

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
**Development of Effective Public Relations Model of Schools under Nakhon
Phanom Primary Educational Service Area Office 2**

สุวิทย์ หอมสมบัติ,
วัลณิกา ฉลากบาง และ บุญมี ก่อบุญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
**Suwit Homsombat,
Wannika Chalabang and Boonmee Koboon**
Sakon Nakhon Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: suwit.homsombat@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน และระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 327 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่า IOC 1.00 มีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.20-0.85 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.99 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

* วันที่รับบทความ: 29 กรกฎาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ: 6 กันยายน 2565; วันที่ตอบรับบทความ: 9 กันยายน 2565

2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน ทั้งโดยภาพรวมและรายด้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.11) สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.15) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.76$, S.D. = 0.13) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.15) และขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.19) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ; การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา; การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

Abstracts

The objectives of this study were to develop and examine the suitability Of an Effective Public Relations Model of Schools under Nakhon Phanom Primary Educational Service Area Office 2. The study adopted the mixed methods research design between quantitative research and qualitative research which was divided into 2 phases. In Phase 1 developing the schools' effective public relations model, relevant concepts, theories, documents, research works were studied and synthesized while opinions were sought and collected from 7 specialists. Regarding Phase 2—an examination of the developed effective public relations model, 327 administrators and teachers under Nakhon Phanom Primary Educational Office Area 2 in 2021 academic year selected by multi-stage random sampling. The tool used in data collection was a 5-level rating scale questionnaire with 1.00 IOC questionnaire with discrimination power between 0.20 - 0.85 and reliability value at 0.99. Statistics implemented in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation (S.D.)

The research results were as follows:

1. The effective public relations model in the schools under Nakhon Phanom Primary Educational Office Area 2 incorporated 4 elements: the factors that supported the effective public relations, schools' public relations scope, effective public relations process, and the outcomes of the schools' efficient public relations.

2. Development of Effective Public Relations Model of Schools under Nakhon Phanom Primary Educational Service Area Office 2, both as a whole and on each aspect, was suitable at the highest level ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.11). All aspects were arranged from the highest to the lowest means of suitability in this way: the school effectiveness ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.15), factors which supported the effective public relations ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.13), effective public relations process ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15), and public relations scope ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.19).

Keywords: Model Development; Schools' Public Relations; Effective Public Relations

บทนำ

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและหน่วยงานตลอดจนงานด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านศาสนา และงานสังคมสงเคราะห์ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธภาพอันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันเพื่อให้เกิดความรู้สึกรักใคร่ที่ดี โรงเรียนเป็นองค์กรหนึ่งในสังคมทำหน้าที่ให้การศึกษอบรมแก่เยาวชนเพื่อให้เป็นผู้มีความรู้ เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งให้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม งานหลักของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่อไปนี้ คือ การสอน การแนะแนวการศึกษาและอาชีพ กิจกรรมต่างๆ ของนักเรียนและบริการของโรงเรียน เพื่อสนองความสนใจและความต้องการอันจำเป็นของนักเรียน ชุมชน หรือสังคมใกล้โรงเรียนและประเทศชาติ (จันทรานี สงวนนาม, 2551 : 5)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอสารสนเทศต่อประชาชนด้วยวิธีติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่ดีต่อโรงเรียน งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความนิยมให้แก่กลุ่มประชาชนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนด้วยวิธีการบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์และสิ่งต่างๆ ที่โรงเรียนหรือสถาบันทำลงไป การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน (ระพีพรรณ ร้อยพิลา, 2553 : 23) การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้นทั้งนี้เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องสม่ำเสมอ การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนานๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความรู้ที่คลาดเคลื่อนและจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดีซึ่งส่งผลต่อปฏิกริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ โรงเรียนเป็นสถาบันที่ต้องดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับมวลชน โรงเรียนมีหน้าที่บริการการศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น โรงเรียนต้องเป็นแบบอย่างของสถาบันที่ดี เพราะเป็นแหล่งปลูกฝังความรู้ความคิดอันเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมใดของโรงเรียนอยู่ก็จะประสบความสำเร็จล้มเหลวไม่เป็นที่ประทับใจของคนทั่วไป トラบดีที่โรงเรียนยังเป็นสถาบันที่ต้องติดต่ออยู่ การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นความสำคัญที่โรงเรียนจะต้องวางแผนดำเนินการเพื่อภาพพจน์ที่ดีงาม น่าศรัทธาเลื่อมใสมาสู่โรงเรียนโดยตรง (มิ่งขวัญ ทาสี, 2553 : 3)

