยูร รศ.ดร.บุษบา สุธีธร ทั้งนี้เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย รวมทั้งความเหมาะสมของภาษาที่ใช้และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ก่อนที่จะมีการนำไปใช้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่ได้กำหนดไว้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 แหล่งข้อมูลจากบุคคล

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนา โดยเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ต้องการ ขณะสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเทปสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนขณะสัมภาษณ์ด้วย แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ โดยจัดลำดับแนวคำถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ แบ่งเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

ส่วนที่ 1 รองผู้อำนวยการ สำนักผู้อำนวยการ กรรมการและกรรมการบริหาร
โรงเรียนเพลินพัฒนา

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งมีพัฒนาการเป็นอย่างไร
 - ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ในฐานะ โรงเรียนทางเลือก
 - ปัญหา/อุปสรรคที่พบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์
 - แนวทางการแก้ไข
2. นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาที่กำหนดโดยฝ่ายบริหารหรือไม่อย่างไร
 - วิธีการนำนโยบายสู่การปฏิบัติเป็นอย่างไร
3. แผนบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา
 - ลักษณะการบริหารงานประชาสัมพันธ์

- การให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
- 4. ฝ่ายบริหารมีการตรวจสอบหรือประเมินผลการดำเนินงานและประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่อย่างไร
 - การประเมินอย่างเป็นทางการ
 - การประเมินอย่างไม่เป็นทางการ
- 5. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนามีการตรวจสอบจากฝ่ายบริหาร(รองผู้อำนวยการ)ก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
- 6. การตัดสินใจเลือกใช้สื่อ/ช่องทาง (channel) และตัวสาร(message) ในการประชาสัมพันธ์มีเกณฑ์และวิธีดำเนินการอย่างไร
- 7. เมื่อมีการตอบกลับ(feedback) จากผู้ปกครองเกี่ยวกับการข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายบริหารมีวิธีการดำเนินการอย่างไร
- 8. เป้าหมายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กรและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงาน

1. ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอน 1. การวิจัย-รับฟัง 2. การวางแผน-การตัดสินใจ 3. การสื่อสาร-การปฏิบัติการ 4. การประเมินผล
 - ส่วนสื่อสารองค์กรได้ดำเนินตามขั้นตอนหรือไม่อย่างไร ยกตัวอย่าง
2. แผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนามีหรือไม่อย่างไร
 - เป็นแผนรายปีหรือรายภาคเรียน
 - แผนประชาสัมพันธ์มีการแบ่งภายในและภายนอกหรือไม่อย่างไร
3. เกณฑ์การเลือกเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ออกไปมีลักษณะใด ยกตัวอย่าง
 - มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ปกครองเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
 - ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ เพียงพอและตรงต่อความต้องการของผู้ปกครองหรือไม่อย่างไร
4. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีเกณฑ์การเลือกใช้สื่ออย่างไร และใช้สื่อใดมากที่สุด เพราะอะไร
 - การเลือกใช้สื่อมีการสำรวจหรือสอบถามผู้ปกครองก่อนหรือไม่อย่างไร
5. มีเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร

6. โรงเรียนเพลินพัฒนามีช่องทางให้ผู้รับสารได้ตอบกลับ (feedback) อย่างไรบ้าง
7. เมื่อมีการตอบกลับ (feedback) จากผู้ปกครองเกี่ยวกับการข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายสื่อสารองค์กรมีวิธีการดำเนินการอย่างไร
8. ปัญหา/อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขของการบริหารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา

ส่วนที่ 3 ประชาชนและผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา

1. การได้รับข้อมูล ข่าวสาร จากโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - เพียงพอหรือไม่อย่างไร
 - ตรงต่อความต้องการหรือไม่อย่างไร
 - ความพึงพอใจหรือไม่อย่างไร
2. การที่ผู้ปกครองตอบกลับ(feedback) ไปที่โรงเรียนเพลินพัฒนาผ่านสื่อใดและมีการตอบรับจากทางโรงเรียนเพลินพัฒนาหรือไม่อย่างไร
 - ระยะเวลาในการตอบกลับจากโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - ช่องทางในการตอบกลับ (feedback) มีเพียงพอหรือไม่อย่างไร
3. สื่อในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - ได้ผลหรือไม่อย่างไร
 - เสนอสื่อประชาสัมพันธ์
4. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาผ่านสื่อใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
5. ปัญหา/อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขของการบริหารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา
6. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา

4.2 แหล่งข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์

ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพลินพัฒนาและการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยแยกสรุปประเด็นเป็นหัวข้อ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่การกระบวนกรประชาสัมพันธ์ การสำรวจวิจัย,การวางแผน,การปฏิบัติ การดำเนินงานและการประเมินผล ของโรงเรียนทางเลือก ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนและรวมไปถึงความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกระบวนกรบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากจำแนกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ออกตามประเด็นต่างๆ แล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความคิดเห็นและข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้งหมด มาประมวลเข้ากับหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเด็น โดยการวิเคราะห์สังเคราะห์และพรรณนาเพื่อหาข้อสรุปจากผลการศึกษา ให้ได้คำตอบถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน โดยมุ่งสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญ จำแนกเป็นข้อสรุปใน 3 ประเด็นหลัก คือ

- 5.1 การกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
- 5.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน
- 5.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

6. การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน” ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอข้อมูลในบทที่ 4 ซึ่งเป็นการเสนอข้อมูลในลักษณะผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งประกอบด้วยประเด็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและแนวทางการแก้ไข และความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน และในบทที่ 5 ผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้นำเสนอแล้วในบทที่ 4 ไปทำการวิเคราะห์โดยใช้หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ แล้วจึงสรุปการกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสานมีการดำเนินการอย่างไรจากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน” ผู้วิจัยจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลมาประมวลร่วมกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารหลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ด้วยการบรรยายสรุป แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ตอนที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ตอนที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์เอกสารผู้วิจัยแบ่งการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยส่วนสื่อสารองค์กร คือ การนำแนวทางของโรงเรียน และนโยบาย ที่รับมาจากผู้อำนวยการ โรงเรียนเพลินพัฒนา จากนั้นส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องดำเนินการวางแผนเพื่อที่จะได้นำนโยบายที่ได้รับมาเป็นแนวทางกำหนดเนื้อหาข่าวสาร และช่องทางการสื่อสาร และช่วงเวลาในการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อที่จะดำเนินการสื่อสาร เผยแพร่ไปสู่ผู้ปกครองภายในโรงเรียนและประชาชนภายนอก ข้อมูล ข่าวสารที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียนที่นำมาประชาสัมพันธ์ จะเป็นเรื่องการเรียนการสอนในห้องเรียน กิจกรรมของนักเรียน ครู และผู้ปกครอง การพัฒนาของโรงเรียนในด้านต่างๆ ความก้าวหน้าด้านงานวิชาการ งานอบรม เสวนา รวมไปถึงกิจกรรมหลักของโรงเรียนอื่นๆ เช่น งานพิธีกรรมทางศาสนา วันสำคัญต่างๆ และการรับสมัครนักเรียน โดยทั้งนี้ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องศึกษาแผนการทำงานของแต่ละช่วงชั้น ตลอดจนแผนการเรียนการสอนของคุณครูในแต่ละช่วงชั้น แต่ละหน่วยวิชา เพื่อจะได้มาซึ่งข่าวสารเหล่านี้

ในบางครั้งส่วนสื่อสารองค์กรก็ได้รับเนื้อหาข่าวสารจากคุณครูของช่วงชั้นโดยตรงในรูปแบบความ
ต่างๆ ที่ส่งมาให้แล้วสามารถนำไปเผยแพร่ได้เลย

2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับผู้ปกครองภายใน ดำเนินการโดยช่วงชั้น ตั้งแต่
เตรียมอนุบาล- มัธยมศึกษาตอนปลาย คือ ในแต่ละช่วงชั้นจะมีการจัดกิจกรรมย่อยภายในช่วงชั้น
เช่น งานจับน้ำชา งานบอกเล่าเก้าพอติ หรืองานด้านวิชาการ การประกวด ซึ่งจะประชาสัมพันธ์
เฉพาะกับผู้ปกครองในช่วงชั้นที่จัดกิจกรรมนั้นๆ

ขั้นตอนที่ 1 ประชุมและพูดคุยสอบถาม

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะมีการประชุมกับ
ผู้อำนวยการโรงเรียน(บอร์ดคณะผู้บริหารโรงเรียน)เป็นประจำทุกปีการศึกษา ผู้อำนวยการโรงเรียน
จะให้นโยบายและแจ้งทิศทางของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะเป็นอย่างไรในปีนี้หรือทางส่วนสื่อสาร
องค์กรจะรับนโยบายของโรงเรียนจากการปฐมนิเทศแล้วนำข้อมูลทั้งหมดไปวางแผน

“ทางฝ่ายบริหารจะให้แนวทางนโยบายหลักๆมากกว่า เช่น ทางโรงเรียนต้องการ
นำเสนอทักษะทั้ง 3 ทักษะของโรงเรียนเพลินพัฒนา ฝ่ายสื่อสารองค์กรก็ต้องวางแผนตาม
นโยบายที่ฝ่ายบริหารได้กำหนดไว้ ส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายกว้างๆ และฝ่ายบริหารเองได้ให้
ความสำคัญการประชาสัมพันธ์เพราะกำหนดในยุทธศาสตร์ 2 ใน 9 ของการขับเคลื่อนโรงเรียน เมื่อ
ครั้งมีการทบทวนวิสัยทัศน์ใหม่เมื่อต้นปี 2554 วัตถุประสงค์หลัก 3 ข้อ คือ การได้จำนวนนักเรียน
ตามที่ตั้งไว้ การสร้างความเข้าใจและร่วมมือจากทางบ้านในการพัฒนานักเรียนด้วยกันและการให้
ความรู้สู่สังคมเพื่อพัฒนาประเทศโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน” (รองผู้อำนวยการ สำนักผู้อำนวยการ
กรรมการและกรรมการบริหารโรงเรียน โรงเรียนเพลินพัฒนา, 2554)

“ในปีก่อนๆได้มีการทำวิจัยเรื่องการปฏิบัติงานของโรงเรียนในด้านต่างๆ ก็ได้เคยมีการ
ทำวิจัยในหัวข้อการสื่อสารด้วย แต่ต่อมาภายหลังไม่ได้มีการวิจัยแบบเต็มรูปแบบ การดำเนินการ
ประชาสัมพันธ์ไม่ได้มาจากการวิจัย ส่วนสื่อสารองค์กรจะเช็คจาก(Feedback)จากผู้ปกครองแบบ
ไม่เป็นทางการมากกว่า เพราะเราได้feedbackมาจากการทำงานอยู่แล้ว แต่ที่มีการทำทุกปีคือจะมี
การสำรวจเป็นแบบสอบถาม ประเมินความพึงพอใจเฉพาะเรื่อง เช่น ในเรื่องจดหมายข่าว เพื่อให้
ทราบว่าผู้ปกครองต้องการทราบข้อมูลอะไร ต้องการให้โรงเรียนสื่อสารในสื่อไหน” (ผู้จัดการ
ส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“ฝ่ายสื่อสารองค์กรไม่ได้มีการทำวิจัยแบบเต็มรูปแบบ แต่จะเป็นแบบสอบถามง่ายๆ
เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ปกครองส่งไปกับจดหมายข่าวว่าอยากรู้เรื่องอะไร และให้ข้อดี ชม พอ
ได้ข้อมูลมาก็จะนำข้อมูลที่ได้อามาปรับปรุงให้ดีขึ้น” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาไม่มีการวิจัย สำนวจความคิดเห็นอย่างเป็นทางการแต่จะใช้การรับฟังFeedbackจากผู้ปกครองและรับนโยบายหลักจากทางผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนาจะมีแนวทาง อย่างไร มีการพัฒนาในเรื่องอะไร ฝ่ายสื่อสารองค์กรจะพิจารณาว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรทราบและจะนำเสนออย่างไร สิ่งที่ยังสื่อสารองค์กรนำเสนอให้กับผู้ปกครองภายในในบางเรื่องก็จะนำเสนอกับผู้ปกครองกลุ่มเป้าหมายภายนอกเหมือนกัน

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน

การวางแผนของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะมีการประชุมเป็นประจำอยู่แล้วจะมีการประชุมใหญ่ที่เป็นคณะกรรมการด้านการปฏิบัติงานของโรงเรียนเพลินพัฒนาที่เรียกว่า คปร. จะดำเนินการประชุมเพื่อเตรียมตัวในทุกครั้งที่เริ่มปีการศึกษาใหม่ เช่น เริ่มปีการศึกษาใหม่ การจัดปฐมนิเทศ ผู้ปกครองและนักเรียนเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายของโรงเรียนจะต้องเตรียมพร้อมในการนำเสนอแนวทาง ทิศทางของโรงเรียนเพลินพัฒนา ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการปฐมนิเทศในส่วนการจัดทำ เรียบเรียงคู่มือของนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นของโรงเรียนเพลินพัฒนา นอกจากนี้ฝ่ายสื่อสารองค์กรจะต้องเก็บข้อมูลของการนำเสนอของผู้บริหาร โรงเรียนเพลินพัฒนาจากการปฐมนิเทศว่าจะชี้แจงสิ่งใดให้กับผู้ปกครองทราบ ส่วนสื่อสารองค์กรจะนำสิ่งที่ผู้อำนวยการโรงเรียนได้บอกกล่าวแก่ผู้ปกครองมาทำการเผยแพร่ ข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อและช่องทางของโรงเรียนเพลินพัฒนา นอกจากนี้จะมีการประชุมเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อติดตามความก้าวหน้าของแต่ละฝ่าย ในขณะที่เดียวกันก็ต้องพิจารณาถึงเนื้อหาที่ผู้ปกครองต้องการทราบด้วย ผู้ปกครองจะแสดงความคิดเห็นให้โรงเรียนทราบผ่านการพูดคุย หรือแจ้งผ่านทาง Face book หรือแจ้งผ่านทางแบบสอบถามของจดหมายข่าวที่จัดขึ้นประจำทุกต้นปีการศึกษาใหม่ และนำความเห็นมาประมวลเพื่อพิจารณาว่าควรนำเสนออย่างไรให้เข้าถึงผู้ปกครองได้มากและมีประสิทธิภาพที่สุด

“การประชุมของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะมีการชุมบอร์ดของโรงเรียนเพลินพัฒนา ทางฝ่ายบริหารจะให้นโยบายหลักๆ ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องนำไปวางแผนว่าทั้งปีการศึกษาส่วนสื่อสารองค์กรจะดำเนินการอย่างไรบ้าง หลักจากนั้นก็นำมาเสนอต่อผู้อำนวยการ โรงเรียนอีกครั้ง ถ้าไม่มีอะไรติดขัดก็สามารถดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้เลย (รองผู้อำนวยการสำนักอำนวยการ กรรมการและกรรมการบริหาร โรงเรียน เพลินพัฒนา, 2554)

“การวางแผนประชาสัมพันธ์จะเป็นการวางแผนแบบกว้างๆเป็นแผนทั้งปี (Year plan) ตามนโยบายหลักของโรงเรียนและจากการลงไปศึกษาถึงแผนงานของช่วงชั้นต่างๆ ศึกษาจากแผนการเรียนการสอนที่ครูใน แต่ละช่วงชั้นแต่ละวิชาวางแผนไว้และนำมาปฏิบัติ วางแผนจากหน้างานที่เกิดขึ้นจริง เช่น ส่วนสื่อสารองค์กรได้รับข้อมูลว่าทางช่วงชั้นประถม มีการพัฒนาครูด้วย

วิธีการที่เรียกว่า lesson study ส่วนสื่อสารองค์กรก็จะพิจารณาว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรจะได้รับทราบและรับรู้ ก็จะติดตามข้อมูลมาเผยแพร่เป็นระยะในสื่อต่างๆของโรงเรียน หรือจดหมายข่าวโรงเรียนเพื่อพัฒนาที่ออกทุกๆ 2 สัปดาห์ การวางแผนการทำงานจะกำหนดเวลาไว้ชัดเจน กำหนดเนื้อหาของแต่ละฉบับเป็นครั้งๆ ฉบับต่อฉบับ กำหนดการปิดต้นฉบับ การจัดออกแบบและการผลิต จนถึงวันที่จดหมายข่าวออกและส่งไปให้ถึงมือผู้ปกครองและครู นอกจากนี้จะมีการวางแผนรายละเอียดในการทำงานในแต่ละกิจกรรมที่ส่วนสื่อสารองค์กรจัดขึ้น โดยจะมีการวางแผนกันในทีมว่าจะดำเนินการอย่างไร เช่น การออกบู๊ทแนะนำโรงเรียน ส่วนสื่อสารองค์กรก็ต้องเตรียมข้อมูลเนื้อหาในการนำเสนอ จัดหาอุปกรณ์ สื่อที่ใช้ในงานออกบู๊ท ฯลฯ ถ้าเป็นกิจกรรมที่ทางช่วงชั้นจัดขึ้น ทางส่วนสื่อสารองค์กรจะเป็นฝ่ายเก็บข้อมูล ถ่ายภาพ เขียนข่าวและทำการเผยแพร่ เป็นการสนับสนุนงานของช่วงชั้น แต่อาจไม่ครอบคลุมเนื่องมาจากอัตรากำลัง ของส่วนสื่อสารองค์กรเอง ” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“การวางแผนประชาสัมพันธ์จะมีแผนทั้งปี ดำเนินตามระยะเวลาปฏิทินการศึกษาและการทำงานจะตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริง เช่น เรื่องที่จะนำเสนอสื่อสารถึงผู้ปกครองจะดูข้อมูล หาข้อมูลมาและนำมาตัดสินใจในทีมว่าจะนำเสนอในแง่มุมใด นำเสนอในเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งในบางครั้งเนื้อหาที่ไม่ได้ลงลึกในรายละเอียดเท่าที่ควร (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

อาจกล่าวได้ว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีการศึกษาของส่วนสื่อสารองค์กรจะเป็นการรับนโยบายจากทางผู้อำนวยการโรงเรียนเพื่อพัฒนาเป็นกรอบที่ตั้งไว้ หลักจากนั้นจะเป็นการวางแผนกว้างๆ วางแผนตลอดทั้งปีการศึกษา โดยมีปฏิทินการศึกษาเป็นตัวบอกว่าช่วงเวลานี้จะมีอะไรกิจกรรมอะไรจะเกิดขึ้นในโรงเรียน ส่วนสื่อสารองค์กรก็ต้องพิจารณาแล้วว่าสิ่งที่เกิดขึ้นควรที่จะนำเสนอถึงผู้ปกครอง ในของส่วนสื่อสารองค์กรจะมีการประชุมในทีมเกี่ยวกับเรื่องการทำงานและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นภายในโรงเรียนและกิจกรรมที่โรงเรียนจะต้องออกไปร่วมงานภายนอกด้วย บุคลากรของส่วนสื่อสารองค์กรไม่เพียงพอต่อการทำงานเพราะข่าวสาร ข้อมูล ความก้าวหน้าด้านวิชาการ ผลงานของนักเรียน กิจกรรมต่างๆ ที่มีในแต่ละช่วงชั้นมีมากมายที่น่าสนใจและน่านำเสนอเผยแพร่ให้ผู้ปกครองภายในและผู้ปกครองภายนอก รวมถึงกลุ่มเป้าหมายภายนอกได้ทราบแต่ด้วยจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลข่าวสารได้ครบถ้วน

อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องมีการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวสารตามความเหมาะสม และความจำเป็นไม่สามารถเก็บข้อมูล ข่าวสารได้ครบถ้วนตามแผนการเรียนการสอนของครูแต่ละช่วงชั้น ทุกระดับชั้นได้ เนื่องจากบุคลากรของฝ่ายสื่อสารองค์กรมีไม่เพียงพอต่อการทำงานเพราะ

ข่าวสาร ข้อมูล ความก้าวหน้าด้านวิชาการ ผลงานของนักเรียน กิจกรรมต่างๆ ที่มีในแต่ละช่วงชั้นมีมากมาย

การกำหนดวัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา จะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ส่วนแรกจะเป็นการนำนโยบายที่ได้รับจากผู้อำนวยการ โรงเรียนนำมาเป็นวัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ ส่วนที่สองจะเป็นการประชาสัมพันธ์ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริง เป็นไปตามระยะเวลา ปฏิทินการศึกษาว่าในช่วงระยะเวลานี้จะต้องเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารอะไรบ้าง เช่น ในช่วงกลางปีการศึกษาจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ การเชื่อมประสานรอยต่อของช่วงชั้น ก็จะมีวัตถุประสงค์เพื่อ ชี้แจงให้ผู้ปกครองทราบถึงการดำเนินการของโรงเรียนเพลินพัฒนาและแต่ละช่วงชั้นในเรื่องเกี่ยวกับการที่นักเรียนข้ามช่วงชั้นต่างๆ จากอนุบาลข้ามช่วงชั้นประถมต้น จากประถมต้นสู่ประถมปลาย

“วัตถุประสงค์การนำเสนอข่าวสารของโรงเรียนเพลินพัฒนา มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ผู้ปกครองเกิดการรับรู้ ความเข้าใจ เกิดความเชื่อมั่น เกิดความศรัทธา และในที่สุดให้ความร่วมมือกับโรงเรียน เพราะถ้าผู้ปกครองภายในมีความเข้าใจ ในเรื่องราวต่างๆ ของโรงเรียนเพลินพัฒนาแล้ว ผู้ปกครองภายในจะเป็นสื่อบุคคลที่ดีในการทำประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียน ในขณะที่เดียวกันก็มีการคัดเลือกเนื้อหาสาระที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครองภายนอกทุกๆ ไป นำมาเสนอด้วย เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในแนวทางหรือการเรียนรู้ของโรงเรียนทางเลือกเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงเรียนอีกด้วย (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“การดำเนินงานของส่วนสื่อสารองค์กรของโรงเรียนเพลินพัฒนา จะทำตามหน้างานลักษณะงานจะเป็นแบบรูทีน ว่าในแต่ละช่วงเวลาจะต้องทำอะไรบ้าง วัตถุประสงค์ก็จะเป็นตามหน้าที่ทำ เช่น จดหมายข่าวที่ออกทุก 2 สัปดาห์ ก็เพราะมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ ข่าวคราวความเคลื่อนไหว กิจกรรม หรือในด้านวิชาการ การเรียนรู้ของนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นของโรงเรียนเพลินพัฒนา อย่างต่อเนื่อง” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

การทำการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนามีวัตถุประสงค์หลักสร้างการรับรู้ ความเข้าใจเชื่อมั่นมีความร่วมมือและเกิดความศรัทธาของผู้ปกครองภายในและเพื่อแจ้งให้ทราบ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของแต่ละช่วงชั้นว่ามีความก้าวหน้าและมีกิจกรรมอะไรที่เกิดขึ้นบ้างและกำลังจะเกิดขึ้นหรือความก้าวหน้าในด้านวิชาการ

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนเพลินพัฒนา ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นผู้ปกครองภายใน

โรงเรียนรองลงมาคือ ผู้ปกครองภายนอกประชาชนที่สนใจแนวทางการเรียนการสอนในแบบโรงเรียนทางเลือก รวมถึงนักศึกษาและสื่อมวลชน

“กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ปกครองที่จะนำนักเรียนมาสมัครเรียนที่โรงเรียนเพลินพัฒนา จะต้องเป็นกลุ่มที่ตรงกับความคาดหวังของเราเพราะ โรงเรียนเพลินพัฒนาพยายามสื่อสารให้ผู้ปกครองภายนอกทราบว่า โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นโรงเรียนที่มีการเรียนการสอนตามพัฒนาการเด็กควรได้เรียนรู้และพัฒนาไปตามธรรมชาติแห่งช่วงวัย โรงเรียนจึงมีหลักคิดในการจัดการเรียนรู้สนุกในวัยอนุบาล ชวนสืบค้นในวัยประถม ท้าทายศักยภาพในวัยมัธยม ตระหนักคุณค่าของศาสตร์ในวัยมัธยมปลาย ถ้าผู้ปกครองคาดหวังว่าจะให้ลูกเรียนแบบสบายจะได้ไม่ต้องผิดหวัง สำหรับผู้ปกครองภายในจะต้องทำความเข้าใจเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนานักเรียน” (รองผู้อำนวยการสำนักผู้อำนวยการกรรมการและกรรมการบริหารโรงเรียน โรงเรียนเพลินพัฒนา, 2554)

“กลุ่มเป้าหมายแบ่งได้เป็นผู้ปกครองภายในและผู้ปกครองภายนอก รวมไปถึงสถาบันการศึกษา กลุ่มบุคลากรการศึกษาที่สนใจแนวทางการเรียนการสอนของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะอยู่ในรูปของการเยี่ยมชมโรงเรียนเพลินพัฒนาและสื่อมวลชน” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

กลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ปกครองภายใน กลุ่มเป้าหมายรองจะเป็นผู้ปกครองภายนอกและสถาบันศึกษากลุ่มบุคลากรทางการศึกษาที่สนใจในแนวทางการเรียนการสอนของโรงเรียนเพลินพัฒนา

การกำหนดกิจกรรมและสื่อ

จากการศึกษาพบว่าสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา มีอย่างหลากหลาย ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนาผลิตเอง โดยส่วนสื่อสารองค์กรทำงานร่วมกับแผนกผลิตสื่อ ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของโรงเรียนเพลินพัฒนา สื่อที่โรงเรียนใช้ได้แก่ จดหมายข่าว กำแพงข่าว กล้องกัลยาณมิตร คิดสร้างทำเฟสบุ๊ก (Face book) เว็บไซต์ (Website) ส่วนสื่อที่ใช้สื่อสารกับผู้ปกครองภายนอกและประชาชนที่สนใจ คือ แผ่นพับ เว็บไซต์ (Website) โทรทัศน์วงจรปิดในร้านหนังสือ ซีเอ็ด บুক(SE-ED BOOK) คอลัมน์ มุมเรียนรู้ ใน Add Mag (free magazine) เว็บไซต์ของซีเอ็ด และรักลูกกรุ๊ป หนังสือพิมพ์ หน้าการศึกษา นิตยสารเกี่ยวกับเด็ก ครอบครัว รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ฯลฯ ส่วนสื่อบุคคลก็คือ ผู้ปกครองของโรงเรียนเพลินพัฒนา

ทั้งนี้สามารถแบ่งตามประเภทของการจัดกิจกรรม คือ

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยส่วนสื่อสารองค์กร สื่อที่ใช้สำหรับผู้ปกครองภายใน ได้แก่ จดหมายข่าว กำแพงข่าว กล้องกัลยาณมิตร คิดสร้างทำเฟสบุ๊ก (Face book) เว็บไซต์

(website) โทรทัศน์ภายในโรงเรียน สำหรับผู้ปกครองภายนอก ปรัชญา วิสัยทัศน์ และคุณค่าหลักของโรงเรียนประชาชนที่สนใจ มีการใช้สื่อต่างๆ อาทิ เสียงตามสายในร้านหนังสือ ซีเอ็ด บั๊ก(SE-ED BOOK) Add Mag (free magazine คอลัมน์ มุมเรียนรู้) เว็บไซต์ของซีเอ็ด รักลูกกรุ๊ป และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและครอบครัว สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารเกี่ยวกับแม่และเด็ก รายการโทรทัศน์

2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยช่วงชั้นตั้งแต่เตรียมอนุบาล – มัธยมศึกษาตอนปลาย สื่อที่ใช้ คือ จดหมายแจ้งให้ผู้ปกครองทราบเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชั้น เช่น งานจับน้ำชา บอร์ดนิทรรศการของแต่ละช่วงชั้นและสื่อบุคคล หรือ การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS)

“การกำหนดและการใช้สื่อทางส่วนสื่อสารองค์กรจะเป็นฝ่ายนำเสนอแผนงานว่าส่วนสื่อสารองค์กรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างไร ใช้สื่ออะไรบ้าง โดยการตรวจสอบสิ่งที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อจะขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กรว่าสิ่งใดควรเผยแพร่ได้เลย หรือจะต้องให้ผู้อำนวยความสะดวกก่อน” (รองผู้อำนวยการสำนักอำนวยการกรรมการและกรรมการบริหารโรงเรียน โรงเรียนเพลินพัฒนา, 2554)

“การสื่อสารโดยผ่านสื่อต่างๆ ส่วนสื่อสารองค์กรจะใช้สื่อที่โรงเรียนมีอยู่ และคิดว่าโรงเรียนมีสื่อที่มากพอในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนเพลินพัฒนา สื่อที่เราให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สื่อบุคคล นั่นก็คือ ผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายนอก โรงเรียนมีนโยบายไม่ซื้อสื่อโฆษณา ในมุมมองการตลาด โรงเรียนก็ไม่ได้มุ่งเรื่องของยอดเด็กนักเรียนที่เข้ามาสมัครเรียนแต่เพียงอย่างเดียว เพราะเนื่องจากเป็นโรงเรียนทางเลือกที่ผู้ปกครองที่จะเข้ามาเป็นผู้ปกครองเพลินพัฒนาจะต้องมีความคิดที่สอดคล้องกับแนวทางของโรงเรียน สื่อที่ใช้คือ สื่อของบริษัทซีเอ็ดและบริษัทรักลูกและเราจะส่งข่าว ส่งบทความการศึกษาให้หนังสือสิ่งพิมพ์บ้าง หรือเชิญนักข่าวมาร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน หรือบางครั้งมีรายการโทรทัศน์ติดต่อเข้ามา ทางเราจะดูวัตถุประสงค์ของรายการและดูเรื่องประโยชน์ของการเผยแพร่แนวคิดทางการศึกษาเป็นหลัก บางรายการติดต่อมาเพื่อจะเล่นเกมแจกของรางวัลตรงส่วนนี้คิดว่าไม่น่าเกิดประโยชน์ต่อนักเรียน โรงเรียนก็จะปฏิเสธไปเหมือนกัน” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“สื่อที่โรงเรียนใช้ สื่อที่เป็นทางการจริงๆ สำหรับผู้ปกครองภายในจะเป็นจดหมายข่าวที่จะออกทุก 2 สัปดาห์ จะเป็นการรวมเรื่องที่สำคัญ จำเป็นที่จะต้องแจ้งให้ทราบรวมไปถึงการเรียนรู้ของช่วงชั้น ในการใช้สื่อของโรงเรียนไม่ได้มีการสำรวจหรือสอบถามก่อนว่าจะใช้สื่ออะไรแต่จะเป็นการตัดสินใจในทีมสื่อสารองค์กร เป็นปรับตามสถานการณ์ของสื่อที่เปลี่ยน

อย่างเช่น เฟสบุ๊ก (Face book) เป็นสื่อใหม่ที่รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ส่วนสื่อบุคคลคือผู้ปกครองภายในที่โรงเรียนให้ความสำคัญเช่นกัน” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. สื่อบุคคล (Personal media) ได้แก่ คำพูดผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา เป็นสื่อที่โรงเรียนให้ความสำคัญมากถ้าผู้ปกครองภายในมีความเข้าใจในแนวทางการเรียนการสอนของโรงเรียนอย่างถูกต้อง เชื่อมั่นและศรัทธาในโรงเรียนเพลินพัฒนาอย่างถูกต้อง ผู้ปกครองภายในจะสามารถเป็นสื่อที่ดีในการประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียน เพราะสามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรงการบอกต่อและสามารถชักจูงใจได้

2. สื่อมวลชน (Mass media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการโทรทัศน์ ฯลฯ โดยที่โรงเรียนจะเป็นผู้ส่งข่าว หรือ ส่งบทความ หรือ ส่งจดหมายเชิญให้สื่อมวลชนมาเข้าร่วมกิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้น เช่น การเสวนาต่างๆ งานลมข้าวเบา เงาเดือนเพ็ญ งานชื่นใจ ได้เรียนรู้สำหรับรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ รายการต่างๆ จะเป็นผู้ติดต่อมาขอถ่ายทำโรงเรียนเอง โดยส่วนสื่อสารองค์กรจะเป็นผู้ประสานงาน คุณแล้วเนื้อหาที่ถ่ายทำควรเป็นอย่างไร เพื่อให้โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดี สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง แผ่นพับ คู่มือนักเรียน จดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศ Add Mag (free magazine คอลัมน์ มุมเรียนรู้)

4. การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดงและนิทรรศการ โครงการงานชื่นใจ ลมข้าวเบาเงาเดือนเพ็ญ กีฬาสีแดงชาติ การพบปะและการประชุม

นอกจากสื่อที่กล่าวมาแล้ว ส่วนสื่อสารองค์กรยังได้ใช้ สื่อเฉพาะกิจในการประชาสัมพันธ์ สื่อเฉพาะกิจ โดยการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) วิทยุทัศน์แนะนำโรงเรียน และวิทยุทัศน์การเรียนรู้ต่างๆ โทรศัพท์วงจรปิดในร้านซีเอ็ด บুক (SE-ED BOOK) เป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ ซึ่งคุณลักษณะที่ดีของสื่อเฉพาะกิจ ก็คือสามารถทำให้ผู้รับสารรับทราบข่าวสารความรู้ โดยตรงและถูกต้องอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติ

การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา ไม่มีงบประมาณกำหนดไว้เป็นรายละเอียดที่แน่นอน

“งบประมาณของการทำประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา ทางฝ่ายบริหารไม่ได้มีการกำหนดมาให้อย่างชัดเจนส่วนสื่อสารองค์กรจะกำหนดเนื่องงานประชาสัมพันธ์ขึ้นมาและ

กำหนดงบประมาณของงานนั้นๆเองและนำเสนอให้ผู้บริหารพิจารณาอนุมัติเป็นครั้งๆไป ซึ่งอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากปีก่อนๆก็ได้ แต่สิ่งหนึ่งที่ชัดเจนผู้บริหารให้นโยบายไว้คือ คือ ไม่มีนโยบายซื้อสื่อโฆษณาให้พยายามใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม คุ่มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด” (ผู้จัดการสื่อสารองค์กร, 2554)

“ใช้สื่อที่มีอยู่และใช้งบประมาณให้น้อยที่สุดในการทำประชาสัมพันธ์โรงเรียน แต่ตรงส่วนนี้ไม่ได้เป็นปัญหามากในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ถ้าได้งบประมาณมาก็จะดีเพราะจะได้จัดสรรและวางแผนในการใช้สื่อว่าจะต้องทำอะไรบ้างนำเสนอผ่านสื่ออะไรบ้าง”(เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

การกำหนดบุคลากร

ปัจจุบันส่วนสื่อองค์กรมีอัตรากำลังในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 คน โดยในแต่ละคนจะมีขอบเขตที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน“ตอนนี้ปัญหาด้านอัตรากำลังคนของส่วนสื่อสารองค์กรไม่เพียงพอโดยปัจจุบันไม่มีบุคลากรในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ด้านการข่าว ที่มีความชำนาญในการทำข่าว เขียนข่าว หรือบทความ หรืองานเขียนในรูปแบบต่างๆทำให้งานประชาสัมพันธ์เกิดความล่าช้าและไม่สามารถเข้าไปทำข่าวในห้องเรียนที่บางครั้งมีกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจ เกิดขึ้นพร้อมๆกันหลายงานที่ได้เคยทำแต่เมื่อขาดกำลังคนก็ไม่ได้ทำ และสิ่งที่ส่วนสื่อสารองค์กรอยากจะต้องการสื่อสาร เผยแพร่ มีอีกมากมายที่อยากจะนำเสนอให้ผู้ปกครองภายในและผู้ปกครองภายนอกและกลุ่มเป้าหมายที่สนใจได้รับทราบแต่ด้วยกำลังคนไม่เพียงพอ ก็เป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพลดลง ” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“ข้อมูลข่าวสารที่ได้ทำการเผยแพร่และส่งข่าวไปถึงผู้ปกครอง คิดว่าอาจจะเพียงพอแค่ในระดับหนึ่งเท่านั้นเพราะคิดว่าด้วยความเป็นโรงเรียนและลักษณะของโรงเรียนเพลินพัฒนา ผู้ปกครอง อาจอยากรู้เรื่องการเรียนการสอนที่มีรายละเอียดที่ลึกมากกว่านี้ เรื่องหลักสูตร ด้านวิชาการ ต้องมานั่งคิดรูปแบบการนำเสนอ วิธีที่น่าสนใจ แต่ด้วยกำลังคนของส่วนสื่อสารองค์กรไม่เพียงพอทำให้ประสิทธิภาพการทำงานไม่เต็มที่มากนัก” (เจ้าหน้าที่ส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

ขอบข่ายหน้าที่งานความรับผิดชอบของฝ่ายสื่อสารองค์กร มีดังนี้

ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร- ดูแลการบริหาร การจัดการและพัฒนาส่วนงานสื่อสารองค์กรและการรับเรื่องเสนอแนะ กัลยาณมิตร....คิดสร้างทำ เครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 1 – ดูแลงานการสื่อสารกับผู้ปกครองปัจจุบัน งานการสื่อสารการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 2 – ดูแลงานเขียนเพื่อการสื่อสารในทุกช่องทาง การถ่ายภาพ การประมวลผลความรู้

ธุรการ – งานธุรการทั่วไป ประสานงานในส่วนงานและกับส่วนงานอื่นๆ ดูแลการอัพโหลดเว็บไซต์ระบบintranetข้อมูลส่วนสื่อสารองค์กรและงานการจัดการความรู้ของโรงเรียน
 หน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาทั้งภายในและภายนอกจะเป็นส่วนสื่อสารองค์กร ซึ่งมีหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมและเนื้อหาสาระในห้องเรียนที่มีประโยชน์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา โดยผ่านสื่อและช่องทางต่างๆอาจจะเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่น่าสนใจในการสร้างโอกาสในการแนะนำโรงเรียน

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินงานสื่อสารโรงเรียนเพลิน

ในการดำเนินงานสื่อสารของโรงเรียนเพลินพัฒนามีเกณฑ์ในการเลือกนำเสนอเนื้อหาการสื่อสาร โดยส่วนสื่อสารองค์กรจะพิจารณาว่าประเด็นใดเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรทราบและในขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาถึงเนื้อหาที่ผู้ปกครองต้องการทราบด้วยและควรนำเสนออย่างไรให้เข้าถึงผู้ปกครองได้มากและมีประสิทธิภาพที่สุดการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีตารางเวลางานในการทำประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนจะมีเพียงกรอบระยะเวลาอย่างคร่าวๆเท่านั้นและไม่ได้ทำอย่างเป็นทางการ

“การปฏิบัติของส่วนสื่อสารองค์กร ได้ดำเนินการทั้งหมด ในส่วนที่เป็นหน้างานของฝ่ายสื่อสารองค์กร ในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร จะเป็นกรอบระยะเวลา เพียงแต่ไม่ได้มีการทำไว้อย่างเป็นรูปแบบอย่างเป็นทางการ ไม่ได้มีตารางเวลาขนาดนั้นแต่จะมีเพียงแต่กำหนดว่าจดหมายข่าวออกทุกๆ2สัปดาห์ อัปเดตหมายข่าวขึ้นเว็บไซต์ ในช่วงระยะเวลาจะมีกิจกรรมใหญ่ของโรงเรียน อย่างเช่น ลมข้าวเบาเลาเดือนเพ็ญ งานกีฬาเสียดวงชาด การจัดกิจกรรมภายนอกก็จะมีบางงานที่มาเชิญโรงเรียนเพลินพัฒนาไปจัดกิจกรรมก็มีหรือใช้เครือข่ายของโรงเรียนเพลินพัฒนาในการออกไปจัดกิจกรรมภายนอกก็มี นอกจากนี้ยังมีในส่วนขององค์กรภายนอก สถาบันการศึกษาที่ขอเข้ามาศึกษาดูงานในโรงเรียนเพลินพัฒนา ทางส่วนสื่อสารองค์กรก็จะเป็นฝ่ายดำเนินการประสานงานให้ข้อมูล ส่วนสื่อสารองค์กรจะให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลมาก เพราะถ้าผู้ปกครองภายในเชื่อมั่นในศักยภาพของโรงเรียนเพลินพัฒนา ก็จะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อ ดูแลจากไปสมัครนักเรียนใหม่ จะมีข้อหนึ่งถามว่ารู้จักโรงเรียนเพลินพัฒนาได้อย่างไรส่วนสื่อสารองค์กรดูแลเรื่องการรับสมัครนักเรียนด้วย” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“การสื่อสาร เกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาจะเลือกตามลำดับความสำคัญ ตามสถานการณ์ โดยเลือกให้มีความหลากหลายครอบคลุมทุกช่วงชั้น เพราะจดหมายข่าวจะเป็นสื่อที่ให้ผู้ปกครองภายในทุกคนแต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าผู้ปกครองจะรับจดหมายข่าวผ่านสื่อใด ผู้ปกครองบางท่านของรับทางอี-เมลล์ บางท่านของรับเป็นจดหมายเป็นฉบับกระดาษก็มี” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติส่วนงานสื่อสารองค์กร, 2554)

สื่อสารองค์กรจะดำเนินการสื่อสารตามปฏิทินการศึกษาของโรงเรียนเพลินพัฒนาและแผนงานหลักๆของแต่ละช่วงชั้น หรือหน่วยงานต่างๆ รวมถึงเนื้อหาในการสื่อสารส่วนมากนำมาจากการเรียนรู้ในห้องเรียน ซึ่งมีการกำหนดในแผนการสอนของครู รวมทั้งส่วนสื่อสารองค์กรได้กำหนดเวลาการสื่อสารในแต่ละสื่อด้วย เช่น การสื่อสารในจดหมายข่าวจะกำหนดการออกทุก 2 สัปดาห์ เดือนละ 2 ฉบับ หรือ การสื่อสารในเฟสบุ๊ก (Face book) จะมีการนำเสนอข่าวสารทุกวัน หรือในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนมีนาคมเป็นช่วงการเปิดรับสมัครนักเรียนทางส่วนสื่อสารองค์กรก็จะต้องทำเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลถึงผู้ปกครองภายนอกและกลุ่มประชาชนที่สนใจ

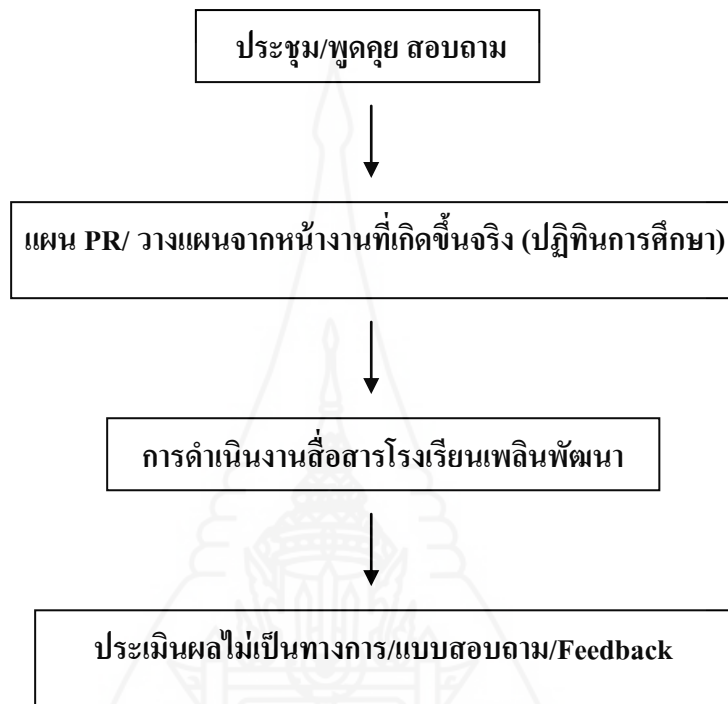
ทั้งนี้ ต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมสำหรับแต่ละเนื้อหา หรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในครั้งนั้นๆ และต้องพิจารณากลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นกัน เช่น การสื่อสารในเฟสบุ๊ก (Face book) จะสามารถสื่ออย่างรวดเร็ว เป็นการสื่อสารสองทาง และเหมาะสมกับพ่อแม่ผู้ปกครองช่วงชั้นอนุบาลที่ใช้เฟสบุ๊กมากที่สุด ในขณะที่ถ้าต้องการสื่อสารกับผู้ปกครองทั่วไปก็จะใช้จดหมายข่าวหรือเว็บไซต์ของโรงเรียน

