



การศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1
Study on the Development Guidelines for Public Relations Operations
of Schools in the Digital Era under the Office of Udonthani Primary
Education Service Area 1

ARTICLE INFO

Article history

Received 26 August 2024

Revised 2 November 2024

Accepted 23 December 2024

นุชนันท์ คำเนตร¹, คมสันท์ ขจรปัญญาไพศาล² และ รัชฎาพร งอยภูธร³
Nuchanan Khamnet¹, Komsan Khajornpanyapaisan²
and Ratchadaporn Ngoiphuthon³

ABSTRACT

This research aimed to 1) Examine the current issues in public relations operations of schools in the digital era, under the Office of Udonthani Primary Education Service Area 1 and 2) Explore development guidelines for public relations operations of these schools in the digital era. The sample of this study included 328 school administrators and teachers from non-proportional stratified random sampling method and 7 key informants from purposive sampling. The research tools consisted of a current issues questionnaire with discrimination power ranging from 0.30 to 0.97 and reliability of 0.97, and a semi-structured interview form for exploring the development guidelines in public relations operations of schools in the digital era. Data analysis was conducted using mean, standard deviation and percentage.

The findings indicated that: 1) The overall current issues in the public relations operations of schools in the digital era, under the Office of the Basic Education Commission, Udonthani District 1 was at a high level. When considering each aspect, it was found that all aspects had an average score at high level, as follows: communication operations, school public relations planning, data collection, and monitoring and evaluation and 2) The guidelines for public relations operations of schools in the digital era, under the Office of the Basic Education Commission, Udonthani District 1 included a total of 28 guidelines.

Keywords: Public Relations, Development Guidelines, Digital Era

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ประเทศไทย
M.Ed. (Educational Administration), Faculty of Education and Educational Innovation, Kalasin University, Thailand.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ประเทศไทย
Assistant Professor, Faculty of Education and Educational Innovation, Kalasin University, Thailand.

³ อาจารย์ คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ประเทศไทย
Lecturer, Faculty of Education and Educational Innovation, Kalasin University, Thailand.

Corresponding author; e-Mail address: inuchanan@gmail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน จำนวน 328 คน ได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามสภาพปัญหา โดยค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามมีค่าระหว่าง 0.30-0.97 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านการศึกษาข้อมูล และด้านการติดตามประเมินผล ตามลำดับ และ 2) แนวทางการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่า มีแนวทางทั้งหมด 28 แนวทาง

คำสำคัญ: ประชาสัมพันธ์, แนวทางการพัฒนา, ยุคดิจิทัล

บทนำ

การปฏิรูปการศึกษาไทยจะสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรมแบบนับหนึ่งและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง มั่นใจ ยั่งยืน จำเป็นต้องเริ่มต้นที่ประชาชน โดยประชาชนเป็นฐานและต้องพร้อมเปิดแนวร่วมแห่งการรับรู้ รับผิดชอบ รับทำ รับผิดชอบแบบถ้วนทั่วทั้ง “ผู้คนในแนวตะเข็บชายแดน บนยอดภูปลายฟ้า คนเมืองภูธรและคนชั้นกลาง-ชั้นสูงในนครบาล” ซึ่งก็หมายถึงการลดความเหลื่อมล้ำที่รัฐบาลปัจจุบันชูธงแบบลุยถั่วแต่มีได้ปลูกฝังเมล็ดพันธุ์แห่งความ “แกร่ง กล้าและก้าวไกล” ไว้ในแผ่นดิน การศึกษาชาติศตวรรษที่ 21 การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์การศึกษาจึงต้องเป็นให้มากกว่างานฝากหรือกิจกรรมแฝงและต้องเป็นให้มากกว่า info graphic และ information ทรายที่ประชาชนวันนี้นัยไม่รู้ แต่ประชากรวัยเรียนจะต้องรู้ เพื่อการก้าวมันไปสู่ความเป็นพลโลกในยุค Digital และต้องทำให้ได้มากกว่า startup Thailand 4.0 นั่นคือ ความรู้คุณธรรมแบบเข้าใจ เข้าถึง นำไปสู่การพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ตามแนวพระราชปณิธานในหลวงรัชกาลที่ 9 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2559)