การประชาสัมพันธ์จะบรรลุเป้าหมายได้นั้น ทุกหน่วยงานจำเป็นต้องพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มต่างๆ โดยทำความเข้าใจทัศนคติและค่านิยมของชุมชน ดังนั้นการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องยึดถือปฏิบัติในการทำความดีมีคุณธรรม เผยแพร่ข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง สร้างความสนใจให้เกิดขึ้นด้วยการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมและใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย การประชาสัมพันธ์โรงเรียน

มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ นโยบายของผู้บริหารโรงเรียน เครื่องมือและลักษณะการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนทำให้งานประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับสถานศึกษา ความรู้และเจตคติของบุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องพิจารณาตัดสินใจเป็นอย่างดี จะเป็นผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นภารกิจของผู้บริหารโรงเรียนที่จะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะถ้าประชาสัมพันธ์ดีจะมีผลดีต่อชื่อเสียง ความนิยมชมชอบ และเกียรติคุณของโรงเรียน และจะต้องให้ความสำคัญมากเท่าๆ กับการบริหารโรงเรียนด้านอื่นด้วยการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเริ่มจากผู้บริหารจนถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงาน เพราะเมื่อทุกคนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องก็จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ดี เมื่อมีพฤติกรรมที่ดีแล้วก็จะก่อให้เกิดความสามัคคีและความราบรื่นในการปฏิบัติงาน (จามรี มาลีหวล, 2554 : 4) งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะดำเนินการไปด้วยดีมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้อย่างถูกต้อง แต่โรงเรียนส่วนใหญ่ยังขาดการสำรวจข้อมูลที่เป็นในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จึงทำให้การดำเนินงานขาดประสิทธิภาพ ไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ ส่วนใหญ่จะดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารโรงเรียนมากกว่าการดำเนินงานไปตามแผนและไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทำให้ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ด้อยลง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนผู้บริหารต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรในโรงเรียนให้เข้าใจซึ่งกันและกัน ประารถนาที่จะสร้างสรรค์และทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น หากโรงเรียนประสบความล้มเหลวในงานนี้แล้วผลเสียก็จะตามมา เช่น ความเข้าใจผิด ความแคลงใจซึ่งกันและกัน การขัดแย้งกันเอง การนิินหาว่าร้าย การสร้างข่าวลือในเรื่องอื้อฉาวต่างๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ทำให้การบริหารโรงเรียนเป็นไปด้วยความยากลำบาก (ประทีปแสง พลรักษา, 2553 : 3)

ดังนั้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายภายในโรงเรียนหรือกับบุคคลภายนอกโรงเรียน เป็นสื่อกลางสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน (มโนชา จงหมื่นไวย, 2553 : 32) ทำให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานศึกษา ช่วยให้เกิดความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษากับชุมชน และเป็น การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ศรายุทธ ชื่นชมบุญ, 2556 : 27) การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลจึงส่งผลให้สถานศึกษาได้รับการยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้เผยแพร่ข่าวสารออกไปยังบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายผ่านกระบวนการสื่อสารด้วยวิธีต่างๆ อย่างมีระบบเป็นขั้นตอน และต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานของสถานศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามความมุ่งหมายในที่สุด

จากรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2563 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนมเขต 2 เพื่อประมวลผลการดำเนินงานตามภารกิจต่างๆ ที่สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และแผนงานประจำปี พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน จัดได้ว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากยังมีอุปสรรคปัญหาในเรื่องของการบริหารงานอยู่มาก ปัญหาที่พบก็คือการขาดแผนงาน ที่ชัดเจน ไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้าน ขาดการจัดสรรงบประมาณ การผลิตสื่อด้านการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียนยังไม่แพร่หลาย และขาดการรายงานผล การติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่าง เป็นระบบ ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสานงานกันในทุกหน่วยงานทั้งในระดับเดียวกัน และระดับที่ต่างกัน จากปัญหาดังกล่าวสรุปได้ว่า สภาพและปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่พบ โดยทั่วไป ส่วนใหญ่ คือ การขาดทรัพยากรด้านอุปกรณ์และงบประมาณ บุคลากรขาดความรู้ และประสบการณ์ในการ ดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2, 2563 : ออนไลน์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีความสำคัญและ จำเป็นอย่างยิ่งเพราะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการศึกษาให้มีความเหมาะสมให้ทันต่อการ เปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เพื่อเป็นแนวทาง ให้สถานศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไป ประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2
2. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณกับการ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 (ข้อมูลจากกลุ่มนโยบายและแผนสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ประจำปีการศึกษา 2564) จำนวน 2,256 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 206 คน และครูผู้สอน จำนวน 2,050 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน วาโร เฟิงส์วส์ตี, 2551 : 191) จำนวน 322 คน แต่ผู้วิจัยจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 332 คน เพื่อจะได้เก็บข้อมูลให้ครบตามที่กำหนดไว้ โดยจำแนกจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพ ดังนี้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายรูปแบบ โดยเรียงลำดับการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ และผลของการประชาสัมพันธ์