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล

การประเมินผลของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา มีการประเมินสรุปผลการดำเนินงานประจำปีในช่วงปลายปีการศึกษาก่อนที่จะนำผลการประเมินไปวางแผนพัฒนาการสื่อสารในปีต่อไปและเป็นการประเมินทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานหรือกิจกรรม และเป็นการประเมินทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

“ในเรื่องการประเมินผล เป็นการประเมินจากงานหรือกิจกรรมย่อยๆลงไป แล้วเอามารวบรวม มีการประเมินสรุปผลการดำเนินงานประจำปีในช่วงปลายปีการศึกษานำเสนอต่อผู้บริหาร เช่น ในงานบางส่วนมีการตั้งเป้าหมายในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จดหมายข่าว ทุกๆ ปีจะมีการทำแบบสำรวจความคิดเห็น โดยทำเป็นแบบสอบถาม เพื่อประเมินว่าผู้ปกครองพึงพอใจในเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอไปหรือไม่ พร้อมให้เสนอแนะด้านต่างๆ เช่น ความถี่ ความยาวและเนื้อหาของข่าวสารที่ผู้ปกครองต้องการทราบ หรือในเชิงปริมาณ มีการประเมินว่าเป้าหมายที่จะจัดส่งจดหมายข่าวให้ผู้ปกครองทางอีเมลให้ได้มากขึ้นทุกๆปีในจำนวนที่ตั้งไว้สามารถทำได้จริงหรือไม่ หรือการจัดงาน Open house และการเยี่ยมชมโรงเรียนโดยครู นักศึกษาเป็นหมู่คณะ ในทุกครั้งที่จะมีการประเมินผลโดยให้ผู้ร่วมงานหรือผู้เยี่ยมชมตอบแบบประเมินผลการจัดงานสำหรับการประเมินอย่างไม่เป็นทางการ คือ การรับฟังความคิดเห็น (Feedback) จากผู้ปกครองซึ่งมีช่องทางหลากหลาย เช่น กล้องักลยามิตรฯ อีเมล โทรศัพท เฟสบุ๊ก (Face book)” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“ไม่ได้มีการประเมินอย่างเป็นทางการในสิ่งที่สื่อสารออกไปทุกครั้ง แต่จะมีในบางกิจกรรมที่มีการประเมินแบบสอบถามเพื่อใช้ในการปรับปรุงงานในครั้งต่อไป เช่น การจัดงาน Open house การรับคณะเยี่ยมชมศึกษาดูงาน” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)



ภาพที่ 4.1 แสดงขั้นตอนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนพัฒนา

ตอนที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบ ผสมผสาน

จากการวิจัยศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์พบว่าปัญหาแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนพัฒนากับการบริหารและการประสานงานภายในหน่วยงานซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การประชาสัมพันธ์โรงเรียนพัฒนากับการบริหารงาน

การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคน เงิน สิ่งของ และการจัดการ โดยครอบคลุมเรื่องต่างๆ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารที่เรียกว่า

4M ได้แก่ การบริหารคน (Man), การบริหารเงิน (Money), การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารงานทั่วไป (Management) ประกอบด้วย

2.1.1 คน (Man) ได้แก่ บุคลากรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะเรียกว่าส่วนสื่อสารองค์กรอัตรากำลังที่สามารถทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพจะมีทั้งหมด 4 คน มีการกำหนดขอบเขตหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน เช่น ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร- ดูแลการบริหาร การจัดการและพัฒนาส่วนงานสื่อสารองค์กรและการรับเรื่องเสนอแนะกัลยาณมิตร...คิดสร้างทำ เครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้ เป็นต้น

“ในมุมมองของคนทำงานประชาสัมพันธ์มีข่าวสารที่อยากจะสื่อสารอีกมากมายสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไปกับสิ่งที่คาดว่าผู้ปกครองภายในอยากรู้ สิ่งที่จะสื่อสารมีมาก แต่ฝ่ายสื่อสารองค์กรก็ไม่สามารถเข้าไปเก็บข่าวสารในห้องเรียนได้อาจจะมาจากอัตรากำลังคนของฝ่ายสื่อสารองค์กร” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“อัตรากำลังคนที่ไม่เพียงพอทำให้ไม่สามารถนำเสนอข่าวในแต่ละช่วงชั้นได้อย่างครบถ้วน จะเป็นเพียงเรื่องแจ้งเพื่อทราบ ข้อมูลทั่วไป เนื่องจากอัตรากำลังคนไม่เพียงพอและแต่ละคนจะมีหน้าที่ตนเองรับผิดชอบอยู่แล้ว อาจทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาทั้งภายในและภายนอก จะเป็นส่วนสื่อสารองค์กรเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบ ซึ่งมีหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมและเนื้อหาสาระในห้องเรียนที่มีประโยชน์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาโดยผ่านสื่อและช่องทางต่างๆอาจจะเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่น่าสนใจในการสร้างโอกาสในการแนะนำโรงเรียน

2.1.2 เงินทุน (Money) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์และเอื้ออำนวยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นแต่โรงเรียนเพลินพัฒนาไม่ได้มีการกำหนดงบประมาณไว้เป็นรายละเอียดที่แน่นอน มีนโยบายที่ชัดเจน คือ ไม่ซื้อสื่อ ใช้สื่อที่มีอย่างคุ้มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

“ทางฝ่ายบริหาร ไม่ได้มีการกำหนดมาให้อย่างชัดเจนแต่สิ่งหนึ่งที่ชัดเจนผู้บริหารให้นโยบายไว้คือ ไม่มีนโยบายซื้อสื่อโฆษณา ให้พยายามใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม คุ้มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“ส่วนสื่อสารองค์กรจะใช้สื่อที่มีอยู่ให้คุ้มค่า แต่ถ้าให้เสนอซื้อสื่อโทรทัศน์ น่าสนใจ แต่ราคาสูง โทรทัศน์การเข้าถึง อิมแพคส์กรายการมันได้นาน เห็นผล ถ้าได้งบประมาณมาทำก็จะดี” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

2.1.3 วัสดุอุปกรณ์สิ่งของ (Material) ได้แก่ วัสดุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆจากการศึกษาพบว่า โรงเรียนเพลินพัฒนามีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์มากมาย ซึ่งเป็นสื่อที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็นผู้จัดทำขึ้นเองและฝ่ายผลิตสื่อของโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นผู้ผลิต ได้แก่

1) จดหมายข่าวโรงเรียนเพลินพัฒนาทางฝ่ายสื่อสารองค์กรจะเป็นเขียนเรียบเรียงและจัดพิมพ์ขึ้นให้กับผู้ปกครองภายในโรงเรียนทุกช่วงชั้น จดหมายข่าวจะส่งให้ผู้ปกครองภายในสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

2) โทททัศน์ภายในโรงเรียน ส่วนสื่อสารองค์กร จะเป็นผู้พิจารณาเนื้อหาที่จะนำเสนอ

3) กำแพงข่าวเป็นสถานที่ในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียน คลอดคลุมในทุกด้านไม่ว่าจะเป็น ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรม ผลงานนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นหรือการแจ้งการสัมมนาอบรมใดๆที่ทางโรงเรียนได้จัดขึ้น ฝ่ายสื่อสารองค์กรจะสามารถนำข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่สามารถนำมาคิดที่กำแพงข่าวได้ ซึ่งกำแพงข่าวเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ได้อีกช่องทางหนึ่ง

4) ก่อถ่วงถักยามมิตร...คิดสร้างทำ ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ เป็นกล่องที่รับเรื่องเสนอแนะจากผู้ปกครองภายในเป็นช่องทางในการให้ผู้ปกครองได้ feed back

5) Internet ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็น Super use ในการอัปโหลดดูแลเนื้อหา (content manager) ข้อมูลที่น่าสนใจของโรงเรียน อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ บทความการจัดการความรู้ ของส่วนงานการจัดการความรู้ www.plearnpattana.com

6) เฟสบุ๊ค (Face book) เป็นสื่อใหม่ที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรได้นำมาใช้เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา ฝ่ายสื่อสารจะเป็นผู้ดูแลตรวจสอบ คัดกรองผู้ที่เข้ามาใช้และฝ่ายสื่อสารองค์กรจะเป็นผู้ตอบปัญหาให้กับผู้ปกครอง (Face book) เท่ากับเป็นกำแพงข่าวอิเล็กทรอนิกส์

7) การจัดกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ เช่น งานกีฬาสี่แดงชาด เทศกาลลมข่าวเบาเงาเดือนเพ็ญและวันสำคัญต่างๆ

8) สื่อบุคคล แบ่งเป็นภายในจะเป็นครูบุคลากรทางการศึกษา นักเรียนภายนอกผู้ปกครองภายนอกและกลุ่มประชาชนที่สนใจการเรียนการสอนโรงเรียนทางเลือก ทั้งนี้ฝ่ายสื่อสารองค์กรจะให้ความสำคัญกับผู้ปกครองภายในเป็นลำดับแรก

เนื่องจากโรงเรียนเพลินพัฒนามีสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายประเภท ดังนั้น จึงมีวัสดุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มากมาย ซึ่งได้แก่ จดหมายข่าว ไปสเตอร์ โทททัศน์

ภายในโรงเรียนเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก (Face book) วัตถุประสงค์หลักเหล่านี้ก็ส่วนสื่อสารองค์กรและฝ่ายผลิตคือเป็นผู้ผลิตขึ้น

“สื่อที่ใช้จะมีจดหมายข่าวที่ให้ผู้ปกครองเป็นกระดาดและส่งทางอีเมลก็มี กำแพงข่าว กล้องกล้องยามมิตร...คิดสร้างทำเฟสบุ๊ก (Face book) ทำการทำงานได้รวดเร็วขึ้นไม่มีต้นทุนในการผลิต สามารถนำข้อมูลข่าวสารอัพโหลดขึ้นเฟสบุ๊ก (Face book) ได้ทันทีและสามารถตอบข้อสงสัย ข้อซักถามจากผู้ปกครองได้อย่างรวดเร็วแล้ว ในเรื่องอุปกรณ์ เทคโนโลยี ไม่ได้เป็นอุปสรรคมากขนาดนั้นแต่ในบางครั้งฝ่ายสื่อล่าช้าผลงานที่ออกมาไม่ได้สวยงามอย่างต้องการ” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“สื่อที่เป็นทางการจริงๆจะเป็นจดหมายข่าวซึ่งจะเป็นการรวมเรื่องทุกเรื่องที่สำคัญจำเป็นต้องแจ้งให้ผู้ปกครองทราบ การใช้สื่อประเภทใหม่อย่างเช่น เฟสบุ๊ก (Face book) ในแต่ละครั้งไม่ได้มีการสอบถามความต้องการจากผู้ปกครองเกี่ยวกับเรื่องการใช้สื่อส่วนใหญ่จะเป็นการสอบถามว่าผู้ปกครองต้องการรู้เรื่องอะไร ไม่ได้มีการสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ การเลือกใช้สื่อจะเป็นการตัดสินใจกันในฝ่ายสื่อสารองค์กรมากกว่า เฟสบุ๊ก (Face book) ก็เป็นการปรับตามสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไป” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

2.1.4 ด้านการจัดการ (Management) การจัดการนับว่ามีความสำคัญและมีผลต่อความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก แม้จะมีทั้งคน เงินและวัสดุอุปกรณ์พร้อม แต่หากการจัดการไม่ดีก็ไม่อาจนำมาซึ่งความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ แต่หากสามารถบริหารจัดการได้ดีก็อาจจะทำให้งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนามีประสิทธิภาพ

“ในส่วนของผู้บริหาร โรงเรียนจะให้นโยบายหลักๆในส่วนการจัดการวางแผนจะเป็นหน้าที่ของส่วนสื่อสารองค์กรที่จะดำเนินการวางแผนแล้วมานำเสนอกัน จากนั้นจะเป็นประชุมกันอีกครั้งว่าแผนการที่ได้ดำเนินการไปแล้วเป็นอย่างไรมีปัญหาติดขัดตรงไหนอย่างไรบ้างสิ่งที่ทำแล้วอะไรบ้างที่เป็นไปตามเป้าหมายและส่วนสื่อสารองค์กรต้องการสนับสนุนด้านอะไรบ้างเป็นการสอบถามมากกว่าส่วนสื่อสารองค์กรจะอยู่ภายใต้บังคับบัญชาของผู้บริหารโรงเรียนเพลินพัฒนา ในด้านการจัดการจะเป็นในแง่มุมมองของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ส่วนสื่อสารองค์กรสามารถนำเสนอสิ่งต่างๆที่ทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนก้าวหน้าก็ได้หรือฝ่ายบริหารได้นำเสนอแลกเปลี่ยนว่าในขณะนี้โรงเรียนเพลินพัฒนามีเครือข่ายอะไรเพิ่มเติมที่สามารถจะเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร โรงเรียนเพลินพัฒนาได้ก็นำมาแลกเปลี่ยนกันเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้” (รองผู้อำนวยการสำนักอำนวยการกรรมการและกรรมการบริหาร โรงเรียนเพลินพัฒนา, 2554)

“ในด้านการจัดการถือว่าส่วนสื่อสารองค์กรได้บริหารจัดการ โดยมีการแบ่งหน้าที่ขอบเขตงานอย่างชัดเจนว่าใครทำอะไรและรับผิดชอบในเรื่องอะไรบ้าง แต่ด้วยส่วนสื่อสารองค์กรมีปัญหาเรื่องอัตรากำลังคน ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการหน่วยงานของแต่ละคนใหม่ด้วยเช่นกัน นอกจากนั้นในทีมส่วนสื่อสารองค์กรจะมีการประชุมทีมกันเป็นประจำอยู่แล้วว่า ณ ตอนนี้หน่วยงานแต่ละคนเป็นอย่างไรบ้าง” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

2.2 การประสานงานภายในหน่วยงาน

การประสานงานภายใน เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา ถึงแม้ว่าส่วนสื่อสารองค์กรจะมีโครงสร้างหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน แต่ครูและบุคลากรทางการศึกษา ก็มีหน้าที่ขอบเขตการทำงานของตนเอง ทำให้ไม่ได้เห็นความสำคัญของการทำงานของส่วนสื่อสารองค์กรเท่าที่ควรเพราะไม่ได้เห็นว่างานประชาสัมพันธ์จะเป็นการลดภาระงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา

แนวทางการแก้ไขต้องปรับทัศนคติของครูและบุคลากรทางการศึกษาหรือเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ว่าสามารถลดภาระงานและสนับสนุนงานของตนเองและของช่วงชั้น

“มาจากอัตรากำลังคนของฝ่ายสื่อสารองค์กรด้วยและความร่วมมือร่วมใจจากหลายๆฝ่ายในโรงเรียนอาจจะเป็นเพราะหน้าที่แตกต่างกัน อย่างหน้าที่ของคุณครูหน้างานการเรียนการสอนสำคัญกว่าหน้างานประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว เพราะถ้าครูกิดว่างานประชาสัมพันธ์คืองานสนับสนุนหน้างานลดภาระงานของคุณครู โดยเมื่อมีข้อสงสัยต่างๆจากผู้ปกครอง คุณครูไม่ต้องมาอธิบายรายละเอียดส่วนสื่อสารองค์กรจะดำเนินการแทนคุณครูในการตอบคำถามจากผู้ปกครอง ในส่วน ฝ่ายงานผลิตสื่อมีบ้างที่ทำงานล่าช้าไม่ได้สวยงามอย่างที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรต้องการก็เป็นปัญหาต่องานประชาสัมพันธ์เช่นกัน” (ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

“ปัญหาและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์จะเป็นเรื่องอัตรากำลังและการทำประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงลึกอย่างข้อมูลเชิงวิชาการที่ละเอียดอ่อนมากจะต้องใช้ความร่วมมือของทุกๆส่วนงาน เพราะบางข้อมูลเพราะบางหลายๆคนทำงานก็ไม่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจ ทุกช่วงชั้นและบุคลากรภายในต้องให้ความร่วมมือ เช่น เรื่องเล่าจากห้องเรียนช่วงชั้นอยากนำเสนอให้ผู้ปกครองภายในได้รับทราบก็สามารถแจ้งมาทางส่วนสื่อสารองค์กรให้ช่วยลงข่าวเขียนข่าวก็ได้” (เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร, 2554)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบ ผสมผสาน

ความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาในส่วนของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา จากการทำสนทนากลุ่ม(Focus group) กับสมาชิกสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา (สศ.) และสัมภาษณ์ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

3.1 ส่วนสื่อสารองค์กรขาดการสำรวจความต้องการของผู้ปกครองภายในโรงเรียน เพลินพัฒนา

จากการที่ไม่ได้สำรวจความต้องการของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนาว่ามีความต้องการในเรื่องอะไรบ้างต้องรับรู้ข่าวสารด้านใดบ้างในเมื่อไม่มีการสำรวจทำให้สิ่งที่นำเสนอในงานประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ก็ไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครอง

“การสื่อสารระหว่างบ้านกับโรงเรียนอาจจะไม่ชัดเจนเท่าที่ควรทำให้ผลที่ตามมาคือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองได้ทางโรงเรียนไม่ทราบถึงความกังวลของผู้ปกครองตามช่วงเวลา อย่างเช่นการเปลี่ยนช่วงชั้นความแตกต่างของการเรียนการสอนในแต่ละช่วงชั้น ตนเองคิดว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องทำให้เกิดความเข้าใจ ความกระจำ ความไม่เข้าใจของผู้ปกครองจะเกิดขึ้นอยู่ตลอด บางครั้งก็เป็นในเรื่องเดิมๆเป็นรุ่นๆ อย่างเช่น การเรียนการสอนของมัธยม ผู้ปกครองเกิดความสงสัยไม่มั่นใจว่ามัธยมจะมีการเรียนการสอนอย่างไร เพราะฉะนั้นฝ่ายสื่อสารองค์กรจะต้องทำประชาสัมพันธ์พื้นที่เกี่ยวกับเรื่องนี้เพื่อสร้างความมั่นใจ ความเข้าใจให้กับผู้ปกครองในระดับประถมปลาย ” (ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา, 2554)

“การทำประชาสัมพันธ์ของส่วนสื่อสารองค์กรควรจะเป็นในลักษณะเชิงรุก และต้องคาดเดาประเด็น ข้อสงสัย ของผู้ปกครองให้ได้ว่าผู้ปกครองมีความกังวลเรื่องอะไรและก็นำเสนอในเรื่องนั้น มองสิ่งที่จะเกิดปัญหาให้ได้ โดยนำเสนอข่าวเชิงรุกไปเลย ควรจะมีการบันทึกประเด็นปัญหาที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรพอเจอบ่อยๆแล้วเก็บบันทึกเป็นฐานข้อมูลไว้ อันที่จริงนำปฏิทินการศึกษามาใช้จะดีมากและควรใช้ฝ่ายสื่อสารองค์กรต้องรู้จักผู้ปกครองมากกว่านี้เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของผู้ปกครองว่าอยากจะทราบและมีความกังวลเรื่องอะไร การเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ควรจะมีการซ้ำย้ำทวนกันเพื่อให้เกิดความถี่เกิดการรับรู้และเข้าใจ เช่นจะมีการเปลี่ยนช่วงชั้นผู้ปกครองประถมปลายไม่รู้เกี่ยวกับการเรียนการสอนของช่วงชั้นมัธยม ฝ่ายสื่อสารองค์กรก็ควรที่จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับมัธยมให้ผู้ปกครองได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง ว่านักเรียนช่วงชั้นมัธยมมีการเรียนการสอนอย่างไร ผลงานนักเรียนมีอะไรบ้างก็นำมาเสนอ อย่างคาดหวังว่า

แค่มีopen house เพียงแค่ครั้งเดียว ผู้ปกครองจะเข้าใจและมั่นใจ ” (ประธานสภาองค์กรครอบครัว เพลินพัฒนา, 2554)

3.2 เนื้อหาที่นำเสนอ

ในส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอควรจะลงรายละเอียดมากกว่าเดิมที่นำเสนอเนื้อหาเป็นการรายงานแจ้งเพื่อทราบเท่านั้น โดยการนำเสนอเนื้อหาอาจจะเป็นการเรียนการสอน หลักสูตร ความคืบหน้าด้านวิชาการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชั้น ซึ่งเนื้อหาจะต้องครอบคลุมทุก ช่วงชั้นและส่วนสื่อสารองค์กรควรจะต้องคาดเดาปัญหาหรือคำถามของผู้ปกครองไว้และนำเสนอ เนื้อหาที่ไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันการปัญหาที่จะเกิดขึ้นสำหรับรอบระยะเวลาที่เผยแพร่ เนื้อหาข้อมูลให้ผู้ปกครองรับทราบอยู่ในระดับที่พอใจ