ภายใต้บริบทในยุคของ “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Network) ที่อาศัยการเชื่อมต่อแบบไร้สายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “สื่อใหม่” (New media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ผ่านอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น เป็นอุปกรณ์การสื่อสารพกพาส่วนบุคคลที่สามารถนำติดตัวผู้ใช้ไปได้ทุกที่ที่หยิบใช้ได้ตลอดเวลา สะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีลูกเล่นสีสันสวยงาม ตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ได้ทุกมิติ จากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาจึงเป็นสาเหตุให้ความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้งานเปลี่ยนแปลงไป และนับวันจะยิ่งทวีบทบาทความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ สอดคล้องกับความเห็น (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2561)

จากรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2564 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 เพื่อประมวลผลการดำเนินงานตามภารกิจต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายเป้าหมายและแผนงานประจำปี พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนจัดได้ว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากยังมีอุปสรรคปัญหาในเรื่องของการบริหารงานอยู่มาก ปัญหาที่พบก็คือการขาดแผนงานที่ชัดเจน ไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้าน ขาดการจัดสรรงบประมาณ การผลิตสื่อด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนยังไม่แพร่หลาย และขาดการรายงานผล การติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้ส่งผลต่อการประสานงานกันในทุกหน่วยงานทั้งในระดับเดียวกัน และระดับที่ต่างกันจากปัญหาดังกล่าวสรุปได้ว่า สภาพและ



ปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่พบโดยทั่วไปส่วนใหญ่ คือ การขาดทรัพยากรด้านอุปกรณ์และงบประมาณ บุคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการศึกษาให้มีความเหมาะสมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 เพื่อเป็นแนวทางให้สถานศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำสารสนเทศไปใช้ในการส่งเสริมการดำเนินงาน ในสถานศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพองค์กรทางการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

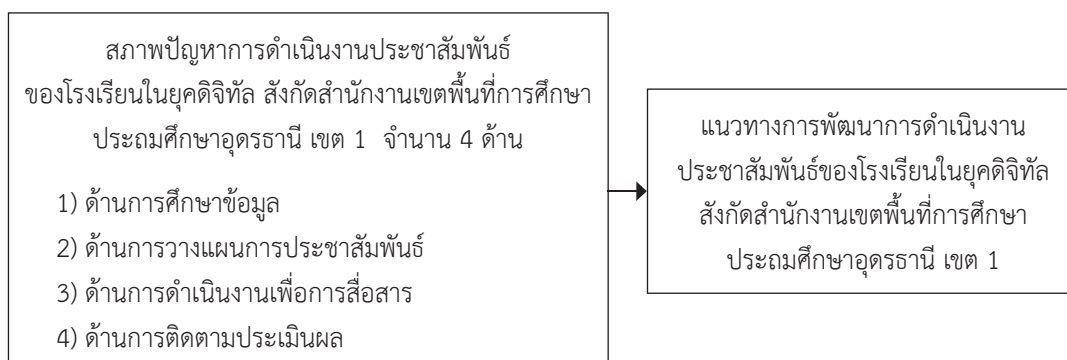
ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุดรธานี เขต 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 216 คน และครู จำนวน 1,996 คน รวมทั้งหมด 2,212 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุดรธานี เขต 1 จำนวน 328 คน เป็นผู้บริหาร จำนวน 164 คน และครู จำนวน 164 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็น สัดส่วน และกำหนดสัดส่วนจำนวนผู้บริหารต่อครูเป็น 1 : 1

ระยะที่ 2 การศึกษาแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ผู้อำนวยการ กลุ่มส่งเสริมการศึกษาทางไกล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ ผู้อำนวยการโรงเรียนที่มีแนวทางการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเลิศ

กรอบแนวคิด



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

1. แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎี หลักการที่เกี่ยวข้อง เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ซึ่งแบบออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ได้แก่ สถานภาพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ระยะที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

1. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยนำมาทุกด้านเพื่อให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา ได้แก่ ด้านการศึกษาข้อมูล ด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น ตอนที่ 2 รายการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยเสนอแบบคำร้องขอออกหนังสือราชการต่อสำนักงานคณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 จากนั้นได้ดำเนินการส่งหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานศึกษาพร้อมแบบสอบถามไปยังสถานศึกษา ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ Google Form

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยนำหนังสือจากมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเองตามวัน เวลา สถานที่ ที่นัดหมาย ผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงสัมภาษณ์ในขณะนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล ระดับสภาพปัญหาและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2553)