2.2 นำขอบเขตด้านเนื้อหาที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้อ 2.1 มาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งองค์ประกอบของร่างรูปแบบประกอบด้วย

2.2.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา มี 6 ด้าน ได้แก่

- 1) บุคลากรประชาสัมพันธ์
- 2) งบประมาณสนับสนุน
- 3) ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย
- 4) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์
- 5) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย
- 6) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์

2.2.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา มี 4 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) การรวบรวมข่าวสาร
- 2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน
- 3) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน
- 4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

2.2.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา มี 4 ขั้นตอนคือ

- 1) การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น
- 2) การวางแผน
- 3) การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร)
- 4) การประเมินผล

2.2.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา มี 5 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน
- 2) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน
- 3) การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา
- 4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 5) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา

2.3 นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน เครื่องมือในการประเมินองค์ประกอบเป็นแบบสอบถามลักษณะเห็นด้วยให้ 1 และไม่เห็นด้วยให้ 0 โดยมีเกณฑ์พิจารณาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามนั้นกับประเด็นหลักของเนื้อหาที่มีความสอดคล้องตั้งแต่ ร้อยละ 80 และค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา

2.4 ดำเนินการสร้าง และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

2.5 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง โดยใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

2.6 ตรวจสอบและปรับปรุงเครื่องมือตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วส่งให้กลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

2.7 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติต่างๆ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดค่าคะแนนและเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

1) การกำหนดค่าคะแนน

ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อศึกษาระดับความเหมาะสมของรูปแบบ ผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความเหมาะสมมากที่สุด	ให้ค่าคะแนน 5
ระดับความเหมาะสมมาก	ให้ค่าคะแนน 4
ระดับความเหมาะสมปานกลาง	ให้ค่าคะแนน 3

ระดับความเหมาะสมน้อย ให้ค่าคะแนน 2
ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด ให้ค่าคะแนน 1

2) การแปลผลคะแนน

นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 21)

4.51 - 5.00 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 - 4.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมมาก
2.51 - 3.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 - 2.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมน้อย
1.00 - 1.50 หมายถึง รูปแบบมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัยกำหนดค่าเฉลี่ยที่เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบที่ 3.51 ขึ้นไป

3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

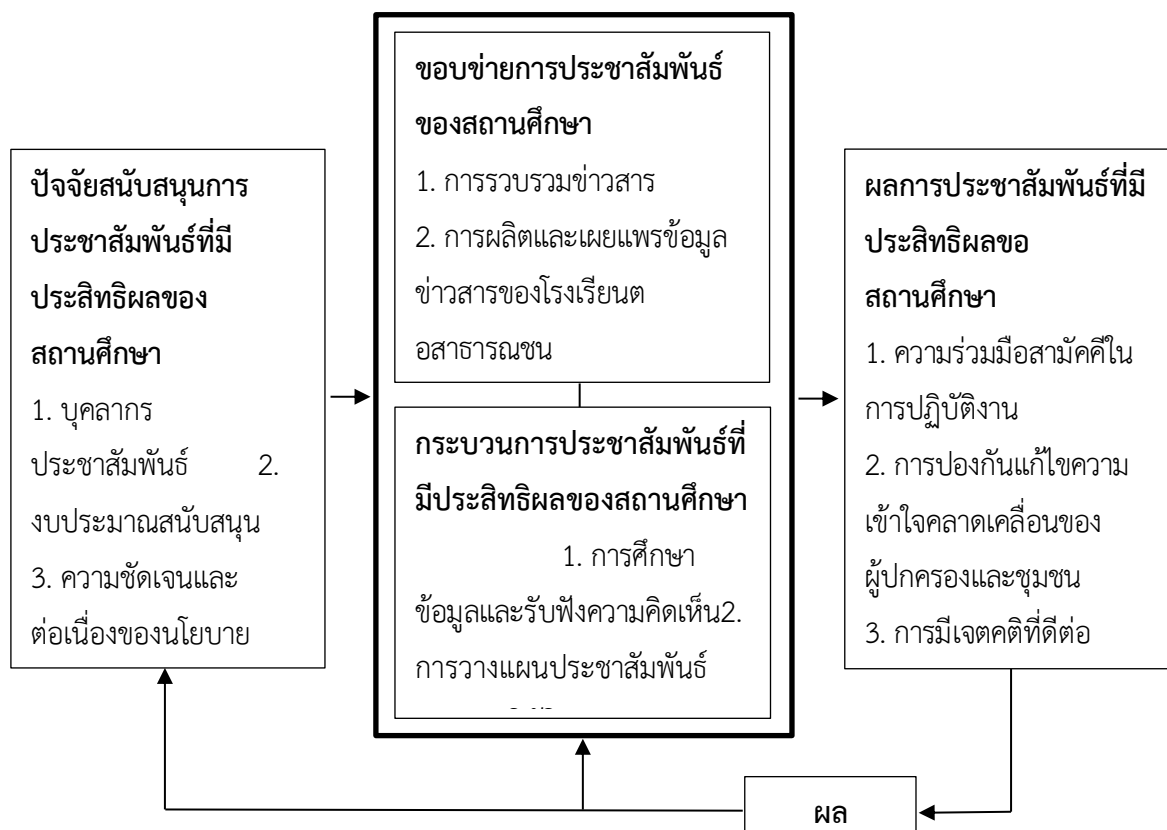
การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์พิจารณา ถ้าข้อความใดมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความเหมาะสม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของวโร เพ็งสวัสดิ์ (2553 : 9) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 สามารถสรุปผลตามลำดับ ดังนี้

1. การดำเนินการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบ และระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

การวิจัยระยะที่ 1 การพัฒนารูปแบบ ประกอบด้วย 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำขอบเขตด้านเนื้อหาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา และ 3) นำร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา

การวิจัยระยะที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 2,256 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 206 คน และครูผู้สอน จำนวน 2,050 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ปีการศึกษา 2564 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan, (อ้างถึงใน วาโร เฟิงส์วีสต์, 2551 : 191) จำนวน 322 คน แต่ผู้วิจัยจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 332 คน ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 63 คน และครูผู้สอน จำนวน 269 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 327 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.50 การได้มาของกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ซึ่งมีความตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20-0.85 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.99 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอน สรุปได้ดังตาราง 5

ตาราง 5 ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความ เหมาะสม
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	4.76	0.13	มากที่สุด
2. ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา	4.64	0.19	มากที่สุด
3. กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	4.69	0.15	มากที่สุด
4. ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	4.79	0.16	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.77	0.12	มากที่สุด

จากตาราง 5 พบว่าความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.16) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.76$, S.D. = 0.13) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.15) และขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.19) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ พบว่าความเหมาะสมของปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.76$, S.D. = 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ งบประมาณสนับสนุน ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.30) บุคลากรประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.20) ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.20) การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.27) ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.21) และความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.26) ตามลำดับ

1.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาในแต่ละด้านใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา 4 ขั้น คือ ขั้นการศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น

ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ขั้นการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) และขั้นการประเมินผล พบว่าความเหมาะสมของขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.28) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.24) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.27) และการรวบรวมข่าวสาร ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) และการประเมินผล กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาในแต่ละด้านใช้ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 4 ด้าน มาเป็นกระบวนการหลักในการดำเนินงานขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ คือ การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ดังตาราง 6

ตาราง 6 ความเหมาะสมของการใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา	ค่าสถิติ (n = 327)		ระดับ ความเหมาะสม
	$\bar{x}$	S.D.	
1. การรวบรวมข่าวสาร	4.64	0.22	มากที่สุด
2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน	4.66	0.20	มากที่สุด
3. งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน	4.74	0.19	มากที่สุด
4. การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	4.77	0.15	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.69	0.15	มากที่สุด

จากตาราง 6 พบว่าความเหมาะสมของการใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.15) งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.19) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.20) และการรวบรวมข่าวสาร ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.20) ตามลำดับ

1.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครองและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา พบว่าความเหมาะสมของผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ($\bar{x} = 4.86$, S.D. = 0.18) การเกิดภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.18) การเกิดเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.28) การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.24) และความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.28) ตามลำดับ

2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 มีความเหมาะสมทั้งโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.16) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.76$, S.D. = 0.13) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.15) และขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.19) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นเพื่ออภิปรายผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ได้แก่ การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) การประเมินผล 4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ได้แก่ ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 ดังนี้