“เนื้อหาที่นำเสนอจดหมายข่าวตอนนี้จะเป็นการแจ้งเพื่อทราบและข่าวคราวความ เคลื่อนไหวภายในโรงเรียนจะเป็นเรื่องทั่วไป ฝ่ายสื่อสารองค์กรสามารถนำปฏิทินการศึกษามาใช้ เพราะ ช่วงเวลาในปฏิทินจะเป็นตัวกำหนดข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ได้จะเป็นการดีถ้าฝ่ายสื่อสาร องค์กรทำงานร่วมกับสภาครอบครัว” (ประธานสภาองค์กรครอบครัว เพลินพัฒนา, 2554)

“การแจ้งข่าวสาร เนื้อหาข้อมูลที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรนำเสนอ อย่างเช่น จดหมายข่าว ถือว่ามีข่าวสารครอบคลุมทุกช่วงชั้นแต่ไม่ได้ลงลึกในรายละเอียดในแต่ละเรื่องเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่องแจ้งเพื่อทราบมากกว่าว่าโรงเรียนมีกิจกรรมอะไรบ้างที่เกิดขึ้นแล้วกิจกรรมที่กำลังจะ เกิด ข่าวเกี่ยวกับด้านวิชาการ การเรียนการสอนก็มีบ้างแต่ก็ไม่ได้ลงลึกในรายละเอียด จำนวนสื่อที่ ส่วนสื่อสารองค์กรใช้มีเพียงพอแต่ควรใช้ให้เหมาะกับผู้รับสาร การนำเสนอควรทำให้น่าสนใจ และใช้สื่อที่โรงเรียนมีให้คุ้มค่า ควรนำปฏิทินโรงเรียนมาใช้แล้วนำเสนอตามช่วงเวลาในปฏิทินก็ จะดี ส่วนสื่อสารองค์กรควรคาดเดาปัญหาข้อสงสัยของผู้ปกครองให้ได้แล้วนำเสนอก่อนที่ ผู้ปกครองจะมีปัญหา”(สมาชิกสภาองค์กรครอบครัว เพลินพัฒนา, 2554)

3.3 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสาร

ผู้ปกครองมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้เพื่อเป็น เครื่องในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับ โรงเรียนสื่อ ประชาสัมพันธ์และช่องทางที่โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้ คือ จดหมายข่าว ไปสเตอร์สำหรับติดกำแพง ข่าว โทรทัศน์ภายในโรงเรียน เว็บไซต์ เฟสบุ๊ค (Face book) ส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แต่สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกใช้และ ช่องทางการสื่อสารที่ส่วนสื่อสารองค์กรใช้ควรเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้ชีวิตหรือว่า เลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ช่องทางในการ ปฏิบัติการตอบกลับ เพียงพอแล้วแต่การดำเนินการหลังจากส่วนสื่อสารองค์กรได้รับปฏิกริยาตอบ

กลับ (Feed back) ไปแล้วส่วนสื่อสารองค์กรควรจะรายงานหรือแจ้งให้ทราบว่าได้ดำเนินการในเรื่องนี้แล้วเป็นอย่างไรหรือแจ้งให้ทราบว่าเป็นเรื่องที่ได้รับแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้วโดยต้องติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง และจะต้องรับฟังความคิดเห็นและปฏิกิริยาตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายด้วย นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพิจารณาปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมแผนงานต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

“สื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนาคืออยู่แล้วแต่อยากให้ใช้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดอย่างผลงานของนักเรียนเรื่องเกี่ยวกับวิชาการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นก็สามารถนำมาเสนอผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ก็ได้ นำเสนอบ่อยๆ ช่องทางการสื่อสารมีเพียงพอแล้ว กำแพงข่าวดีมากเลยก็นำมาใช้ให้คุ้มค่า” (ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา, 2554)

“การใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารของโรงเรียน มีความพอใจแต่อยากให้ฝ่ายสื่อสารองค์กรใช้สื่อที่โรงเรียนมีให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด คิดว่าจำนวนสื่อและชนิดของสื่อที่โรงเรียนมีค่อนข้างหลากหลาย เพียงพอแล้ว แต่อยากให้ใช้สื่อและช่องทางให้เหมาะสมกับผู้ปกครองในแต่ละช่วงชั้น ฝ่ายสื่อสารองค์กรอาจจะมีแบบสอบถามหรือแบบสำรวจถามผู้ปกครองทั้งเรื่องการใช้สื่อหรือปัญหาที่ผู้ปกครองถามบ่อยๆ แล้วฝ่ายสื่อสารองค์กรก็เก็บไว้เป็นฐานข้อมูล เพราะบางทีอาจจะเป็นปัญหาในเรื่องเดิม เช่น เรื่องอาหารของนักเรียนหรือเรื่องการเรียนรู้การสอนในส่วนการนำเสนอควรทำให้น่าสนใจ ดึงดูด หมายถึงวิธีการ เช่น กำแพงข่าวเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ดีมาก ควรใส่หรือทำให้น่าอ่าน อาจจะใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยก็ได้” (สมาชิกสภาครอบครัว, 2554)

“เรื่อง Feed back มีเพียงพออยู่แล้วแต่อยากให้สื่อสารองค์กรจัดการกับ Feed back ที่ได้รับจากผู้ปกครองดีกว่า แต่ช่องทาง Feed back หรือข้อสงสัย ปัญหาต่างๆ ถ้าแจ้งทางเฟสบุ๊ค (Face book) ก็จะได้รับคำตอบเร็วที่สุดแต่ผู้ปกครองก็ไม่ได้ใช้กันทุกคนบางคนก็ใช้เขียนเป็นเอกสารก็แล้วแต่พฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีลูกเรียนในแต่ละช่วงชั้น”(ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา, 2554)

“เมื่อมีข้อสงสัย มีปัญหาแล้ว (Feed back) ไปแล้วอยากให้ทางโรงเรียนหรือส่วนสื่อสารองค์กรรายงานหรือแจ้งว่าเรื่องที่ได้รับแจ้งจากทางผู้ปกครอง (Feed back) ไปตอนนี้เรื่องถึงไหนอย่างไรแล้ว อยากให้เพิ่มตรงส่วนนี้ ไม่ใช่สอบถามไปแล้ว โรงเรียนไม่มีการตอบกลับหรือเงียบไปเลยก็จะไม่เป็นผลดีต่อทั้งสองฝ่ายเพราะทางโรงเรียนหรือส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้ให้คำตอบ ผู้ปกครองก็จะไปจัดการกันเอง หรือพูดกันปากต่อปาก ตรงส่วนนี้จะเกิดความเข้าใจผิดกัน

ได้ อยากรให้ฝ่ายสื่อสารองค์กรควรทำงานร่วมกับสภาครอบครัว” (สมาชิกสภาองค์กรครอบครัว
เพลินพัฒนา, 2554)



บทที่ 5

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน” จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ศึกษาถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์และศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารโรงเรียนเพลินพัฒนา ได้แก่ รองผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนา บุคลากรส่วนสื่อสารองค์กร สัมภาษณ์ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนาและการสัมภาษณ์แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ เว็บไซต์ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพลินพัฒนา ได้แก่ คู่มือนักเรียน จดหมายข่าว เอกสารการอบรม รวมไปถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โทรทัศน์ภายในโรงเรียน นิตยสาร เพื่อรวบรวมและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

1.1.1 การการวิจัย-รับฟัง ส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขั้นตอนหนึ่งเนื่องจากขั้นตอนนี้จะทำให้สามารถทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้เป็นอย่างดี เพื่อนำไปเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อ ๆ ไปในปีก่อนๆ ส่วนสื่อสารองค์กรได้มีการทำวิจัยเรื่องการปฏิบัติงานของโรงเรียนในด้านต่างๆ และได้เคยมีการทำวิจัยในหัวข้อการสื่อสารด้วย แต่ต่อมากายหลังไม่ได้มีการวิจัยแบบเต็มรูปแบบ

1.1.2 การวางแผนของโรงเรียนเพลินพัฒนา จะมีการประชุมเป็นประจำอยู่ซึ่งเรียกว่าคณะทำงานด้านการปฏิบัติงานของโรงเรียนเพลินพัฒนา และดำเนินการประชุมเพื่อเตรียม

ตัวในทุกครั้งที่เริ่มปีการศึกษา ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการปฐมนิเทศและรับผิดชอบในการจัดทำเรียบเรียงคู่มือของนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นของโรงเรียนเพลินพัฒนา นอกจากนี้ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องเก็บข้อมูลของการนำเสนอของผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนาจากการปฐมนิเทศว่าชี้แจงสิ่งใดให้กับผู้ปกครองทราบ จากนั้นส่วนสื่อสารองค์กรจะนำสิ่งที่ผู้อำนวยการโรงเรียนได้แถลงต่อผู้ปกครองมาใช้เป็นเนื้อหาแกนหลักในการการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล ตลอดทั้งปีการศึกษา โดยการผ่านสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา

1.1.3 การดำเนินงานสื่อสารของโรงเรียนเพลินพัฒนา มีเกณฑ์ในการเลือกนำเสนอเนื้อหาการสื่อสาร โดยส่วนสื่อสารองค์กรจะพิจารณาว่าประเด็นใดเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรทราบและในขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาถึงเนื้อหาที่ผู้ปกครองต้องการทราบด้วยและควรนำเสนออย่างไรให้เข้าถึงผู้ปกครองได้มากและมีประสิทธิภาพที่สุด เนื้อหาที่นำเสนอควรจะลงรายละเอียดมากกว่าเดิม ซึ่งเนื้อหาจะต้องครอบคลุมทุกช่วงชั้น และส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องคาดเดาปัญหาหรือคำถามของผู้ปกครองไว้และนำเสนอเนื้อหาที่ไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันการปัญหาที่จะเกิดขึ้น

1.1.4 การประเมินผลของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา ในช่วงกลางปีการศึกษาจะมีการสอบถามจากฝ่ายบริหารโรงเรียนว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาพบปัญหาอุปสรรคอะไรบ้างและต้องการสนับสนุนในด้านใดบ้างก็สามารถนำเสนอได้ และมีการประเมินสรุปผลการดำเนินงานประจำปีในช่วงปลายปีการศึกษา ก่อนที่จะนำผลการประเมินไปวางแผนพัฒนาการสื่อสารในปีต่อไป และเป็นการประเมินทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานหรือกิจกรรม และเป็นการประเมินทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

1.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

1.2.1 คน (Man) ส่วนสื่อสารองค์กรขาดอัตรากำลังในด้านบุคลากรเขียนเพื่อสื่อสารในทุกช่องทาง การถ่ายภาพ การประมวลความรู้ ทำให้ไม่สามารถนำเสนอข่าวในแต่ละช่วงชั้นได้อย่างครบถ้วน จะเป็นเพียงเรื่องแจ้งเพื่อทราบ ข้อมูลต่างๆไป แต่ก็สามารถแก้ปัญหาโดยการขอความร่วมมือจากช่วงชั้นต่างๆ ให้ช่วยส่งข่าวและแจ้งกิจกรรมที่จะเกิดในแต่ละช่วงชั้นให้สื่อสารองค์กรได้รับทราบ

1.2.2 เงินทุน (Money) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์และผู้อำนวยการดำเนินการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น แต่โรงเรียนเพลินพัฒนาไม่ได้มีการกำหนดงบประมาณไว้เป็นรายละเอียดที่แน่นอน มีนโยบายที่ชัดเจน คือ ไม่ซื้อสื่อ และใช้สื่อที่มีอยู่ให้คุ้มค่า

1.2.3 วัสดุสิ่งของ (Material) วัสดุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าโรงเรียนเพลินพัฒนามีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์มากมาย ซึ่งเป็นสื่อที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็นผู้จัดทำขึ้นเองและฝ่ายผลิตสื่อของโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นผู้ผลิต

1.2.4 การจัดการ (Management) ส่วนสื่อสารองค์กรได้บริหารจัดการที่ดี โดยมีการแบ่งหน้าที่ขอบเขตงานอย่างชัดเจนว่าใครทำอะไรและรับผิดชอบในเรื่องอะไรบ้าง

1.2.5 การประสานงานภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แต่ครูและบุคลากรทางการศึกษา ไม่ได้เห็นความสำคัญของการทำงานของส่วนสื่อสารองค์กรเพราะไม่ได้เห็นว่างานประชาสัมพันธ์จะเป็นการลดหน้างานของครูและบุคลากรทางการศึกษาลงในเรื่องเกี่ยวกับการที่จะต้องตอบคำถามจากผู้ปกครองหรือข้อมูลเกี่ยวกับด้านวิชาการที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนจะต้องใช้ความร่วมมือของทุกๆ ส่วนงาน แนวทางการแก้ไขต้องปรับทัศนคติของครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ว่าสามารถลดหน้างานและสนับสนุนงานของตนเองและของช่วงชั้น

1.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

1.3.1 ส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้สำรวจความต้องการของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา ว่ามีความต้องการทราบ หรือรับรู้ ข่าวสารด้านใดบ้าง ในเมื่อไม่มีการสำรวจทำให้สิ่งที่ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครอง

1.3.2 ผู้ปกครองมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนเพลินพัฒนา ใช้เป็นเครื่องในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับโรงเรียนเพลินพัฒนา โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ได้แก่ จดหมายข่าวโรงเรียนเพลินพัฒนา โทรทัศน์ภายในโรงเรียน กำแพงข่าว กล้องกลายตามิตร...คิดสร้างทำ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก(Facebook) สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ คู่มือนักเรียน การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) วิดีทัศน์แนะนำโรงเรียน และวีดิทัศน์การเรียนรู้ต่างๆ โทรทัศน์วงจรปิดในร้านซีเอ็ด บুক (SE-ED BOOK) โดยสื่อที่ถือว่าเป็นสื่อสำคัญและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สูงสุด คือจดหมายข่าวโรงเรียนเพลินพัฒนา สิ่งที่ควรคำนึงถึงคือการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสาร ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้ชีวิตหรือว่าเลือกใช้ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.3.3 โรงเรียนเพลินพัฒนา มีช่องทางปฏิริยาตอบกลับ (Feed back) หลากหลายและเพียงพอ แล้วแต่การดำเนินการหลังจากส่วนสื่อสารองค์กรได้รับปฏิริยาตอบกลับ (Feed back) ไปแล้ว ทางส่วนสื่อสารองค์กรควรจะรายงานหรือแจ้งให้ทราบว่าได้ดำเนินการในเรื่องนี้เป็น

อย่างไรแล้วและอยู่ในขั้นตอนใดหรือแจ้งให้ทราบว่า เรื่องที่ได้รับ (Feed back) ได้ดำเนินการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อย

2. อภิปรายผล

2.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ในการศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาใช้แนวคิดของ สก็อต เอ็ม คัตลิป และ อัลเลน เอ็ช เซ็นเตอร์ (Scott M. Cutluip and Aller, 1978) กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพไว้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย – การรับฟัง (Research-Listening)

จากผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นโรงเรียนเอกชน มีการกำหนดแนวคิดของโรงเรียน วิสัยทัศน์และ ค่านิยมหลักมาสู่การกำหนดแผนและแผนปฏิบัติการ ส่วนใหญ่เป็นการกำหนดตามหน่วยงานบังคับบัญชา การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นแบบสอบถามง่ายๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองเฉพาะเรื่อง กระบวนการประชาสัมพันธ์ การวิจัย-รับฟังเป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ เป็นการสำรวจหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่เผชิญอยู่ เป็นการค้นหาข้อเท็จจริงจากข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ วิจัย การรับฟังความคิดเห็นการตรวจสอบกระแสประชามติ ทักษะคิดและปฏิภริยาของประชาชนที่เกี่ยวข้องต่อการปฏิบัติงานขององค์กร เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยและรับฟัง ซึ่งส่วนสื่อสารองค์กรควรให้ความสำคัญในกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะขั้นตอนแรกการวิจัย-รับฟังเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากเพราะถ้าการวิจัย-รับฟังและสำรวจมาจากกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงจะทำให้ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการประชาสัมพันธ์ก็จะดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องเช่นเดียวกันแต่ทางด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาไม่มีการวิจัยอย่างเป็นทางการการดำเนินงานของส่วนสื่อสารองค์กร จะนำข้อมูลและนโยบายหลักจากทางผู้อำนวยการ โรงเรียนเพลินพัฒนา นอกจากนั้นถ้ามีการสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นแบบสอบถามง่ายๆเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ปกครองเฉพาะเรื่อง การวิจัย-รับฟังจะเป็นแบบไม่เป็นทางการ การรับฟังจะตรวจสอบจากผลสะท้อนกลับ(Feedback) ความคิดเห็น จากผู้ปกครองแบบไม่เป็นทางการ ส่งผลให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้มาจากการวิจัย ส่งผลให้ กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครอง

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning – Decision Making)

จากผลการวิจัยพบว่า การวางแผน ของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะมีการประชุมเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อติดตามความก้าวหน้าของแต่ละฝ่าย และมีการประชุมใหญ่ที่เป็นคณะทำงานด้านการปฏิบัติงานของโรงเรียนเพลินพัฒนา (คปร.) จะดำเนินการประชุมเพื่อเตรียมตัวในทุกครั้งที่เริ่มปีการศึกษา เป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายของโรงเรียนจะต้องเตรียมพร้อมในการนำเสนอแนวทาง ทิศทางของโรงเรียนเพลินพัฒนา ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดปฐมนิเทศในส่วนรับผิดชอบการจัดทำ เรียบเรียงคู่มือของนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นของโรงเรียนเพลินพัฒนาเพื่อแจกให้กับผู้ปกครองที่เข้ารับฟังปฐมนิเทศของทุกช่วงชั้น

นอกจากนี้ฝ่ายสื่อสารองค์กรจะต้องเก็บข้อมูลของการนำเสนอ ของผู้บริหารโรงเรียนเพลินพัฒนาจากการปฐมนิเทศว่าจะชี้แจงสิ่งใดให้กับผู้ปกครองทราบ ส่วนสื่อสารองค์กรจะนำสิ่งที่ผู้อำนวยการโรงเรียนได้บอกกล่าวแก่ผู้ปกครองมาทำการเผยแพร่ ข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อและช่องทางของโรงเรียนเพลินพัฒนา เพื่อเป็นการเน้นย้ำแนวทางของนโยบายของโรงเรียนเพลินพัฒนา โดยส่วนสื่อสารองค์กรเมื่อได้รับนโยบายจากผู้อำนวยการโรงเรียนก็จะนำนโยบายที่ได้รับมาวางแผนกับทีมสื่อสารองค์กร จากนั้นจะต้องนำเสนอผู้อำนวยการโรงเรียนว่าตลอดปีการศึกษา ส่วนสื่อสารองค์กรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์อะไรบ้าง สิ่งที่จะเผยแพร่ต่อผู้ปกครองภายในโรงเรียน ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กรสามารถตัดสินใจดำเนินการได้ แต่สิ่งที่เผยแพร่ต่อประชาชนภายนอกจะต้องได้รับการตรวจสอบและตัดสินใจจากผู้อำนวยการ ซึ่งจะพิจารณาเป็นวาระไป

จากขั้นตอนการวิจัย- รับฟังในขั้นตอนแรกนำผลที่ได้มาประมวลเป็นข้อมูลและนำมาวางแผนและตัดสินใจ จากนั้นมากำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ให้มีความสอดคล้องต่อเนื่องของกิจกรรมต่าง ๆ กับระยะเวลาและรายละเอียดอื่นๆ ที่เหมาะสม การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ถึงแม้ว่าทางผู้บริหารโรงเรียนไม่มีนโยบายซื้อสื่อ แต่ให้ใช้สื่อที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ซึ่งเป็นเรื่องที่เขาใจว่า เหตุผลที่ทางผู้บริหารมีนโยบายเช่นนี้เพราะ โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นโรงเรียนแนวทางเลือกผู้ปกครองที่นำบุตรหลานมาเรียนต้องมีแนวความคิดและทิศทางเดียวกับโรงเรียนเพลินพัฒนา ซึ่งก็เป็นเหตุผลที่ไม่มีทางเลือกจำเป็นต้องซื้อสื่อ สื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนามีก็มีเพียงพอและสื่อที่ส่วนสื่อสารองค์กรให้ความสำคัญมาก นั่นก็คือ สื่อบุคคล ส่วนสื่อสารองค์กรควรจะให้มีความสำคัญกับสื่อบุคคลอย่างแท้จริงและเห็นว่าคุณค่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์จริงๆ สื่อสารองค์กรจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจแนวทางการเรียนการสอนในแบบโรงเรียนเพลินพัฒนาให้ผู้ปกครองเข้าใจให้มากที่สุด เพราะผู้ปกครองจะเป็นสื่อบุคคล เป็นกระบอกเสียงที่ดีในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนเพลินพัฒนา

ในขั้นตอนที่ 2 การวางแผนเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยและรับฟังมากำหนด วัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้องต่อเนื่องของ กิจกรรมต่างๆกับระยะเวลาและรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ใน ขั้นตอนนี้ มีองค์ประกอบที่จะนำมาใช้ในการวางแผนได้แก่

การกำหนดวัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา จะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ส่วนแรกจะเป็นการนำนโยบายที่ได้รับจากผู้อำนวยการโรงเรียนนำมาเป็น วัตถุประสงค์หลักของการประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น ในวันปฐมนิเทศ ผู้อำนวยการชี้แจงเรื่อง 3 ทักษะที่นักเรียนโรงเรียนเพลินพัฒนาจะต้องมี ทักษะชีวิต ทักษะด้านความรู้และทักษะการทำงาน เป็นสิ่งที่ต้องทำให้ผู้ปกครองมีความเข้าใจใน 3 ทักษะ ส่วนสื่อสารองค์กรจะนำทักษะทั้งหมดมา นำเสนอผ่านสื่อต่างๆของโรงเรียนเพลินพัฒนา ส่วนที่สองจะเป็นการประชาสัมพันธ์ตามกิจกรรม ที่เกิดขึ้นจริง เป็นไปตามระยะเวลา ปฏิทินการศึกษาว่าในช่วงระยะเวลาี้จะต้องเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสารด้านใด ยกตัวอย่างเช่น งานกีฬาสีแดงชาด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่โรงเรียนเพลินพัฒนาจัดขึ้นเป็น ประจำทุกปี