4.51-5.00	หมายความว่า	สภาพปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	หมายความว่า	สภาพปัญหาอยู่ในระดับมาก
2.51-3.50	หมายความว่า	สภาพปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	หมายความว่า	สภาพปัญหาอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.50	หมายความว่า	สภาพปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นนำข้อมูลผลการศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 มาหาค่าเฉลี่ยและจัดลำดับสภาพปัญหาเพื่อหาแนวทางพัฒนา โดยนำมาทุกด้านและพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรายด้าน นำไปเป็นข้อคำถามการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ระยะที่ 2 ต่อไป

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เนื้อหา โดยจัดลำดับความถี่ในระดับสูง (ตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป) มาเรียบเรียงข้อมูลให้ได้ใจความสมบูรณ์เป็นร่างแนวทางการพัฒนา จากนั้นส่งร่างแนวทางการพัฒนากลับไป



ให้ผู้ทรงคุณวุฒิยืนยัน แล้วจึงสรุปแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบพรรณนา

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสภาพปัญหาการดำเนินงานโดยภาพรวมและรายด้าน

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล	สภาพปัญหา			ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	
1. ด้านการศึกษาข้อมูล	3.80	0.83	มาก	3
2. ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน	3.91	0.81	มาก	2
3. ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร	3.97	0.87	มาก	1
4. ด้านการติดตามประเมินผล	3.51	0.81	มาก	4
รวม	3.80	0.83	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร ($\bar{X}=3.97$, S.D.=0.87) ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน ($\bar{X}=3.91$, S.D.=0.81) ด้านการศึกษาข้อมูล ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.83) และด้านการติดตามประเมินผล ($\bar{X}=3.51$, S.D.=0.81)

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่า ด้านการศึกษาข้อมูล มีแนวทางการพัฒนา 6 แนวทาง ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีแนวทางการพัฒนา 8 แนวทาง ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร มีแนวทางการพัฒนา 10 แนวทาง และด้านการติดตามประเมินผล มีแนวทางการพัฒนา 4 แนวทาง โดยรวมมีแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ใน 4 ขอบเขต รวมทั้งสิ้น 28 แนวทาง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ด้านการศึกษาข้อมูลด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล

ข้อ	แนวทางการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล
ด้านการศึกษาข้อมูล	
1.1	โรงเรียนมีการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโรงเรียน
1.2	ผู้บริหารส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนวิธีการและกระบวนการทำงาน
1.3	โรงเรียนศึกษาพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรให้เอื้อต่อการเรียนรู้
1.4	ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน รับฟังแนวทางการประชาสัมพันธ์จากผู้ปกครอง นักเรียน หรือชุมชน

(ต่อ)



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อ	แนวทางการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล
1.5	โรงเรียนจัดทำข้อมูลสะท้อนกลับและผลการตอบรับในข้อมูลที่ได้ประชาสัมพันธ์ไปแล้วทุกช่องทาง
1.6	โรงเรียนมีช่องทางที่เหมาะสมเพื่อการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์
ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน	
2.1	โรงเรียนมีการกำหนดแผนงานด้านการจัดกิจกรรมของนักเรียน และมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ
2.2	โรงเรียนมีการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโรงเรียน
2.3	โรงเรียนมีการกำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์
2.4	การวางแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ระบบทีมเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้การทำงานมีคุณภาพ
2.5	โรงเรียนจัดสรรสนับสนุนงบประมาณบุคลากรเพื่อจัดทำประชาสัมพันธ์โรงเรียน
2.6	โรงเรียนมีการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
2.7	โรงเรียนตั้งงบประมาณเฉพาะกิจในกรณีที่ต้องใช้ยามฉุกเฉิน
2.8	ครูที่รับผิดชอบงานเขียนโครงการเสนอการใช้งบประมาณเพื่อเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร	
3.1	ผู้บริหารอบรมพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้และพร้อมที่จะพัฒนาอยู่ตลอดเวลา
3.2	ผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกฝ่ายแสดงความคิดเห็น และรับฟังความเห็นของกันและกัน
3.3	การกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรให้ความร่วมมือ ยอมรับ ปรับตัว ให้มีโอกาสทดลองใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ
3.4	จัดอบรมครูและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ
3.5	โรงเรียนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรให้เอื้อต่อการเรียนรู้
3.6	ส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมกลุ่มหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
3.7	ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมีหลายรูปแบบ
3.8	กลยุทธ์ที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3.9	มีช่องทางการเผยแพร่ ผ่านเว็บไซต์โรงเรียน เพจ Facebook และ Line ส่งข่าวสาร รายงาน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนและผู้ปกครองผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
3.10	ข่าวสารถึงผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างตรงเวลา และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับนักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ด้านการติดตามประเมินผล	
4.1	โรงเรียนนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการจัดการข้อมูล
4.2	จัดการประชุมและสัมมนาออนไลน์ ใช้ Zoom, Microsoft Teams หรือ Google Meet
4.3	การสอบถามและจัดให้มีการแสดงความคิดเห็นผ่านทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ
4.4	การปรับปรุงที่ได้ดำเนินการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สร้างและดูแลเพจ Facebook, Instagram หรือ Twitter เพื่อเข้าถึงและติดต่อกับชุมชนได้ง่ายและรวดเร็ว