1.1 ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย และความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวจะทำให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจะช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ของผู้ดำเนินการกำหนดภาพลักษณ์ของหน่วยงาน จะนำไปสู่กลยุทธ์และขยายผลสู่กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งมวลและการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงาน สื่อที่ใช้ในการดำเนิน งานประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับนักประชาสัมพันธ์จะพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์และต้องพัฒนาสื่อต่างๆ ให้ทันสมัยและมีหลากหลาย การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยสื่อต่างๆ ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเรื่องหรือกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดรอบคอบ นอกจากนี้การใช้สื่อที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับกนกวรรณ ใจรีน (2556 : 4) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) นโยบาย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4) วิธีการดำเนินงาน 5) งบประมาณ 6) สื่อประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้พัชรวิภา ประภัสสร (2557 : 93) ได้กล่าว ถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) ด้านบริหารจัดการ 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านสื่อในการสื่อสาร 5) ด้านข่าวสาร 6) ด้านวัสดุนำเสนอ สอดคล้องกับศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้นสุวรรณนท์ (2558 : 184) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ 1) การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจนนำไปสู่การปฏิบัติและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร 2) ความพร้อมขององค์กร และบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน 3) การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร 4) การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและบุคลากร 5) การใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย และ6) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ สร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

1.2 ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ประกอบด้วย การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน และการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเป็นภารกิจที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย เช่น การจัดทำข้อมูล ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง

ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานศึกษาให้บุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงานได้รับทราบ เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงานให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และ การประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาเป็นการเผยแพร่ผลงานของสถานศึกษาออกสู่ชุมชน ทำให้ชุมชนได้ทราบถึงผลงานของโรงเรียนที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ทั้งที่เป็นการร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่นๆ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความรู้ ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน รวมทั้ง การสร้างเครือข่ายภายนอกองค์กรเป็นการจัดให้มีเครือข่ายการประสาน งานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายนอกโรงเรียน เพื่อการติดต่อสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองนักเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอก สอดคล้องกับทองมี สามารถ (2554 : 44) ได้กล่าวว่าขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามี 3 ด้าน 1) การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และ 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ปรีชา จันทรเทพ (2554 : 66) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การรวบรวมข่าวสาร 2) การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและประสานงานกับชุมชน 3) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายในและภายนอกสถานศึกษา 4) การติดตามและประเมินผล เช่นเดียวกับสุภาพร พันสี (2555 : 32) ได้กล่าวถึงขอบข่ายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาความจำเป็นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความต้องการในการได้รับข้อมูลข่าวสารของชุมชน 2) การจัดเครือข่ายประสานงานการประชาสัมพันธ์ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน 4) การติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) และการประเมินผล ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล เป็นขั้นตอนการทำงานที่ผู้ประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการเพื่อทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุจุดมุ่งหมาย ประกอบด้วย การศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งความต้องการและปัญหา การแสวงหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น และมีการตรวจสอบประสามติ ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของประชากรที่เกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการการปฏิบัติงานของโรงเรียน หรือต่อนโยบายของโรงเรียนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนดำเนินงาน การกำหนดสิ่งที่ต้องปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานมีความสอดคล้องต่อเนื่องบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ การวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ การดำเนินการหรือลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่

เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการปฏิบัติการจะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และทันเวลา จึงจะได้ผลเป็นที่น่าพอใจ การรวบรวมข้อมูลเพื่อตัดสินใจตัดสินใจของงานที่กระทำไปแล้วว่าส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มากน้อยเพียงใด สื่อที่องค์การใช้ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่ สอดคล้องกับ นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์ (2556 : 55-56) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาวิจัยหรือ การค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและรับฟัง 2) การวางแผนและตัดสินใจ 3) การติดต่อสื่อสารถึงประชาชน และ 4) การประเมินผล และเกรียงไกร สุพรรณ (2561 : 30) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษา ข้อมูล 2) การวางแผน 3) การปฏิบัติงาน-การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล เช่นเดียวกับนิพนธ์ สุนทโรทก (2561 : 54) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การศึกษาหาข้อมูล 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ 3) การดำเนินงาน และ 4) การประเมินผล