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของขั้นตอนการวางแผน การตัดสินใจ การศึกษา กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมลักษณะต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้วางแผนประชาสัมพันธ์ตัดสินใจในการกำหนด ประเภทของสื่อ และชนิดของสื่อที่จะใช้ในขั้นตอนต่อไปอย่างถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้มากยิ่งขึ้น

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนเพลินพัฒนาจะแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก จะเป็นผู้ปกครองภายในโรงเรียนรองลงมาคือผู้ปกครองภายนอกประชาชนที่สนใจแนวทางการ เรียนการสอนในแบบโรงเรียนทางเลือก รวมถึงนักการศึกษาและสื่อมวลชน

การกำหนดกิจกรรมและสื่อ

สื่อแต่ละประเภท กิจกรรมแต่ละชนิดก็มีคุณลักษณะ คุณสมบัติ ข้อดีข้อเสีย แตกต่างกันไป การจะตัดสินใจเลือกสื่อแต่ละประเภทหรือกิจกรรมแต่ละชนิดจึงมีประเด็น สำคัญที่ต้องคำนึงและนำมาวิเคราะห์ในการตัดสินใจเลือก คือ กลุ่มเป้าหมายคือใคร ผู้วางแผนงาน ประชาสัมพันธ์จะต้องนำเอากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะส่งสารออกไปถึง มาวิเคราะห์อย่างละเอียด เกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขา กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน จะนำมาช่วยในการตัดสินใจเลือกสื่อและ กำหนดกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สารที่ต้องการจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายคืออะไร มี ลักษณะอย่างไร ลักษณะของสารที่ต้องการจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายก็เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่

ต้องนำมาวิเคราะห์ในการกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ โดยต้องพิจารณาจากเนื้อหาของสารว่าเป็นเนื้อหาประเภทใด จำเป็นต้องมีภาพประกอบหรือไม่ จำเป็นต้องให้เห็นถึงภาพและฟังน้ำเสียงประกอบหรือไม่ หรือเนื้อหานั้นสามารถเสนอโดยใช้เสียงเพียงอย่างเดียว การพิจารณาจากตัวสาระเนื้อหาของสารจะเป็นเกณฑ์ทำให้ผู้วางแผนเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหาการกำหนดเวลาในการส่งสารประชาสัมพันธ์ออกสู่เป้าหมายว่าสื่อใดจึงจะเหมาะสม สื่อและกิจกรรมใดที่มีความพร้อมสำหรับช่วงเวลา

สื่อที่โรงเรียนใช้ได้แก่ จดหมายข่าว กำแพงข่าว กล้องักลยามิตร คิดสร้างทำ เฟสบุ๊ก (Face book) เว็บไซต์ (Website) ส่วนสื่อที่ใช้สื่อสารกับผู้ปกครองภายนอกและประชาชนที่สนใจ คือ แผ่นพับ เว็บไซต์ (Website) โทรทัศน์วงจรปิดในร้านหนังสือ ซีดี ซีดี (SE-ED BOOK) คอลัมน์ มุมเรียนรู้ ใน Add Mag (free magazine) เว็บไซต์ของซีเอ็ด และรักลูกกรุ๊ป หนังสือพิมพ์ หน้าการศึกษา นิตยสารเกี่ยวกับเด็ก ครอบครัว รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ และ สื่อบุคคลก็คือ ผู้ปกครองของโรงเรียนเพลินพัฒนา สื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้มีความหลากหลายสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดของ วิรัช อภิรัตน์กุล แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. สื่อบุคคล (Personal media) หมายถึง คำพูดของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นสื่อที่โรงเรียนให้ความสำคัญมากถ้าผู้ปกครองภายในมีความเข้าใจในแนวทางการเรียนการสอนของโรงเรียนอย่างถูกต้อง เชื่อมั่นและศรัทธาในโรงเรียนเพลินพัฒนาอย่างถูกต้อง ผู้ปกครองภายในจะสามารถเป็นสื่อที่ดีในการประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียน เพราะสามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรงการบอกต่อและสามารถชักจูงใจได้

2. สื่อมวลชน (Mass media) หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการโทรทัศน์ ฯลฯ โดยที่โรงเรียนจะเป็นผู้ส่งข่าว หรือ ส่งบทความ หรือส่งจดหมายเชิญให้สื่อมวลชนมาเข้าร่วมกิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้น เช่น การเสวนาต่างๆ งานลมข้าวเบา เงานเดือนเพ็ญ งานชื่นใจ ได้เรียนรู้สำหรับรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ รายการต่างๆจะเป็นผู้ติดต่อมาขอถ่ายทำโรงเรียนเอง โดยส่วนสื่อสารองค์กรจะเป็นผู้ประสานงาน คุณแล้วเนื้อหาที่ถ่ายทำควรเป็นอย่างไร เพื่อให้โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดี สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง แผ่นพับ คู่มือนักเรียน จดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศ Add Mag (free magazine คอลัมน์ มุมเรียนรู้)

4. การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดง และนิทรรศการ โครงการงานชื่นใจ ลมข้าวเบาเงาเดือนเพ็ญ กีฬาสีแดงชาติ การพบปะและการประชุม นอกจากสื่อที่กล่าวมาแล้ว ส่วนสื่อสารองค์กรยังได้ใช้ สื่อเฉพาะกิจในการประชาสัมพันธ์ สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง การส่งข้อความทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) วิดีทัศน์แนะนำโรงเรียน และวีดิทัศน์การเรียนรู้ต่างๆ โทรทัศน์ในร้านซีเอ็ด บুক(SE-ED BOOK) เป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ ซึ่งคุณลักษณะที่ดีของสื่อเฉพาะกิจ ก็คือสามารถทำให้ผู้รับสาร รับทราบข่าวสารความรู้ โดยตรงและถูกต้องอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติ

การกำหนดงบประมาณและบุคลากร

การกำหนดงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพลินพัฒนามี นโยบายชัดเจนคือ ไม่ซื้อสื่อเพราะใช้สื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนามีอยู่แล้วและสื่อที่โรงเรียนเพลินพัฒนามีสื่อที่ค่อนข้างหลากหลาย ใช้สื่อที่มีอยู่ให้คุ้มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด นอกจากนี้โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็น โรงเรียนทางเลือกที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นที่จะใช้ สื่อมวลชนหรือต้องใช้งบประมาณในการซื้อสื่อ งบประมาณของการทำประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนา ส่วนสื่อสารองค์กรจะกำหนดเนื่องงานประชาสัมพันธ์ขึ้นมาและกำหนด งบประมาณของงานนั้นๆเองและนำเสนอให้ผู้บริหารพิจารณาอนุมัติเป็นครั้งๆไป สำหรับบุคลากร ของส่วนสื่อสารองค์กร ขาดอัตรากำลังในตำแหน่ง การทำข่าว เขียนข่าว หรือบทความ หรืองาน เขียนในรูปแบบต่างๆ ทำให้งานด้านประชาสัมพันธ์ล่าช้า ไม่สามารถนำเสนอข่าวได้ครอบคลุม ทุกช่วงชั้น

ขั้นตอนที่ 3 การสื่อสาร (Communication - Action)

ขั้นตอนนี้ คือ การพยายามสื่อความหมายให้เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจร่วมกัน ให้เกิดขึ้นในระหว่างกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ กับองค์กร ตามแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้ ได้แก่ แผนงานการใช้สื่อและกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้การใช้สื่อและการออกแบบสารควรมีการสร้างสรรค์ออกแบบให้สอดคล้องกับความสนใจและเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มต่าง ๆ ที่ องค์กรเข้าไปเกี่ยวข้อง ในขั้นตอนการสื่อสารนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพิจารณาปฏิกิริยา ตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกิจกรรม แผนงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

เนื่องจากส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้มีการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ จะเป็นการรับนโยบายหลักจากทางผู้อำนวยการมากกว่าส่วนใหญจะเป็นการวางแผนจากหน่วยงานที่ เกิดขึ้นจริงหรือตามปฏิทินการศึกษา โดยการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง การดำเนิน ในขั้นตอนการสื่อสารของส่วนสื่อสารองค์กรจะดำเนินงานสื่อสารเป็นในลักษณะงานประจำ

(routine) มากกว่า เช่น จดหมายข่าวออกทุกๆ 2 สัปดาห์ หรือทำการสื่อสารตามปฏิทินการศึกษา ตามกิจกรรมของโรงเรียนเพลินพัฒนา ในด้านเกณฑ์การนำเสนอเนื้อหาการสื่อสาร โดยส่วน สื่อสารองค์กรจะพิจารณาว่าประเด็นใดเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองควรทราบและในขณะเดียวกันก็ต้อง พิจารณาถึงเนื้อหาที่ผู้ปกครองต้องการทราบด้วยและควรนำเสนออย่างไรให้เข้าถึงผู้ปกครอง ได้มากและมีประสิทธิภาพที่สุด เนื้อหาที่สื่อสารสู่ผู้ปกครองไม่ตรงต่อความต้องการเพราะ เนื่องจาก ส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้มีการทำสำรวจวิจัยอย่างแท้จริงจึงไม่อาจตอบสนองความ ต้องการของผู้ปกครองได้ว่าต้องการอยากจะได้รับทราบหรืออยากจะได้รับรู้เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล (Evaluation)

เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อวัดผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ที่ทำไปว่าประสบความสำเร็จเพียงใด มีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้าง ควรจะ ปรับปรุงในด้านใด วิธีการประเมินผลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ วิธีการประเมินผลโดยอาศัยการสังเกต เป็นวิธีการประเมินที่อาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ และการสังเกตต่างๆ ของนัก ประชาสัมพันธ์เป็นหลักของการตัดสินคุณค่างานประชาสัมพันธ์ หรือเป็นการสังเกตจากสื่อมวลชน ต่าง ๆ หรือการพบปะกับบุคคลต่าง ๆ ก็อาจสะท้อนและบอกได้ว่าการประชาสัมพันธ์ที่ทำไปนั้น ได้ผลดีเลวเช่นไรและวิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ เป็นวิธีการประเมินผลที่ยอมรับ กันมาก ในทุกวงการปัจจุบันว่า การประเมินผลนี้สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรง โดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมินผล เป็นวิธีการประเมินที่มีการควบคุม มีหลักฐานและเป็น ระบบมากที่สุด วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์นี้มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานโดย ย่อ คือ การสังเกตข้อเท็จจริงทั่วไปเพื่อให้อันตรายอะไรคือปัญหา เพื่อกำหนดขอบเขตของปัญหาได้ เหมาะสม กำหนดสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐาน และทำซ้ำ ตามลำดับ

การประเมินผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้มี การประเมินผลอย่างเป็นทางการ การประเมินผลส่วนใหญ่จะเป็นจากงานหรือกิจกรรมย่อยๆลงไป เพื่อใช้ในการปรับปรุงงานในครั้งต่อไป มีการประเมินสรุปผลการดำเนินงานประจำปีในช่วงปลายปี การศึกษา นำเสนอต่อผู้บริหาร ก่อนที่จะนำผลการประเมินไปวางแผนพัฒนาการสื่อสารในปี ต่อไป และเป็นการประเมินทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น ในงานบางส่วนสื่อสารองค์กรมีการ ตั้งเป้าหมายในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จดหมายข่าว ทุกๆปีจะมีการ ทำแบบสำรวจความคิดเห็น โดยทำเป็นแบบสอบถาม เพื่อประเมินว่าผู้ปกครองพึงพอใจในเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอไป หรือไม่ พร้อมให้เสนอแนะด้านต่างๆ เช่น ความถี่ ความยาวและเนื้อหาของข่าวสารที่ผู้ปกครอง ต้องการทราบ หรือในเชิงปริมาณ มีการประเมินว่าเป้าหมายที่จะจัดส่งจดหมายข่าวให้ผู้ปกครอง ทางอีเมลล์ให้ได้มากขึ้นทุกๆปีในจำนวนที่ตั้งไว้สามารถทำได้จริงหรือไม่

ในการศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาไม่ได้สอดคล้องทั้งหมดกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดของ สก็อต เอ็ม คัดลิป และ อัลเลน เอ็ช เซ็นเตอร์ ที่มี 4 ขั้นตอน เพราะในขั้นตอนการวิจัย-การรับฟังเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการสำรวจหาข้อมูลข้อเท็จจริง เกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่เผชิญอยู่ หรือนำผลที่ได้มาประมวลเป็นข้อมูลที่ได้ จากนั้นนำมาวางแผนและตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไรการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จาก แหล่งข้อมูลทั้ง 2 ประเภท แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) เป็น ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมหรือบันทึกจากแหล่งข้อมูลโดยตรงซึ่งอาจจะได้จากการสอบถามการสัมภาษณ์ การสำรวจ การจดบันทึก ส่วนสื่อสารองค์กรได้ดำเนินการจัดทำเช่นกันแต่จะเป็นการสอบถามในลักษณะถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองมากกว่า เช่น ระยะเวลาในการออกจดหมายข่าวเป็นอย่างไร เนื้อหาที่นำเสนอเป็นอย่างไรน้อยไปมากไปอย่างไร แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นหลักฐานอันดับรองที่นำข้อมูลขั้นแรกมาเสนออีกรูปแบบหนึ่ง ข้อมูลที่มีผู้อื่นรวบรวมไว้ให้แล้ว ได้แก่ หนังสือและวัสดุที่เป็นผลผลิตของการค้นคว้าจากหลักฐานเบื้องต้น แหล่งข้อมูลทุติยภูมิสื่อสารองค์กรจะไม่นำมาใช้เท่าที่ควร เอกสารส่วนใหญ่จะเป็นสรุปรายงานการประชุม การดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่ได้มาจากการวิจัยและส่วนสื่อสารองค์กรไม่นำข้อมูลทั้ง 2 ประเภทมาเป็นฐานข้อมูลในการที่จะนำมาวางแผนประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานจะรับนโยบายหลักจากทางผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนาจากนั้นจะนำมาวางแผนกันในทีมสื่อสารองค์กรว่าในปีการศึกษานี้สื่อสารองค์กรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านใดบ้าง จากนั้นจึงนำเสนอต่อผู้อำนวยการโรงเรียนเพลินพัฒนาอีกครั้ง จากนั้นนำแผนที่ได้วางไว้เข้าสู่การปฏิบัติ การประเมินผล จะมีการประเมินผลการทำงานของส่วนสื่อสารองค์กรในทุกปีการศึกษา เป็นการประเมินทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานหรือกิจกรรม

2.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนามี 2 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนากับการบริหารงานและการประสานงานภายในหน่วยงาน

2.2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์กับการบริหารตามหลักการบริหารองค์การ

จะประกอบด้วย 4 M คือ บุคลากร (Man) งบประมาณ (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารจัดการ (Management) ตามหลัก 4 M พอสรุปได้ดังนี้

1) ด้านบุคลากร (Man)

องค์ประกอบด้านบุคลากรที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ยังแบ่งเป็นด้านปริมาณและด้านคุณภาพ ซึ่งจะได้อธิบายรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

(1) ปริมาณบุคลากร จากจำนวนบุคลากรในปัจจุบันของส่วนสื่อสารองค์กร หากเปรียบเทียบกับปริมาณระดับชั้น ตั้งแต่เตรียมอนุบาล – มัธยมศึกษาตอนปลาย และกิจกรรมที่เกิดในช่วงชั้นและเทศกาลประจำปีของโรงเรียนเพลินพัฒนา นับว่าบุคลากรยังไม่เพียงพอ การดำเนินงานของส่วนสื่อสารองค์กรมีการแบ่งหน้าที่ขอบเขตงานอย่างชัดเจน อัตรากำลังที่สามารถทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพจะมีทั้งหมด 4 ตำแหน่ง

ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร- ดูแลการบริหาร การจัดการและพัฒนา ส่วนงานสื่อสารองค์กรและการรับเรื่องเสนอแนะ กัลยาณมิตร....คิดสร้างทำ เครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 1 – ดูแลงานการสื่อสารกับผู้ปกครองปัจจุบัน งานการสื่อสารการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 2 – ดูแลงานเขียนเพื่อการสื่อสารในทุกช่องทาง การถ่ายภาพ การประมวลความรู้

ธุรการ – งานธุรการทั่วไป ประสานงานในส่วนงานและกับส่วนงานอื่นๆ ดูแลการอัพโหลดเว็บไซต์ ระบบ intranet ข้อมูลส่วนสื่อสารองค์กรและงานการจัดการความรู้ของโรงเรียน

ซึ่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านดูแลงานเขียนเพื่อการสื่อสาร การประมวลความรู้ การลงเก็บข่าวในแต่ละช่วงชั้นได้ลาออก ส่งผลทำให้ปัญหาที่ตามมาคือ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ล่าช้า และไม่สามารถนำเสนอข่าวสารกิจกรรมได้ครอบคลุมทุกช่วงชั้น โดยที่ผ่านมาก็ได้มีการเสนอขออัตรากำลังเพิ่มเติมทางผู้บริหาร โรงเรียนไม่สามารถจัดสรรอัตรากำลังมาได้ แต่ได้แนะนำแนวทางการแก้ไขให้กับส่วนสื่อสารองค์กร โดยการรณรงค์ให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนเพลินพัฒนาได้ช่วงกันเขียนข่าว ส่งข่าว หรือแจ้งกิจกรรมดีๆที่จะเกิดขึ้นในแต่ละช่วงชั้นให้ทางส่วนสื่อสารองค์กรได้รับทราบ แต่จากการรณรงค์และขอความร่วมมือจากทางช่วงชั้นก็ไม่ได้ผลเท่าที่ควรเพราะเนื่องจากหน้างานของครูก็มีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบอยู่แล้วเช่นกัน

(2) คุณภาพของบุคลากร ส่วนสื่อสารองค์กร ของโรงเรียนเพลินพัฒนา มีบุคลากรที่เหมาะสม มีคุณสมบัติตรงตามคุณลักษณะที่ต้องการ ทำให้การประสานการปฏิบัติงาน

ราบรื่น ในขณะที่องค์กรสามารถจัดการพัฒนาบุคลากรให้เกิดความสมดุลได้ และทางโรงเรียนก็มีการพัฒนาบุคลากรด้วยการส่งเข้ารับการศึกษอบรมเพิ่มพูนความรู้ ในสถาบันการศึกษาหรือองค์กรพัฒนาต่างๆ โดยที่เจ้าหน้าที่ส่วนสื่อสารองค์กรที่ต้องการอบรมสามารถทำเรื่องแจ้งความประสงค์ที่จะอบรมต่อผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กรได้และเก็บชั่วโมงอบรมเพราะชั่วโมงอบรมจะนำมาประเมินคุณภาพการทำงานด้วยซึ่งจะมีผลต่อโบนัสและเงินเดือน หรือ นอกจากนั้น ทักษะคติของบุคลากร ที่หากเป็นทักษะคติเชิงบวกก็จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ผลงานในด้านการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม หากบุคลากรมีทัศนคติในเชิงลบต่องานและโรงเรียน เพลินพัฒนาภาพลักษณ์ของโรงเรียนก็เสื่อมเสียได้เช่นกัน

2) ด้านงบประมาณ (Money)

งบประมาณนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การรองจากบุคลากร การปฏิบัติงานจะสัมฤทธิ์ผลได้ต้องมีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ แต่งบประมาณของ โรงเรียน เพลินพัฒนาไม่ได้มีงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน ในการดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นของส่วนสื่อสารองค์กรจะสามารถเบิกเงินสำรองล่วงหน้าได้เป็นกิจกรรมๆ ไป แนวทางการแก้ไข คือ สื่อสารองค์กรควรนำปฏิทินการศึกษามาใช้ควบคู่กับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของส่วนสื่อสารองค์กร แต่สิ่งหนึ่งที่ชัดเจนผู้บริหารให้นโยบายไว้คือ ไม่มีนโยบายซื้อสื่อโฆษณาใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด การที่ไม่มีนโยบายซื้อสื่อ เนื่องจากโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นโรงเรียนแนวทางเลือกจะมีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงอยู่แล้วการใช้สื่อที่ค่อนข้างกว้างและค่าใช้จ่ายสูงอาจจะไม่ใช่เรื่องที่เป็น

3) ด้านอุปกรณ์ (Material)

วัสดุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จากการศึกษาพบว่า โรงเรียนเพลินพัฒนามีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์มากมาย ซึ่งเป็นสื่อที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรเป็นผู้จัดทำขึ้นเองและสื่อที่หน่วยงานอื่นเป็นผู้ผลิต สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น จดหมายข่าว โพรทัศน์ภายในโรงเรียนที่น่าเสนอเรื่องราวกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือความสามารถของนักเรียนที่ได้ไปแข่งขันตามรายการต่างๆ สื่อใหม่อย่าง Face book สำหรับวัสดุอุปกรณ์นับว่ามีผลต่องานประชาสัมพันธ์โดยจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพที่ทันต่อเทคโนโลยี ทั้งอุปกรณ์กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ โปรแกรมที่เอื้ออำนวยการถ่ายทำวิดีโอและตัดต่องานประชาสัมพันธ์ เครื่องปริ้นเตอร์สี อุปกรณ์นี้มีฝ่ายเทคโนโลยีและฝ่ายผลิตสื่อเป็นผู้ดูแลและผลิตให้แต่การผลิตการจัดวางรูปแบบ การใช้สีในการพิมพ์ไม่สวยงามในบางครั้งไม่ตรงต่อความต้องการของส่วนสื่อสารองค์กรตรงส่วนนี้เป็นข้อจำกัดอีกอย่างในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แนวทางการแก้ไขคือ การทำงานระหว่างส่วนสื่อสารองค์กรกับฝ่ายผลิตสื่อต้องมีการประชุมเพื่อทำ