อภิปรายผล

จากสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 อภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) เป็นตัวแทนของการรู้เท่าทันยุคดิจิทัล (Literacy for Digital Age) ที่ประกอบด้วยการรวมกันของทักษะที่จำเป็น (Essential Skill) สำหรับการจัดการข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับ ราณี จินสุทธิ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และปานใจ ธารทัศนวงศ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานด้านวิชาชีพทางการศึกษาของครูสภาที่สอดคล้องกับประเทศไทย 4.0 พบว่า ดังนั้น การบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต้องมีการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม เพื่อให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีระบบ และครอบคลุม การสื่อสารในศตวรรษที่ 21 การศึกษาข้อมูลและการรับฟังความคิดเห็นนั้น ที่ทำให้ผู้บริหารและครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ทราบถึงแนวคิด ทศนคติและพฤติกรรมของการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนไปในยุคปกติใหม่ นำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนดแผนงาน โครงการ และกิจกรรมในแต่ละและปีงบประมาณสู่การกำหนดวิธีการในการประชาสัมพันธ์ ระยะเวลา งบประมาณ และรูปแบบที่จะสามารถสื่อสารกับผู้รับข่าวสารในยุคปกติใหม่ ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นมากที่ผู้บริหารและครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการให้รวดเร็ว ทันสมัย ที่เรียกว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการติดตามประเมินผลเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าการดำเนินงานนั้นตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกร สุพรรณ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และปัญญา อธิวิทย์ (2561) ที่ได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร (EPRM: Education Public Relations Management) เริ่มต้นข้อมูลข่าวสารที่มีในชุมชน ได้แก่ ข่าวสาร และบริการ ดำเนินการจัดกระบวนการมี 3 กระบวนการเรียนรู้ ได้แก่ กระบวนการที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น กระบวนการที่ 2 วางแผนประชาสัมพันธ์ และ กระบวนการที่ 3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทาลินี แตรรูปวิไล (2562) ที่ได้ทำการวิจัยรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติ ที่กำหนดให้สถาบันมีรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์คือ การวางแผนงาน การกำหนดจุดมุ่งหมาย ขอบข่ายของงาน และแนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงาน การจัดการองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ และ การวางแผนนโยบายการจัดบุคลากรเข้าทำงานและมอบหมายภาระงานด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการดำเนินงานเกี่ยวกับบุคลากรขององค์กร

2. แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่า ด้านการศึกษาข้อมูล ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน ด้านการดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล โดยรวมมีแนวทางการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ใน 4 ขอบเขต รวมทั้งสิ้น 28 แนวทางซึ่งสามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้ ด้านการศึกษาข้อมูลต้องมีการประชุมร่วมกันเพื่อนำผลการประชุมมาใช้ในการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกรียงไกร สุพรรณ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ (2561) เรื่องการบริหารการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาองค์ประกอบและการพัฒนารูปแบบการจัดการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่ารูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในระยะที่ 1 มีการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น และศึกษาสภาพทั่วไป ก่อนนำข้อมูลมาวางแผนการประชาสัมพันธ์และงานวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องวงจรคุณภาพ (PDCA) ที่ผู้วิจัยใช้หลักการนี้เป็นกรอบในการวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงทำให้มีความสอดคล้องกัน ซึ่งหลักการนี้มี 4 หลัก คือ 1) การจัดทำและวางแผน 2) ปฏิบัติตามแผน 3) การติดตามประเมินผล 4) การกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ไม่เป็นไปตามแผน สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ เกรียงไกร สุพรรณ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ (2561) จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยคือสถานศึกษาเอกชนควรกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาให้มีความชัดเจน และระยะเวลาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ปกครอง