ความเข้าใจในการตรวจรูปแบบก่อนที่จะส่งพิมพ์หรือการหาอุปกรณ์เทคนิคต่างๆที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมพันธ์มีรูปแบบ สีเส้นที่สวยงามมากขึ้น โดยที่งบประมาณไม่สูงจนเกินไป

ส่วนสื่อสารองค์กรจะมีอุปกรณ์กล้องถ่ายรูป กล้องถ่ายวิดีโอ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดเสียง อุปกรณ์เหล่านี้จะประจำที่ส่วนสื่อสารองค์กร ด้านอุปกรณ์โรงเรียนเพลินพัฒนาให้ความสำคัญอย่างดี

4) ด้านการจัดการ (Management)

การจัดการนับว่ามีความสำคัญและมีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก แม้จะมีทั้งคน เงินและวัสดุอุปกรณ์พร้อม แต่หากการจัดการไม่ดีก็ไม่อาจนำมาซึ่งความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ แต่หากสามารถบริหารจัดการได้ดี ก็อาจจะพลิกจากความไม่พร้อมด้านอื่นไปสู่ความสำเร็จได้เช่นกัน การจัดการมีความจำเป็นอย่างมากต่อการปฏิบัติงานส่วนสื่อสารองค์กร ของโรงเรียนเพลินพัฒนา เพราะต้องทำงานเป็นทีม ต้องมีความร่วมมือร่วมใจ ต้องมีการให้กำลังใจ ในขณะที่เดียวกันการทำงานต้องเป็นไปอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งต้องสามารถกำหนดให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานตามแผนการที่วางไว้ ให้สามารถสนองความต้องการของประชากรกลุ่มเป้าหมาย ต้องมีการแบ่งสัดส่วนความรับผิดชอบต่องานที่เหมาะสม บุคลากรแต่ละคนรับผิดชอบงานไม่มาก ไม่น้อยเกินไปควรสรรหาบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับงาน เพื่อให้สามารถผลิตผลงานแก่องค์กรได้อย่างมีคุณภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งส่วนสื่อสารองค์กร ของโรงเรียนเพลินพัฒนา ถ้าเปรียบเทียบกับโรงเรียนเพลินพัฒนา เป็นองค์กร ซึ่งมีการจัดการในลักษณะองค์กรแห่งการเรียนรู้ นับว่ามีการจัดการภายในที่ดีในระดับหนึ่งภายใต้ข้อจำกัด ทั้งด้านงบประมาณและด้านบุคลากร ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ ผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรม ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมอันเป็นบริบทของโรงเรียน ดำเนินกิจการอันหลากหลายเพื่อสร้างสรรค์สังคมที่ดีโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน

2.2.2 ด้านการประสานงานภายในหน่วยงาน การประสานงานภายในหน่วยงานเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา ถึงแม้ว่าส่วนสื่อสารองค์กรจะมีโครงสร้างหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนแต่ครูและบุคลากรทางการศึกษาก็มีหน้าที่ขอบเขตการทำงานของตนเองเช่นกันทำให้ไม่ได้เห็นความสำคัญและไม่ได้ให้ความร่วมมือในการทำงานของส่วนสื่อสารองค์กรเท่าที่ควร อย่างการทำประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงลึกอย่างข้อมูลเชิงวิชาการจะต้องใช้ความร่วมมือของทุกๆ ส่วนงานเพราะบางข้อมูลเปราะบางและละเอียดอ่อนมาก ต้องมีข้อมูลอ้างอิงซึ่งต้องให้ทุกช่วงชั้นและบุคลากรภายในให้ความร่วมมือ เช่นเรื่องเล่าจากห้องเรียนช่วงชั้นอยากนำเสนอให้ผู้ปกครองภายในได้รับทราบก็สามารถแจ้งมาทางส่วนสื่อสาร

องค์กรให้ช่วยลงข่าวเขียนข่าวก็ได้แต่ในความเป็นจริงจะต้องเป็นส่วนสื่อสารองค์กรที่ต้องคอยสอบถามว่ามีข่าวหรือเรื่องจากช่วงชั้นจะนำเสนอหรือไม่ภาคสนามของนักเรียนจะมีเมื่อไหร่

ซึ่งแนวทางการแก้ไขต้องปรับทัศนคติของครูและบุคลากรทางการศึกษาหรือเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนให้เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ว่าสามารถลดหน้างานและสนับสนุนงานของตนเองและของช่วงชั้นพร้อมทั้งให้ความร่วมมือช่วยเหลือฝ่ายประชาสัมพันธ์ในทุกโอกาสและครูทุกคนจะต้องนึกเสมอว่าตนนั้นก็มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ด้วยเหมือนกันโดยมีหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นผู้ดำเนินงานเพราะงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นหน้าที่ของทุกคน สอดคล้องตามแนวคิดเอกชัย กี่สุขพันธ์ ได้เสนอแนวคิดว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรถือเป็นหน้าที่หลักของครูทุกคนในโรงเรียนต้องร่วมรับผิดชอบ ถึงแม้ว่าโรงเรียนจะมอบหมายให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งรับหน้าที่จัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนแล้วก็ตาม

2.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาในส่วนของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนา จากการทำสนทนากลุ่ม(Focus group) กับสมาชิกสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา (สส.) และสัมภาษณ์ประธานสภาองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา ผลการวิจัยพบว่าส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้สำรวจความต้องการของผู้ปกครองภายในโรงเรียนเพลินพัฒนารวมไปถึงในด้านเนื้อหาที่ส่วนสื่อสารองค์กรได้นำเสนอ อาจจะยังไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครองเท่าที่ควร สืบเนื่องมาจากทางส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้สำรวจสอบถามความต้องการที่แท้จริงกับผู้ปกครองว่ามีความต้องการอยากทราบและต้องการรับรู้เนื้อหาในด้านใดบ้าง เพราะปัจจุบันการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางต่างๆของโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นแค่เรื่องแจ้งให้ทราบทั่วๆไปเท่านั้นไม่ได้ลงลึกในรายละเอียด โดยการนำเสนอเนื้อหาควรจะเป็นการเรียนการสอนหลักสูตร ความคืบหน้าด้านวิชาการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชั้น ซึ่งเนื้อหาควรจะต้องครอบคลุมทุกช่วงชั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรา พงษ์ธนาภา (2541) ได้ศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนอาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ สก็อต เอ็ม คัทลิป แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ และ เกลน เอ็ม บรูม ในเรื่องปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่พบมากที่สุด คือ โรงเรียนไม่สามารถศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ด้วย

นอกจากนี้ ส่วนสื่อสารองค์กรควรจะต้องคาดเดาปัญหาหรือคำถามของผู้ปกครองไว้และนำเสนอเนื้อหาที่ไว้วางหน้า เพื่อเป็นการป้องกันการปัญหาที่จะเกิดขึ้น สำหรับระยะเวลาที่นำเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลให้ผู้ปกครองรับทราบอยู่ในระดับที่พอใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ

ทิพย์พาทร์ มหาสินไพศาล ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนในการดำเนินงานการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ว่ามีข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไขหรืออาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นการคาดการณ์ของสถานการณ์ล่วงหน้าเพื่อการป้องกันความเข้าใจผิดโดยถือหลักของการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงาน

การใช้สื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ผู้ปกครองมีความพึงพอใจจำนวนสื่อประชาสัมพันธ์อันหลากหลายที่โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนเพลินพัฒนาใช้มีมากมายหลากหลาย ยกตัวอย่าง จดหมายข่าว ไปสเตอร์สำหรับติดกำแพงข่าว โทรทัศน์ภายในโรงเรียน เว็บไซต์ เฟสบุ๊ค (Face book) ส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สื่อบุคคล สื่อมวลชน พบว่าสิ่งที่ต้องคำนึงถึงและมีความสำคัญคือการเลือกใช้สื่อและช่องทางในการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารนั่นก็คือผู้ปกครอง ส่วนสื่อสารองค์กรควรมีการวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งมีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นด้านอายุ,การศึกษา,เงินเดือนมีความหลากหลายในด้านลักษณะการใช้ชีวิต เพราะฉะนั้นต้องคำนึงถึงว่าสื่อและช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้เหมาะสมกับผู้รับสารหรือไม่อย่างไรสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารที่ว่าด้วยเรื่องสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Channel or Media) คือ ประเภทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย สัมผัส และตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น สิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับสารคือผู้ที่เป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ การสื่อสารจะสำเร็จ ได้ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยในการพิจารณาเลือกสื่อของผู้ส่งสารดังนี้ ความเหมาะสมของสื่อกับผู้ส่งสาร ได้แก่ การเข้าถึงได้ความสามารถ ความชำนาญ ในการใช้สื่อประเภทนั้นๆของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารสามารถใช้สื่อประเภทต่างๆที่ใช้ในการสื่อสารเป็นหรือไม่ ความเหมาะสมของสื่อกับผู้รับสารคือความสามารถที่ผู้รับสารจะเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆได้เช่น สื่อใหม่อย่างเฟสบุ๊ค (Face book) ผู้รับสารต้องเข้าใจและรู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์จะสำเร็จหรือล้มเหลวนั้น ส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมถูกต้อง ดังนั้นเครื่องมือและสื่อจึงเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์กับประชาชนและกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ซึ่งอาจจะกระทำได้หลายวิธี โดยใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆเข้ามาช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน/องค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้ตามเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นมวลชนทั้งประเทศ ชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มประชาชนทั่วไป ในการสื่อสารจะต้องอาศัยสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ

สื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยการวางแผนการดำเนินการใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน เพื่อที่จะเลือกสื่อและช่องทางประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำหรับช่องทางและจำนวนในการมีปฏิริยาตอบกลับ(Feed back) ของโรงเรียนเพลินพัฒนาผู้ปกครองคิดว่ามีเพียงพอ แต่ผู้ปกครองสนใจเรื่องหลังจากส่วนสื่อสารองค์กรได้รับปฏิริยาตอบกลับ (Feed back) ไปแล้วการดำเนินการหลังจากนั้นเป็นอย่างไรมากกว่า ส่วนสื่อสารองค์กรควรจะรายงานหรือแจ้งให้ทราบว่าได้ดำเนินการในเรื่องนี้เป็นอย่างไรไปแล้วบ้างหรือแจ้งให้ทราบว่า เรื่องที่ได้รับปฏิริยาตอบกลับ (Feed back) จากผู้ปกครองได้ดำเนินการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งทางผู้ปกครองมีได้คาดหวังว่าสิ่งที่ได้มีปฏิริยาตอบกลับ (Feed back) ไปจะได้รับการพิจารณาดำเนินการหรือไม่อย่างไรแต่เพียงอยากทราบว่าเรื่องที่ได้รับร้องเรียนหรือ (Feed back) ไปอยู่ในขั้นตอนใดเท่านั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ อรุณ งามดี มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการดำเนินงานอย่างมีแบบแผนและกระทำต่อเนื่องกันเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับโรงเรียนด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับ และมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 ประเด็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

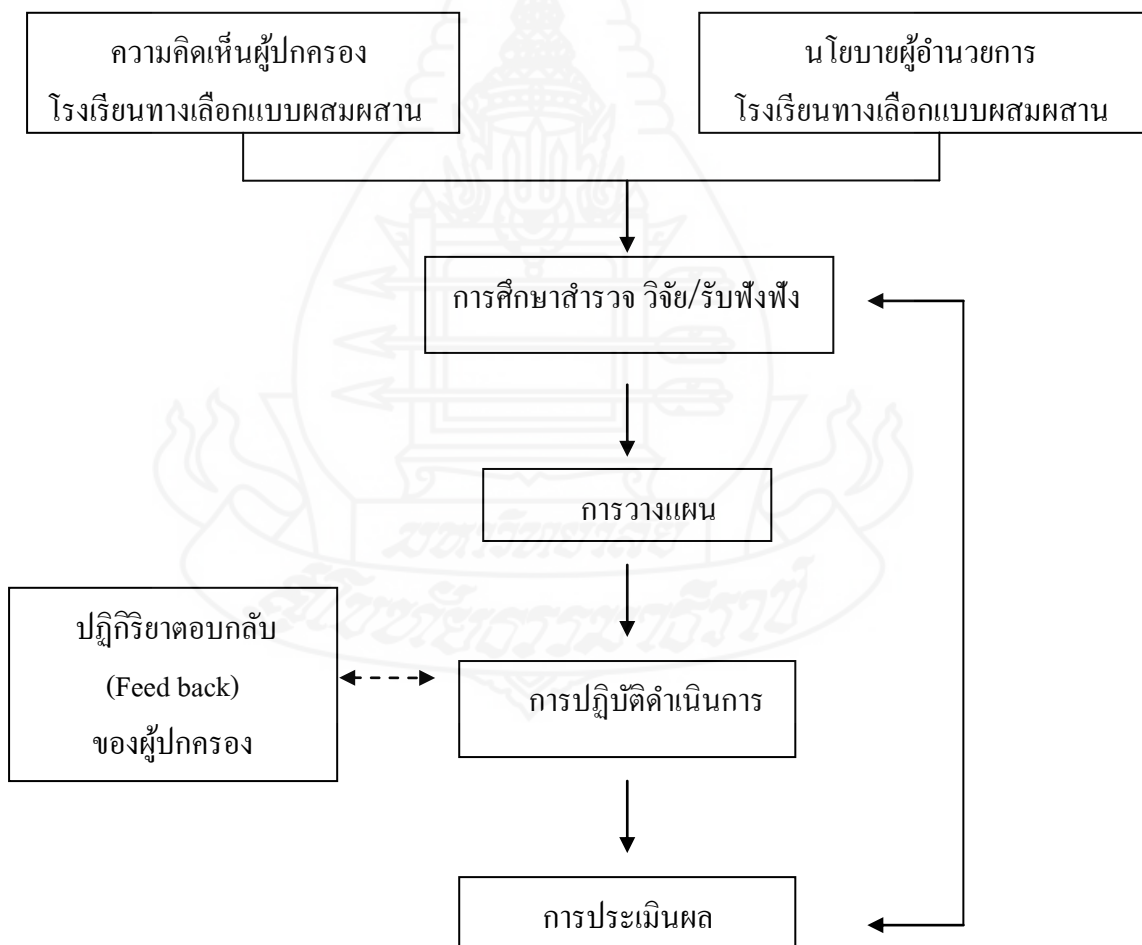
การวิจัย-รับฟังเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญมากเพราะถ้าการวิจัย-รับฟังและสำรวจมาจากกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงการดำเนินในขั้นตอนต่อไปไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การปฏิบัติตลอดจนการประเมินผลก็จะตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ส่วนสื่อสารองค์กรควรให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลอย่างแท้จริงและเห็นว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อประชาสัมพันธ์จริงๆ สื่อสารองค์กรจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจแนวทางการเรียนการสอนในแบบโรงเรียนเพลินพัฒนาให้ผู้ปกครองเข้าใจให้มากที่สุด เพราะผู้ปกครองจะเป็นสื่อบุคคล เป็นกระบอกเสียงที่ดีในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนการเกิด World of mount หรือ กระแส Buzz เกิดขึ้นได้ไม่ยากแต่สิ่งสำคัญคือ ส่วนสื่อสารองค์กรจะต้องจริงจังกับผู้ปกครองและสื่อสารให้มากขึ้นเพื่อที่จะลดช่องว่างระหว่าง โรงเรียนและผู้ปกครองลง ส่วนสื่อสารองค์กรทำงานร่วมกับองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนา โดยที่ส่วนสื่อสารองค์กรเป็นกลไกสำคัญในการ

ประสานเชื่อมต่อ นำเสนอ ข้อมูลข่าวสาร จากโรงเรียนเพลินพัฒนาถึงผู้ปกครองและจากผู้ปกครองถึงโรงเรียน

การประเมินผลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปแล้วว่าประสบความสำเร็จเพียงใด มีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้าง ควรจะปรับปรุงในด้านใดเป็นสิ่งที่ส่วนสื่อสารองค์กรต้องดำเนินการเพราะสามารถนำผลจากการประเมินมาช่วยในการวางแผนประชาสัมพันธ์ได้

ส่วนสื่อสารองค์กรควรให้ความสำคัญในกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะขั้นตอนแรกการวิจัย-รับฟังเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากเพราะถ้าการวิจัย-รับฟังและสำรวจมาจากกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงจะทำให้ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการประชาสัมพันธ์ก็จะดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างกระบวนการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

3.1.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน ด้านการประชาสัมพันธ์กับการบริหารตามหลักการบริหารองค์การ จะประกอบด้วย 4 M

ด้านบุคลากร องค์ประกอบด้านบุคลากรที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของบุคลากร ส่วนสื่อสารองค์กร ของโรงเรียนเพลินพัฒนามีบุคลากรที่เหมาะสม มีคุณสมบัติตรงตามคุณลักษณะที่ต้องการ ทำให้การปฏิบัติงานราบรื่น ในขณะที่องค์กรสามารถจัดการพัฒนาบุคลากรให้เกิดความสมดุลได้ และทางโรงเรียนก็มี การพัฒนาบุคลากรด้วยการส่งเข้ารับการศึกษอบรมเพิ่มพูนความรู้ ในสถาบันการศึกษาหรือองค์กรพัฒนาต่างๆ และด้านปริมาณบุคลากร จากจำนวนบุคลากรในปัจจุบันของส่วนสื่อสารองค์กร ยังขาดอัตรากำลังในด้านปฏิบัติงานด้านดูแลงานเขียนเพื่อการสื่อสาร การประมวลความรู้ การลงเก็บข่าวในแต่ละช่วงชั้นได้ ทำให้ปัญหาที่ตามมาคือ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ล่าช้า และไม่สามารถนำเสนอข่าวสารกิจกรรมได้ครอบคลุมทุกช่วงชั้น โดยที่ผ่านมาก็ได้มีการเสนอขออัตรากำลังเพิ่มแต่ทางผู้บริหาร โรงเรียนไม่สามารถจัดสรรอัตรากำลังมาให้ได้ แต่ได้แนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาให้กับส่วนสื่อสารองค์กร โดยการรณรงค์ให้ครูและเจ้าหน้าที่ บุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนเพลินพัฒนาได้ช่วยกันเขียนข่าว ส่งข่าว หรือแจ้งกิจกรรมดีๆ ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละช่วงชั้นให้ทางส่วนสื่อสารองค์กรได้รับทราบ นอกจากการรณรงค์ของความร่วมมือแล้วทางคณะผู้บริหาร โรงเรียนเพลินพัฒนาต้องพัฒนาครูและเจ้าหน้าที่ บุคลากรทางการศึกษา จัดการอบรม การเขียนข่าว พัฒนางานเขียนสำหรับทุกคนให้มีความรู้ความเข้าใจในรวมไปถึงจัดอบรมในเรื่องที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ว่าเป็นอย่างไรเพื่อที่ทุกคนในโรงเรียนเพลินพัฒนาจะได้เล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยที่ทางคณะผู้บริหารต้องกำหนดประเด็นหลัก ใจความสำคัญ (Theme) การประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน ทำให้ครูบุคลากรทางการศึกษา เจ้าหน้าที่ทั้งหมด ทำให้เป็น PR Man เปรียบเสมือน one stop service สามารถทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาได้เป็นอย่างดีนอกจากนั้นต้องปรับทัศนคติของครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เห็นความสำคัญและเข้าใจว่างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นหน้าที่ของทุกคนในโรงเรียน

ด้านงบประมาณ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การรองจากบุคลากร การปฏิบัติงานจะสัมฤทธิ์ผลได้ต้องมีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอแต่ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกซึ่งเป็นโรงเรียนที่แตกต่างไปจากกระแสหลัก งบประมาณอาจจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นเพราะโรงเรียนเพลินพัฒนาซึ่งเป็นโรงเรียนแนวทางเลือกแบบผสมผสานจะมีกลุ่มเป้าหมายผู้ปกครองที่สนใจ โรงเรียนแนวทางเลือกหรือสนใจการเรียนการสอนแนวทาง

เดียวกับโรงเรียนเพลินพัฒนา ก็จะสอบถามจากบุคคลที่มีบุตรหลานเรียนที่โรงเรียนเพลินพัฒนาว่า การเรียนการสอนเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์โดยจะใช้สื่อที่ค่อนข้างกว้างหรือ Mass ก็ไม่ใช่สิ่งที่จำเป็น

ด้านอุปกรณ์วัสดุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนสื่อสารองค์กรมีเพียงพอ ทั้งปริมาณและคุณภาพ สำหรับวัสดุอุปกรณ์นับว่ามีผลต่องานประชาสัมพันธ์โดยจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพที่ทันต่อเทคโนโลยี ที่เอื้ออำนวยต่องานประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ

ด้านการจัดการ นับว่ามีความสำคัญและมีผลต่อการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก การจัดการมีความจำเป็นอย่างมากต่อการปฏิบัติงาน ส่วนสื่อสารองค์กรของโรงเรียนเพลินพัฒนา มีการทำงานเป็นทีม มี ในขณะเดียวกันการทำงานต้องเป็นไปอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งต้องสามารถกำหนดให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานตามแผนการที่วางไว้ มีการแบ่งสัดส่วนความรับผิดชอบต่องานที่เหมาะสม บุคลากรแต่ละคนรับผิดชอบงานไม่มากไม่น้อยเกินไป ควรสรรหาบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับงาน เพื่อให้สามารถผลิตผลงานแก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

ด้านการประสานงานภายในหน่วยงาน การประสานงานภายในหน่วยงาน เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา แต่ครูและบุคลากรทางการศึกษาก็มีหน้าที่ขอบเขตการทำงานของตนเองเช่นกันทำให้ไม่ได้เห็นความสำคัญและไม่ได้ให้ความร่วมมือในการทำงานของส่วนสื่อสารองค์กรเท่าที่ควรในการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกอย่าง ข้อมูลเชิงวิชาการจะต้องได้รับความร่วมมือของทุกๆ ส่วนงาน ถึงแม้ว่ามีการณรงค์จากทาง ผู้อำนวยการในการให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้ความร่วมมือในการส่งข่าวหรือแจ้งกิจกรรมต่างๆ อาจไม่มีแรงจูงใจเท่าที่ควรต้องสร้างแรงจูงใจในการกระตุ้นให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา โดยที่ในแต่ละช่วงชั้นจะต้องส่งข่าวให้กับทางสื่อสารองค์กรช่วงชั้นใดให้ความร่วมมือจะได้รางวัล หรือได้เป็นช่วงชั้นตัวอย่าง เป็นต้น

ส่วนสื่อสารองค์กรควรจะต้องทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาที่ทางผู้ปกครองต้องการทราบและอยากจะทราบ โดยข้อมูลเหล่านี้ นำมาจากปฏิกริยาตอบกลับ(Feed back) ต่างๆของผู้ปกครองภายในโรงเรียนที่ส่งมาจากช่องทางสื่อสารต่างๆ นำมาวิเคราะห์ควบคุมไปกับนโยบายหลักจากผู้อำนวยการโรงเรียนนำมาใช้และนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารที่โรงเรียนมี โดยที่ส่วนสื่อสารองค์กรอาจจะร่วมมือกับองค์กรครอบครัวเพลินพัฒนาเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและลดช่องว่างระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

3.1.3 ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสาน

ส่วนสื่อสารองค์กรควรจะต้องให้ความสำคัญต่อความต้องการ ทักษะคิด ของผู้ปกครองภายในโรงเรียน เพราะถ้าผู้ปกครองภายในโรงเรียนมีความพึงพอใจต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงเรียนพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ความพึงพอใจแล้วส่วนสื่อสารองค์กรต้องสร้างความเข้าใจในทิศทาง การเรียนการสอนของโรงเรียนพัฒนาเพื่อให้ผู้ปกครองเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจนเกิดการบอกต่อจากผู้ปกครองภายในสู่ผู้ปกครองและประชาชนภายนอกที่สนใจการเรียนการสอนในแบบโรงเรียนทางเลือกของโรงเรียนพัฒนา ในความคิดเห็นของผู้ปกครองปัญหาและความไม่เข้าใจส่วนใหญ่มาจากการที่ส่วนสื่อสารองค์กรไม่ได้ทำความเข้าใจ และสำรวจความต้องการที่แท้จริงของผู้ปกครองทำให้งานประชาสัมพันธ์ของส่วนสื่อสารองค์กรไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือ ปฏิกริยาตอบกลับ(Feed back) ของผู้ปกครอง ส่วนสื่อสารองค์กรควรใส่ใจในข้อมูลตอบกลับควรจะต้องเก็บไว้เป็นฐานข้อมูล (data base) เพราะข้อมูลเหล่านี้มีความสำคัญในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพัฒนา เพื่อใช้เป็นแนวทางการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพัฒนาต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทางเลือกแบบผสมผสานครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลเฉพาะบุคลากรและเอกสารที่เกี่ยวข้องภายในโรงเรียนเท่านั้น ซึ่งผลสรุปอาจไม่เพียงพอที่จะนำไปพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพัฒนา ดังนั้น ประเด็นที่ควรศึกษาวิจัยในโอกาสต่อไป ได้แก่

3.2.1 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ปกครองภายในโรงเรียนพัฒนา

3.2.2 ศึกษาวิจัยประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์หรือสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3.2.3 ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนพัฒนา เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงเรียนต่อไป

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ (2542) *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542* และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กรุงเทพมหานคร กระทรวงศึกษาธิการ
- กรรณิการ์ อัสวครเดชา (2544) *สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กษณา สตะเวทิน (2542) *หลักการประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร เพื่อฟ้าพรินต์ติ้ง
- ชนพร ศรีมาทา (2539) “ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เอกชน: กรณีศึกษาโรงเรียนบริบูรณ์ศึกษา” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2530) *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน* กรุงเทพมหานคร พีเคพรินต์ติ้งเฮาส์
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540) *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน* กรุงเทพมหานคร ยูโรกราฟิกส์
- บุญเกื้อ คอรวาเวช (2537) *การประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร พรินท์ติ้ง
- บุษบา สุธีธร (2546) “หลักการวางแผนประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์* หน่วยที่ 2 หน้า 61-81 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิติศาสตร์
- _____. (2546) “หลักการวางแผนประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์* หน่วยที่ 3 หน้า 111-114 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิติศาสตร์
- ปิยบุษ ฐปเทียนรัตน์ (2542) “ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เอกชน กรณีศึกษาโรงเรียนฉัตรวิทยา” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ผ่องพรรณ พลเพชร “ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่องานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ฝ่ายสื่อสารองค์กร (2554) “จดหมายข่าวเพลินพัฒนา” ฉบับที่ 9 วันศุกร์ที่ 16 กันยายน
- พัชรา พจน์ธนาศ (2541) “สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน อาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2552) “กระบวนการประชาสัมพันธ์” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการ
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 12 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชานิติศาสตร์
- มนทิรา เดชชนะจรสุข “ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
มัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 3” วิทยานิพนธ์
ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- รัชดาภรณ์ ศิริสรณ์ (2543) “ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา
สังกัดสำนักงานการศึกษา ประถมศึกษา อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ราชบัณฑิตยสถาน (2525) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร
อักษรเจริญทัศน์
- วิจิตร อาวะกุล (2541) เทคนิคการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วินิดา สนิทประชากร(2542) “ทัศนคติของผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขต
กรุงเทพมหานครต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์-
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วิษลัดดา ยิ่งสมสุข (2546) “การประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียนคาทอลิกสังกัดอัครสังฆ-
มณฑล กรุงเทพมหานคร เขต 3” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการ
บริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏธนบุรี
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูน (2543) การประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร พิสิษฐ์
- วิมลศรี ศุภิลวรรณ (2551) เพลินกับการก้าวพอดี กรุงเทพมหานคร โรงเรียนเพลินพัฒนา
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2544) การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร
สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศศลักษณ์ บุญยรักษ์ (2546) “การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร”
วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เสนีย์ แดงวัง (2525) การประชาสัมพันธ์ แนวความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร
อักษรบัณฑิต

สุพิน ปัญญาภัก (2550) “การจัดองค์การประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ*

วางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 2 หน้า 5-20 นนทบุรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์

อริสา รัตนภูมิ(2550) “แนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อส่งเสริมการบริหารการศึกษาของ

โรงเรียนราชินี” *วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการบริหารการศึกษา*

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อนันต์นา อังกินันท์ (2525) *สื่อมวลชนและการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา* กรุงเทพมหานคร

คุณพินอักษรกิจ

อัปสรศรี ปลอดเปลียน (2533) *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อรสา ปานขาว (2550) “แนวคิดและหลักการบริหารงานประชาสัมพันธ์” ใน *เอกสารการสอน*

ชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1 หน้า 39-42 นนทบุรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์

Cutlip, Scott M. and Allen H. Center. (1978). *Effective Public Relations*. (5th ed.).Englewood,

New Jersey : Prentice - Hall.

Kindred, Leslie W., Don Bagin, and Donald R. Gallagher. (1957). *The School &Community*

Relations. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall.

Schramm Wibur (1973) “*Channels and Audiences.*” *In Handbook of Communication.*

Chicago : Rand McNally College Publishing Company.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสกลนคร

ภาคผนวก ก

หนังสือแจ้งขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล





รศ 0522.24/ พิเศษ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

22 กันยายน 2554

เรื่อง ขออนุมัติขอให้ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน รองผู้อำนวยการ โรงเรียนเพลินพัฒนา

เนื่องด้วย นางสาวนุชจรี มียอด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา” ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต

ในการนี้ นักศึกษามีความจำเป็นจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลและขอสัมภาษณ์เพื่อการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระในหัวข้อดังกล่าวข้างต้น สาขาวิชานิติศาสตร์จึงขออนุมัติจากท่านอนุญาตให้นักศึกษาเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ จะพยายามมิให้ส่งผลกระทบต่อการทำงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สาขาวิชานิติศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ นางสาวนุชจรี มียอด จะเป็นผู้ประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงกับท่านต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรสา ปานขาว)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์

สาขาวิชานิติศาสตร์ มสธ.

โทรศัพท์ 02-504 8400

โทรสาร. 0-2503-3580



ศธ 0522.24/ พิเศษ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

22 กันยายน 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์กร

เนื่องด้วย นางสาวนุชจรี มียอด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา” ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต

ในการนี้ นักศึกษามีความจำเป็นจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลและขอสัมภาษณ์เพื่อการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระในหัวข้อดังกล่าวข้างต้น สาขาวิชานิติศาสตร์จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้นักศึกษาเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ จะพยายามมิให้ส่งผลกระทบต่อการทำงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สาขาวิชานิติศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ นางสาวนุชจรี มียอด จะเป็นผู้ประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงกับท่านต่อไป

ขอแสดงความนับถือ


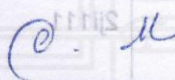
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออร์สา ปานขาว)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์

สาขาวิชานิติศาสตร์ มสธ.

โทรศัพท์ 02-504 8400

โทรสาร. 0-2503-3580

				มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120	
ศธ 0522.24/ พิเศษ				22 กันยายน 2554	
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย					
เรียน ประธานสภาผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา					
<p>เนื่องด้วย นางสาวนุชจรี มียอด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา” ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต</p> <p>ในการนี้ นักศึกษามีความจำเป็นจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลและขอสัมภาษณ์เพื่อการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระในหัวข้อดังกล่าวข้างต้น สาขาวิชานิเทศศาสตร์จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้นักศึกษาเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ จะพยายามมิให้ส่งผลกระทบต่อการทำงาน</p> <p>จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ นางสาวนุชจรี มียอด จะเป็นผู้ประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงกับท่านต่อไป</p> <p style="text-align: center;">ขอแสดงความนับถือ</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรสา ปานขาว) ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์</p>					

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มสธ.
โทรศัพท์ 02-504 8400
โทรสาร. 0-2503-3580

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์งานวิจัย



ส่วนที่ 1 กรรมการและกรรมการบริหารโรงเรียน รองผู้อำนวยการ สำนักอำนวยการ
โรงเรียนเพลินพัฒนา

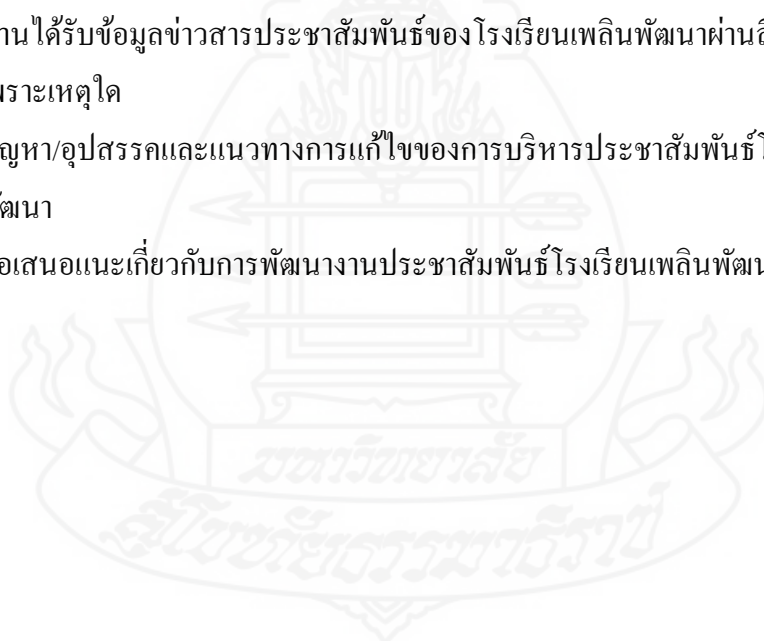
1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งมีพัฒนาการเป็นอย่างไร
 - ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ในฐานะโรงเรียนทางเลือก
 - ปัญหา/อุปสรรคที่พบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์
 - แนวทางการแก้ไข
2. นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนากำหนดโดยฝ่ายบริหารหรือไม่อย่างไร
 - วิธีการนำนโยบายสู่การปฏิบัติเป็นอย่างไร
3. แผนบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา
 - ลักษณะการบริหารงานประชาสัมพันธ์
 - การให้ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
4. ฝ่ายบริหารมีการตรวจสอบหรือประเมินผลการดำเนินงานและประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่อย่างไร
 - การประเมินอย่างเป็นทางการ
 - การประเมินอย่างไม่เป็นทางการ
5. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนามีการตรวจสอบจากฝ่ายบริหาร(รองผู้อำนวยการ)ก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
6. การตัดสินใจเลือกใช้สื่อ/ช่องทาง (channel) และตัวสาร (message) ในการประชาสัมพันธ์มีเกณฑ์และวิธีดำเนินการอย่างไร
7. เมื่อมีการตอบกลับ (feedback) จากผู้ปกครองเกี่ยวกับการข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายบริหารมีวิธีการดำเนินการอย่างไร
8. เป้าหมายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 ผู้จัดการส่วนสื่อสารองค์การและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงาน

1. ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอน 1.การวิจัย-รับฟัง 2.การวางแผน-การตัดสินใจ 3. การสื่อสาร-การปฏิบัติการ 4. การประเมินผล
 - ส่วนสื่อสารองค์การได้ดำเนินการตามขั้นตอนหรือไม่อย่างไร ยกตัวอย่าง
2. แผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนามีหรือไม่อย่างไร
 - เป็นแผนรายปีหรือรายภาคเรียน
 - แผนประชาสัมพันธ์มีการแบ่งภายในและภายนอกหรือไม่อย่างไร
3. เกณฑ์การเลือกเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ออกไปมีลักษณะใด ยกตัวอย่าง
 - มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ปกครองเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
 - ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ เพียงพอและตรงต่อความต้องการของผู้ปกครองหรือไม่ อย่างไร
4. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีเกณฑ์การเลือกใช้สื่ออย่างไร และใช้สื่อใดมากที่สุด เพราะอะไร
 - การเลือกใช้สื่อมีการสำรวจหรือสอบถามผู้ปกครองก่อนหรือไม่อย่างไร
5. มีเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
6. โรงเรียนเพลินพัฒนามีช่องทางให้ผู้รับสารได้ตอบกลับ (feedback) อย่างไรบ้าง
7. เมื่อมีการตอบกลับ (feedback) จากผู้ปกครองเกี่ยวกับการข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายสื่อสารองค์การ มีวิธีการดำเนินการอย่างไร
8. ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขของการบริหารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา

ส่วนที่ 3 ประชานสภาและสมาชิกผู้ปกครองโรงเรียนเพลินพัฒนา

1. การได้รับข้อมูล ข่าวสาร จากโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - เพียงพอหรือไม่อย่างไร
 - ตรงต่อความต้องการหรือไม่อย่างไร
 - ความพึงพอใจหรือไม่อย่างไร
2. การที่ผู้ปกครองตอบกลับ(feedback) ไปที่โรงเรียนเพลินพัฒนาผ่านสื่อใดและมีการตอบรับจากทางโรงเรียนเพลินพัฒนาหรือไม่อย่างไร
 - ระยะเวลาในการตอบกลับจากโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - ช่องทางในการตอบกลับ (feedback) มีเพียงพอหรือไม่อย่างไร
3. สื่อในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาเป็นอย่างไร
 - ได้ผลหรือไม่อย่างไร
 - เสนอสื่อประชาสัมพันธ์
4. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพลินพัฒนาผ่านสื่อใดมากที่สุดเพราะเหตุใด
5. ปัญหา/อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขของการบริหารประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา
6. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพลินพัฒนา



ภาคผนวก ค

จดหมายข่าวเพลินพัฒนา



จดหมายข่าวเพลินพัฒนา

สร้างคนดีของสังคมไทย ที่เป็นคนเก่งในสังคมโลก โทร.0-๒๘๘๕-๒๖๗๐-๕



ข่าวที่น่าสนใจ

- ลมข้าวเบา...เงาเดือนเพ็ญ

เรื่องเล่าจากห้องเรียน

- ภาคสนาม อ.๒ เียนผู้...รู้จักที่อยู่อาศัย
- พบประหลาดรอบครัวอนุบาล
- ภาคสนามชั้น ๑ นิเวศป่าชายเลน
- ภาคสนามชั้น ๒ เทียวเพลินๆ เดินชมนก
- บอกเล่าก้าวพอดีช่วงชั้น ๒
- ภาคสนามชั้น ๗-๘ เขาใหญ่...ต้นธารแห่งการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน
- มีชัยแห่งศอบปัญหากับ สยามไทย-ญี่ปุ่น

ชุมชนแห่งการเรียนรู้

- โครงการศึกษาพิเศษอบรม
- รร. ท่าแร่ดูงาน
- ชมรม RU OK
- มหกรรมรักการอ่าน
- แจ้งกำหนดคิว-คืนทรัพยากรห้องสมุดภาควิริยะ

เรื่องเสนอแนะ

- แนะนำเมนูอาหาร
- ระวังสัตว์มีพิษที่มากับหน้าฝน

เพลินตา เพลินใจ

- ภาคสนาม

ฉบับที่ ๙ วันศุกร์ที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๕๔ ภาควิริยะ ปีการศึกษา ๒๕๕๔

สวัสดิ์คิดฯ ท่านผู้ปกครอง

ในสัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนระดับชั้นต่างๆ ได้ออกภาคสนามเพื่อเชื่อมโยงแห่งการเรียนรู้จากในห้องเรียนสู่โลกแห่งความเป็นจริง จดหมายข่าวฉบับนี้ นำกิจกรรมภาคสนามของแต่ละระดับชั้นมาบอกเล่าสู่กันฟังค่ะ พร้อมกับข้อแจ้งกำหนดการต่างๆ ของเทศกาลใหญ่ประจำปีที่ชาวเพลินพัฒนารอคอย เทศกาล "ลมข้าวเบา...เงาเดือนเพ็ญ" ที่กำลังใกล้เข้ามาแล้ว เตรียมตัวเตรียมใจพร้อมรับความรื่นเริงกันได้เลยค่ะ

เทศกาล ลมข้าวเบา... เงาเดือนเพ็ญ ๑๖-๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๔

เทศกาล "ลมข้าวเบา...เงาเดือนเพ็ญ" เป็นงานประเพณีแห่งความรื่นเริงและความสุขของเพลินพัฒนาที่จัดขึ้นในช่วงสัปดาห์ที่มีวันลอยกระทง เพื่อให้ชุมชนเพลินพัฒนาได้เรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณีของชาวไทยในลุ่มน้ำเจ้าพระยา ทั้งยังเป็นการแสดงความกตัญญูต่อธรรมชาติ ระลึกถึงคุณของแม่น้ำ และสืบสานวัฒนธรรมอันดีงามของไทยให้คงอยู่สืบไป

ขอเชิญชวนนักเรียน ผู้ปกครอง คุณครู และบุคลากร ร่วมสมัครจัดชุด ออกบ้าน ร่วมกิจกรรม ชมการแสดงของนักเรียนทุกช่วงชั้น และการแสดงพิเศษที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยอันงดงาม ในงานเทศกาล "ลมข้าวเบา...เงาเดือนเพ็ญ" ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๔ ในวันที่ ๑๖-๑๐ พ.ย. ๕๔ เวลา ๑๕.๓๐-๑๘.๐๐ น. ณ สนามหญ้าใหญ่ โรงเรียนเพลินพัฒนา และขอเชิญชมวิถีทัศน์ที่มาหลักคิดการจัดงาน และบรรยากาศของงานได้ทางเว็บไซต์โรงเรียนค่ะ

- วัตถุประสงค์ของการจัดชุดและการออกบ้าน**
๑. เพื่อความสุข สนุกสนาน สร้างความสัมพันธ์ และสร้างการเรียนรู้ของชุมชนเพลินพัฒนา
 ๒. เพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทย
 ๓. ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการค้า
 ๔. เพื่อส่งเสริมจิตอาสา
 ๕. เพื่อหาทุนสมทบกองทุนส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย
- สำหรับจัดการแสดงอันมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมไทย



รักมโลก รักสิ่งแวดล้อม ร่วมลดการใช้ทรัพยากรกระดาษ
สมัครสมาชิก "จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับ ๔ ปี" ที่ plearnnews@gmail.com

ผู้ชมและร้านค้าการกุศล

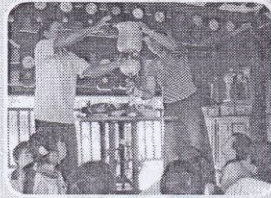
- ชุมนวม กิจกรรม การละเล่น การสาธิตหรือบริการ ที่ส่งเสริมภูมิปัญญาและความเป็นไทย
- ร้านการกุศลจำหน่ายอาหาร บริการ หรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อทุกชีวิตและสิ่งแวดล้อม สะท้อนความเป็นไทย
- เงื่อนไข**
- ติดป้ายชื่อร้าน ป้ายแสดงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเกม กิจกรรม การสาธิต ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
- ใช้ภาชนะที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ หรือภาชนะที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ใช้ใหม่หรือพลาสติค
- ตกแต่งร้านอย่างสร้างสรรค์ โดยโรงเรียนจะจัดเตรียมโต๊ะและเก้าอี้ให้ตามความเหมาะสม

กำหนดการรับสมัครร้านค้า

รายละเอียด	วันที่
• รับสมัครโครงการออกร้านค้า	วันนี้ - ๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๔
• ประกาศผลร้านค้า	วันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๔
• ประชุมร้านค้า	วันที่ ๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๔

ขอรับใบโครงการออกร้านค้าได้ที่ : คุณครูแพท ส่วนกิจกรรมพิเศษ (อาคารเรียนอาหาร) โทร.๐-๒๕๔๔-๒๖๗๐-๕ ต่อ ๖๐๐๐ ตั้งแต่วันที่ - ๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๔