ได้รับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วทันสมัยและถูกต้องผลการวิจัยได้รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ ค้นพบประเด็นที่สอดคล้องกันต่อการบริหารการประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการกำหนดนโยบายการวางแผนที่ชัดเจนมีวิธีการดำเนินงานที่หลากหลายมีความต้องการขององค์กรและบุคลากรประเภทสื่อประชาสัมพันธ์คือสื่อบุคคลสื่อมวลชนและสื่อเทคโนโลยีการศึกษาข้อมูลและการรับฟังความคิดเห็นนั้น ที่ทำให้ผู้บริหารและครูผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ทราบถึงแนวคิด ทศนคติและพฤติกรรม การบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล นำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนดแผนงาน โครงการ และกิจกรรมในแต่ละปีงบประมาณสู่การกำหนดวิธีการในการประชาสัมพันธ์ ระยะเวลา งบประมาณ และรูปแบบที่จะสามารถสื่อสารกับผู้บริหารในยุคระดับดิจิทัล ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นมากที่ผู้บริหารและผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการให้รวดเร็ว ทันสมัย ที่เรียกว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการติดตามประเมินผลเพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานว่าการดำเนินงานนั้นตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกร สุพรรณ, เสาวณีย์ ลีขาบณิต, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ (2561) ที่ได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร (EPRM: Education Public Relations Management) เริ่มต้นข้อมูลข่าวสารที่มีในชุมชน ได้แก่ ข่าวสาร และบริการ ดำเนินการจัดกระบวนการมี 3 กระบวนการเรียนรู้ ได้แก่ กระบวนการที่ 1 การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น กระบวนการที่ 2 วางแผนประชาสัมพันธ์ และกระบวนการที่ 3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทาไลนี แตรรูปวิไล (2562) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติ ที่กำหนดให้สถาบันมีการบริหารการประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนงาน การกำหนดจุดมุ่งหมาย ขอบข่ายของงาน และแนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงาน การจัดการองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ และ การวางแผนนโยบายการจัดบุคลากรเข้าทำงานและมอบหมายภาระงานด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการดำเนินงานเกี่ยวกับบุคลากรขององค์กร

กล่าวโดยสรุป แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคระดับดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 นั้น ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปวางแผนให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและสภาพ การปฏิบัติงานของแต่ละโรงเรียน เพื่อพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคระดับดิจิทัล ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดและช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกฝ่ายแสดงความคิดเห็น และรับฟังความเห็นของกันและกัน กระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรให้ความร่วมมือ ยอมรับ ปรับตัว ให้มีโอกาสดลองใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมกลุ่มหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์มีกลยุทธ์ที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีช่องทางเผยแพร่ ผ่านโซเชียลมีเดีย ส่งข่าวสาร รายงาน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนและผู้ปกครองผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

2. ผู้บริหารควรสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนวิธีการและกระบวนการทำงาน นอกจากนี้โรงเรียนควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เอื้อต่อการเรียนรู้และการทำงานของทีมงานประชาสัมพันธ์ ควรมีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปกครอง นักเรียน และชุมชน และจัดทำข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในยุคระดับดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ระหว่างโรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่และขนาดใหญ่พิเศษ

2. ควรวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชียลมีเดียต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน และตรวจสอบวิธีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด



เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร สุพรรณ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และ ปัญญา ธีระวิทยาเลิศ. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์
ในสถานศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 8(1), 41-52.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุริยวิทยาสาน.
- ราณี จินสุทธิ, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และ ปานใจ ธารทัศน์วงศ์. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อ
การให้บริการงานด้านวิชาชีพทางการศึกษาของครูสภาที่สอดคล้องกับประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการ*
Veridian E-Journal, Silpakorn University, 11(3), 572-588.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2559). *การปฏิรูปการศึกษาไทย*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก*.
<https://borc.anamai.moph.go.th/web-upload/24xe82d9421a764bd38b31a4171c44f37a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-1-15.pdf>
- ทาลินี แตรูปวิไล. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติ.
วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 13(1), 164-178.