เรื่องเล่าจากห้องเรียน



ภาคสนาม อ.๒ เรียนรู้...รู้จักที่อยู่อาศัย

เล่าเรื่องโดย : คุณครูตึก - ยาวราช สิทธิภูประเสริฐ
คุณครูวิชากรช่วงชั้นอนุบาล

“บ้านของฉันเป็นบ้านน้อยชั้นเดียว มีประตูและหน้าต่างสี่เหลี่ยม มีพ่อแม่และเจ้าตูบแมวเหมียว แล้วบ้านของเธอเป็นอย่างไร...” การเรียนรู้เรื่องบ้าน นำพาเด็กอนุบาล ๒ ไปสู่การไปเรียนรู้ต่อยอดในภาคสนามที่ บ้านศูนย์ใจอนุรักษ์ บ้านไม้ ๒ ชั้น ย่านพุทธมณฑลสาย ๓ ที่เก็บรวบรวมของใช้เก่าภายในบ้านไว้จำนวนมาก คุณป้าแป๋ว-เจ้าของบ้านได้กรุณาเปิดบ้านให้ผู้สนใจได้มาเที่ยวชมและศึกษาคูงาน

สิ่งที่เด็กๆ ต้องไปเรียนรู้คือ ชาวของ เครื่องใช้ต่างๆ ที่จัดวางอยู่บนของบ้าน เพื่อเตรียมความพร้อมในกิจกรรม ครูทดสอบความรู้เดิมโดยการถามเด็ก ๆ ถึงภาชนะที่ตั้งเรียงรายอยู่ตามทางเดินที่มีสีอิฐ ปากกว้าง ป่องกลางว่าคืออะไร? “แจกัน กระละมั่ง อ่าง” มากมายคำตอบจากเด็ก ๆ แต่ไม่นานก็มีคำตอบว่า “โถง” แฉ่วฉิ่นมา เป็นคำตอบที่ถูกต้อง มันคือโถงใส่สำน้ำนั่นเอง

ที่ชั้น ๒ วิทยากรเชิญชวนเด็กๆ ให้ดูสิ่งของมากมาย เริ่มจากเครื่องเล่นแผ่นเสียงและแผ่นเสียงเก่า เด็กๆ ได้เห็นแผ่นเสียงเก่าที่ขนาดใหญ่สีดำ เปรียบเทียบกับแผ่นซีดีสมัยใหม่ กระบวยตักอาหาร ถาดอาหารที่มีฐาน เป็นรูปหอยสังข์โบราณขนาดใหญ่ ตุ๊กกระจกที่บรรจุยาสีพื้นเก่า แหวนพแบบของ และที่ไม่น่าเชื่อก็คือ บัตรตาเขียนตีพิมพ์โบราณที่มีเด็กทยอยถูกเมื่อเห็นจากลักษณะ นาฬิกาลูกตุ้มโบราณที่มีมากมาย ซึ่งวิทยากรได้แนะนำ และทดลองไขลานให้เด็กๆ ได้ฟังเสียงกังวานจากนาฬิกาที่กลมตึงโต๊ะโบราณขนาดต่างๆ ทึบเหล็กและทึบไม้ ถึงแม้ไม่ใช่ดวงข้าว “ทะนาน” ที่ทำมาจากกะลาตาเดียว ที่รองนั่งหรืออนอนที่ทำจากไม้ไผ่ทั้งลำตีให้แบนเป็นผืน และที่เด็กๆ สนใจมากที่สุดคือ โหระพาที่โบราณแบบใช้นิวหมุนสีดำที่ทั้งใหญ่ ทั้งหนัก เด็กๆ ได้ลองสัมผัสกันอย่างทั่วถึง ยังมีสิ่งของอื่นๆ อีกมากมายที่เด็กๆ สนใจและซักถามตลอดเวลา

ที่วิทยากรได้เตรียมอุปกรณ์การทำ “ขนมครก” ทั้งไม่ เต่า ไข่ขนมครก รวเด็ก ๆ ตั้งแต่วินาทีแรก ลูกคู่กลิ่นของแป้งใส่กะทิที่ถูกความร้อนก็โชยมาหอมเตะจมูกทุกคน เมื่ออ้อมหน้าสำรวจกับขนมครกสุตรโบราณกันเรียบร้อยแล้ว เด็ก ๆ ได้บันทึกการเรียนรู้ลงในสมุดภาคสนาม แล้วจึงเดินสำรวจสิ่งของชั้นล่างที่ตนสนใจอย่างอิสระ จากนั้นจึงรำล่ำใหญ่ใจศึกกลับถึงโรงเรียนเพื่ินพัฒนาโดยสวัสดิภาพ



บอกเล่าก้าวพอดี ช่วงชั้นที่ ๒

เรียบเรียงจากคุณครูอาร์ท-นุชจรี มียอด เลขาช่วงชั้นที่ ๒

ช่วงชั้นที่ ๒ ได้จัดกิจกรรม "บอกเล่าก้าวพอดี" สำหรับผู้ปกครองนักเรียนชั้น ๔-๖ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจการเรียนการสอน โดยเน้นใน ๓ หน่วยงานหลัก คือ ภูมิปัญญาภาษาไทย คณิตศาสตร์ และ ESL บอกเล่าโดยหัวหน้าช่วงชั้น คุณครูวิชาการและคุณครูประจำสาระวิชา ที่มา เล่าสู่กันฟังว่าเด็ก เรียนรู้อย่างไร และผู้ปกครองสามารถช่วยสนับสนุนส่งเสริมลูกๆ ได้อย่างไรบ้าง ซึ่งในปีนี้ช่วงชั้นที่ ๒ ได้นำกระบวนการ Lesson Study ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการสอนของครู โดยให้กลุ่มครูร่วมคิดวางแผนการสอน ร่วมสังเกต สาธิตสะท้อน และช่วย ปรับปรุงซึ่งกันและกันโดยมีครูพี่เลี้ยง โค้ช หรือ ผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล โดยในแต่ละสาระวิชาคุณครูจะใช้กระบวนการเรียนรู้แบบ Open Approach ซึ่งใช้สถานการณ์เปิดหรือโจทย์เปิด เพื่อให้ผู้เรียนได้คิด อธิบายที่มาของความคิดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนและครู รวมทั้งสร้างความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่บนเป้าหมายของการพัฒนานักเรียนของช่วงชั้นที่ ๒ คือ ทำให้ผู้เรียน มีแรงบันดาลใจ เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม(ownership) และผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ใหม่ได้จากกิจกรรมครั้งนี้มีสาระสำคัญต่างๆ ที่น่าสนใจ อาทิ

ระดับชั้น ๔ หน่วยวิชาภูมิปัญญาภาษาไทย ในภาคเรียนนี้ นักเรียนจะได้ฝึกการแต่งเพลงเรือ โดยเริ่มจากการแต่งเรื่องราวของตนเอง และบูรณาการความรู้ด้วยการแต่งเพลงเรือโดยใช้เนื้อหาจากการออกไปภาคสนามป่าชายเลน ในวิชาประยุกต์ ส่วนในหน่วยวิชาคณิตศาสตร์ คุณครูได้นำเสนอแผนการเรียนการสอนพร้อมทั้งนำตัวอย่างผลงานเด็กนำมาให้ผู้ปกครองได้ชมกัน ในขณะที่สอนคุณครูจะใช้การตั้งคำถามทวนกลับไปให้นักเรียนได้คำตอบได้อย่างไร คิดโดยวิธีใด ซึ่งนักเรียน จะได้ฝึกคิดหลากหลายวิธี รวมทั้งคุณครูจะคอยสังเกตขณะที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในห้องเรียน เพื่อให้มั่นใจว่านักเรียนเข้าใจในเนื้อหาอย่างแท้จริง สำหรับวิชา ESL คุณครูได้ทดลองนำกิจกรรมที่สอนเด็กในห้องเรียนมาสอนในห้อง การอ่านออกเสียง โดยผ่านการร้องเพลง ซึ่งเสมือนผู้ปกครองได้กลับไปเป็นนักเรียนกันอีกครั้ง ทำให้ผู้ปกครองได้มั่นใจว่าคุณครูสังเกตเห็นกิจกรรมที่สร้างความสุข เพื่อเสริมทัศนคติที่ดีในการเรียน ESL เป็นเรื่องที่สำคัญและเด็กทุกคนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสนุกสนานและเกิดความคุ้นชินกับภาษาอังกฤษ



ระดับชั้น ๖ คุณครูนำเสนอแผนการสอนในวิชาภูมิปัญญาภาษาไทย และคณิตศาสตร์ ให้ผู้ปกครองได้เห็น ว่า กระบวนการเรียนการสอนแบบ Open Approach เป็นอย่างไรและชิ้นงานที่นักเรียนต้องทำเป็นอย่างไรโดยต้องการให้เด็กได้แสดงพลังและศักยภาพออกมาอย่างเต็มที่ โดยผู้ปกครองสามารถแนะนำและให้กำลังใจเด็ก โดยคุณครูได้อธิบายขั้นตอนการทำงานอย่างละเอียดและเปิดโอกาสให้เด็กซักถามถึงข้อสงสัยได้ตลอดเวลาทั้งในเวลาเรียนและนอกเวลา สำหรับในหน่วยวิชา ESL นักเรียนจะได้ฝึกทักษะพูด ฟัง อ่าน เขียน จากเรื่องที่คุณครูหยิบยกขึ้นมา โดยเริ่มจากการอ่านนักเรียนที่อ่านได้แล้วก็จะเน้นในเรื่องการอ่านออกเสียงที่ถูกต้อง การอ่านจับใจความ ในขณะที่เดียวกันก็ฝึกการฟังโดยให้นักเรียนผลัดกันอ่านให้เพื่อนฟัง จากนั้นให้ตอบคำถาม ใน ๒ ลักษณะ คือ ตอบคำถามในส่วนที่มีคำตอบจากการอ่านบทความหรือหนังสือ และตอบคำถามโดยการวิเคราะห์จากการอ่าน รวมทั้งได้เรียนรู้ไวยากรณ์จากเรื่องที่อ่าน และปิดท้ายด้วยการให้นักเรียนได้ฝึกทักษะการเขียนด้วยการเขียนตอบคำถามที่คุณครูตั้งให้ด้วย

ระดับชั้น ๕ ได้ใช้หน่วยวิชาประยุกต์มาเป็นตัวตั้งในการจัดการเรียนการสอนภายใต้แนวคิด "ประยุกต์ แบ่งแยก แดกสลาย กลายร่าง สร้างใหม่" โดยใช้การบ้านเป็นโครงงานภาคสนาม และ โครงงานชิ้นใจ เช่น ให้นักเรียนสืบค้นองค์ประกอบสำคัญของดิน ธาตุอาหาร มาจากแหล่งธรรมชาติอะไร สวรรอาหารอะไรที่พืชต้องการ มีที่มาจากแหล่งธรรมชาติอะไร และหลังจากนั้นเดินทางไปภาคสนาม อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ วัดสิริกภาพุญจนา รวม จ. กาญจนบุรี และสุดท้ายในโครงงานนี้ใจให้นำเสนอวิธีแปลงหินให้เป็นดิน นอกจากนี้ได้มีแนวคิดการเรียนคณิตศาสตร์แบบใหม่โดยเน้นที่ แนวคิด(concept) มากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา(content) ทักษะ (skills) สร้างเจตคติที่ดี มีกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเรียนรู้ว่าได้เรียนรู้อะไรและที่สำคัญที่สุดคือได้เรียนรู้ว่า ไม่รู้อะไร

ภาคสนามขึ้น ๗-๙

เขาใหญ่...ต้นธารแห่งการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

เล่าเรื่องโดยคุณครูเก๋ดวงกมล พลเยี่ยม

เมื่อวันที่ ๒๙ ส.ค. - ๒ ก.ย. ๕๕ ที่ผ่านมา นักเรียนช่วงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น รวมจำนวน ๘๒ คน ได้เดินทางไปภาคสนาม ครั้งที่ ๑ ภายใต้แนวคิด "เขาใหญ่ ต้นธารแห่งการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน" ณ ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ จ.นครนายก จุมนเกษศร อินทรีย์ยั่งยืน สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติพิมาย และเขื่อนลำนางรอง จ.นครราชสีมา โดยมีเป้าหมายให้นักเรียนได้เรียนรู้ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกัน คิดวิเคราะห์ รวมทั้งได้บูรณาการร่วมกับสาระวิชาต่างๆ ด้วย

ดร.บงกช เสวตามร์ ครูใหญ่ฝ่ายมัธยม เล่าว่าพื้นที่รอบเขาใหญ่ มีประเด็นที่เรียนรู้ได้หลากหลาย เช่น ธุรกิจการเกษตร การท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการพื้นที่ ฯลฯ โดยโจทย์การเรียนรู้ของแต่ละระดับชั้นจะมีความลึกแตกต่างกัน จากคำถามปลายเปิดที่ระบุในสมุดภาคสนาม ประกอบกับคุณครูจะเป็นผู้มอบบทสำคัญในการชวนนักเรียนคิด เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและต่อยอดความคิดได้

วังน้ำเขียว: สารระแกนวิทย์

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กิจกรรม
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างของพืช • เซลล์ • การขยายพันธุ์แบบอาศัย - ไม่อาศัยเพศ • การดอมสลงของพืชดอกไม้ สัมผัส • การใช้เทคโนโลยีภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • สภาถื่น และ การปรับปรุงคุณภาพ • วิเคราะห์สภาพดิน & คุณภาพดิน • เปรียบเทียบการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มาปฏิบัติจริง 	<ul style="list-style-type: none"> • การถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรมของพืช

วังน้ำเขียว: สารระแกวลังคม

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กิจกรรม
<ul style="list-style-type: none"> • วิเคราะห์ผลผลิตอุปทาน การผลิตเศรษฐกิจ & ผลกระทบ • รัฐธรรมนูญ สิทธิส่วนบุคคล สิทธิชุมชน • ปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> • การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และวิถีชุมชน • ฟ้าแลที่ตั้งของชุมชน สืบประวัติทรัพยากร • การเลือกภูมิและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีวิจารณ์คุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • กฎหมาย • ปัจจัยที่ก่อความขัดแย้ง • การรับและปฏิเสธข้อมูลข่าวสาร • ระบบเศรษฐกิจธุรกิจ และกลไกตลาด • ปัญหาท้องถิ่น

ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ จ.นครนายก แหล่งเรียนรู้แห่งแรกของการเดินทางที่จำลองแนวพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทำให้นักเรียนเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนการทำงานที่เป็นรูปธรรมผ่านโครงการต่างๆ ของพระองค์ท่าน ก่อนจะเข้าสู่แหล่งเรียนรู้ต่อไปที่นักเรียนจะได้สัมผัสตัวอย่าง กาวน้ำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้จริง ณ พื้นที่วังน้ำเขียว

แปลงผักสลัดอินทรีย์ลุงไกร ชมน้อย อดีตวิศวกรที่ผันตัวเองมาเป็นเกษตรกร ด้วยที่ดินเพียง ๕ ไร่ แต่สามารถเลี้ยงชีพด้วยความสุข เพราะรู้จักกับผลิตภัณฑ์ของตัวเองจริงๆ

ฟาร์มเพาะเห็ด ของคุณวิระ ภัทรอนันท์ ที่ไม่ได้มองเห็ดเป็นเพียงแค่อาหาร แต่พยายามสกัดสรรพคุณทางยา เพื่อรองรับวิถีชีวิตคนเมืองที่มีอัตราเสี่ยงในการเกิดโรคต่างๆ มากขึ้น เช่น มะเร็ง ความเครียด ฯลฯ จากวิถีคิดและวิถีทัศน์ที่ชัดเจนในการทำธุรกิจฟาร์มเห็ดจากคุณวิระ ได้เป็นแรงบันดาลใจให้นักเรียนหลายๆ คนอยากสร้างธุรกิจของตัวเองต่อไป



สรุปการเรียนรู้เรื่องนาลอยน้ำ ผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างพี่น้อง

ชุมชนแห่งการเรียนรู้

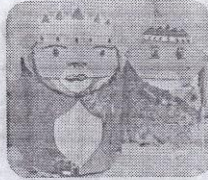


คุณครูการศึกษาพิเศษร่วมอบรม

ในช่วงปิดภาคเรียนอันหะที่ผ่านมามี คุณครูสุจันทร สุขประกอบ (คุณครูจันทร) หัวหน้าส่วนการศึกษาพิเศษได้เล็งเห็นว่า เป็นช่วงเวลาที่ดีเหมาะแก่การหาคุณครูการศึกษาพิเศษทุกท่านได้ไปเพิ่มความรู้และทักษะในการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคุณครูการศึกษาพิเศษเพื่อให้งานทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้จัด "โครงการอบรมพัฒนาทีมงานคุณครูการศึกษาพิเศษ" ขึ้นที่ชมวนารีรีสอร์ท แอนด์ฮอเทลคลับ พัทยา จ.ชลบุรี โดยได้รับ ความกรุณาจากอาจารย์ อธิ พรหมนิทมะ อาจารย์จากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม) เป็นวิทยากรในการอบรมครั้งนี้ กิจกรรมทุกกิจกรรมเน้นการทำงานเป็นทีม การฟังที่มุ่งให้ฟังอย่างยินดี และชื่นชม การวางแผนในการทำงาน และการเปิดใจยอมรับที่จะเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ตลอดเวลาที่เข้าร่วมการอบรม ๒ คืน ๓ วัน ทีมงานคุณครูการศึกษาพิเศษทุกท่านมีความสุข ได้เรียนรู้ เข้าใจ และได้เติมพลังที่จะร่วมกันทำงาน สร้างสรรค์สิ่ง ที่ดี เพื่อเด็ก ๆ และโรงเรียนพัฒนาพัฒนาของเรา

ชมรม R U OK ชวนชมนิทานหุ่นมือ

ชมรม R U OK? (Reuse) ซึ่งมีคุณแม่ที่น้องชัชวาล ๕ / ๓ (แม่ทรัพย์) เป็นที่ปรึกษาชมรม ขอเชิญน้อง ๆ อนุบาล คุณพ่อคุณแม่ และผู้สนใจ ชมนิทานหุ่นมือ



ในโครงการ "นิทานเพื่อน้อง" ภายใต้แนวคิดชมรมในภาคเรียน วิริยะ Reuse เพื่อชุมชน ได้ในวันศุกร์ที่ ๓๐ กันยายนนี้ เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ได้บริเวณทางเดินเข้าอาคารประถมและมัธยมค่ะ ยายลิ้มมาให้กำลังใจพี่ๆ ช่วงชั้น ๒ จากชมรม Reuse ด้วยนะคะ

รร. ท่าแร่วิทยา ดูงานช่วงชั้นประถม

คณะผู้บริหารและคุณครูจากโรงเรียนท่าแร่วิทยา จ. สกลนคร ร่วมด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ภาควิชาการจัดการเทคโนโลยีสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รวม ๑๕ คน เข้าศึกษาดูงานช่วงชั้นประถม ซึ่งมีคุณครูวิมลศรี ศุภลวรรณ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายจัดการความรู้ คุณครูศรีนธร แก้วคุณ ผู้ช่วยหัวหน้าช่วงชั้นที่ ๑ และคุณครูณัฐทิพย์ วิทยากรณี ผู้ช่วยหัวหน้าช่วงชั้นที่ ๒ ให้การต้อนรับและร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และได้ร่วมสังเกตการณ์ชั้นเรียนในหน่วยวิชาภูมิปัญญาภาษาไทยชั้น ๓ เพื่อให้เห็นภาพกระบวนการเรียนการสอน

"รู้จักโรงเรียนจากเว็บไซต์ รู้สึกสนใจ พอมาดูของจริงแล้วรู้สึกว่าได้เกินคาด ประทับใจการเรียนรู้แบบสนุกสนานและบูรณาการเต็มรูปแบบ การจัดห้องเรียนที่เป็นระเบียบ โล่งโปร่ง สบาย" บางส่วนจากความประทับใจของคณะผู้บริหารและคุณครูจากโรงเรียนท่าแร่วิทยา

มหกรรมรักการอ่าน



ผ่านพ้นไปแล้วสำหรับงาน "มหกรรมรักการอ่านครั้งที่ ๑" เมื่อวันที่ ๔ - ๙ กันยายน ๒๕๕๔ ซึ่งซีเอ็ด บั๊คเซ็นเตอร์ได้มาจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้เด็ก ๆ และสามารถซื้อหนังสือได้ในราคาถูก งานนี้ได้รับการตอบรับจากนักเรียนและผู้ปกครองอย่างดี โดยเฉพาะชุดหนังสือนิทานภาษาอังกฤษ พร้อมคำแปลเป็นไทยและคำอธิบายศัพท์ ได้รับความสนใจอย่างมาก ประกอบด้วย หนังสือชุดอัจฉริยะแก๊งอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน ชุดหุ่นน้อยแก๊งอังกฤษ และ ชุดอ่านสนุกแก๊งอังกฤษ ตั้งแต่ระดับประถมจนถึงระดับมัธยม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการอ่านให้เด็ก ๆ ได้ร่วมสนุก เช่น กิจกรรมโรเจอร์โง่ฟ้าช่วยฝึกเรื่องสมาธิ เกมต่อจิ๊กซอว์หน้าปกหนังสือ พร้อมทั้งบอกชื่อเรื่องเอาใจนักอ่าน ช่วยทำให้กิจกรรมครั้งนี้ดูมีสีสันยิ่งขึ้น พบกับมหกรรมรักการอ่านครั้งที่ ๒ ได้อีกครั้งในช่วงเดือนธันวาคมจะนะ

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวนุชจรี มียอด
วัน เดือน ปีเกิด	10 พฤศจิกายน 2527
สถานที่เกิด	บางซื่อ กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี พ.ศ. 2550