1.4 ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ประกอบด้วย ความร่วมมือสามัคคี ในการปฏิบัติงาน การป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเกิดภาพพจน์ที่ดีกับ สถานศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาเป็นการแสดงถึงความสำเร็จที่เกิด จากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา โดยพิจารณาจากการกระทำของครูที่รับผิดชอบการ ประชาสัมพันธ์และปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นกับผู้เกี่ยวข้อง โดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อให้บุคลากรใน โรงเรียนและประชาชนร่วมมือกับสถานศึกษา การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอ ข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็ จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถานศึกษา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนและการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ การป้องกันความเข้าใจผิดซึ่งย่อม มีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง รวมถึงการแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดย ด่วนอย่างเหมาะสมหรือทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเป็นผลเสียหายกระทบกระเทือนต่อสถาบันได้ การสร้าง ความนิยมความคิดความรู้สึที่ดีความศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน จะมีผลทำให้การดำเนินงาน ของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินงาน การ ประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมุ่งต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเป็น ความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งภายในหน่วยงาน สภาพของโรงเรียนในด้านต่างๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากร ในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความ ศรัทธา สอดคล้องกับทองมี สามาน (2554 : 33) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) สร้างภาพพจน์ ที่ดีของโรงเรียน สร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน 2) ป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด

คลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน 3) เพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องของลดความตึงเครียดทั้งภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนได้ และ4) ส่งเสริมเกลี้ยกล่อมชักจูงกลุ่มคนให้เกิดศรัทธามีทัศนคติที่ดีต่อผลิตผลของโรงเรียน นอกจากนี้สุภัทสร โกสุมสม และอัลฮามิธ มะลิซ้อน (2555 : ออนไลน์) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี 2) ทำให้ข้าราชการ เจ้าหน้าที่และประชาชนได้ทราบและเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ 3) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี 4) ช่วยแก้ไขความขัดแย้ง ข้อข้องใจในด้านต่างๆ 5) ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ที่ทันสมัย 6) ทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ เช่นเดียวกับอนันต์ ปัตตังทนาง (2555 : 30) ได้กล่าวถึงผลของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) เผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักทั่วไป 2) เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) ก่อให้เกิดความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน 4) กระตุ้นให้บุคลากรในโรงเรียนได้กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน 5) ทำให้บุคคลภายนอกมีเจตคติที่ดีต่อโรงเรียน

2. ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ บุคลากรประชาสัมพันธ์ งบประมาณสนับสนุน ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ การใช้สื่อที่หลากหลายและทันสมัย ความเหมาะสมและต่อเนื่องของเวลาในการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ได้แก่ การรวบรวมข่าวสาร การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชน งานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงเรียน การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่ การศึกษาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์(การสื่อสาร) การประเมินผล 4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา ได้แก่ ความร่วมมือสามัคคีในการปฏิบัติงาน การป้องกันแก้ไขความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้ปกครองและชุมชน การมีเจตคติที่ดีต่อสถานศึกษา การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการมีภาพพจน์ที่ดีกับสถานศึกษา พบว่า มีความเหมาะสมทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำหรับสถานศึกษา

การนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาไปใช้นั้น สถานศึกษาควรปฏิบัติ ดังนี้

1) จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ดังนั้น โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 จึงควรนำรูปแบบดังกล่าวไปปรับใช้ตามความเหมาะสมในบริบทสถานศึกษาของตน

2) จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านงบประมาณสนับสนุน ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรสนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบาย ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีนโยบายวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

3) จากผลการวิจัย พบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรวบรวมข่าวสาร ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียนและผู้ปกครองทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

4) จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 พบว่า การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู ผู้ปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าหากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ย่อมจะส่งผลทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เกิดความสัมพันธ์ที่ดี เป็นผลให้หน่วยงานปลอดจากการเข้าใจผิด และปราศจากปัญหาขัดแย้งทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน อันจะไปสู่ความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรทุกคนในการปฏิบัติงาน

1.2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ควรนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดทำคู่มือการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา เพื่อให้สถานศึกษาได้นำไปใช้อย่างเหมาะสม และจัดอบรม

ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ให้สามารถใช้คู่มือการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้จากผลการวิจัยพบว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายของงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษามีความเหมาะสมน้อยที่สุดในบรรดาองค์ประกอบทั้งหมดของรูปแบบ ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครพนม เขต 2 ควรจัดอบรมให้ความรู้กับผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรประชาสัมพันธ์ให้ตระหนักถึงขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเพื่อจะได้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยเชิงทดลองโดยนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับสถานศึกษาและศึกษาผลที่เกิดขึ้น

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น เพื่อจะนำข้อค้นพบที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงรูปแบบต่อไป

2.3 ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา/มัธยมศึกษา เพื่อให้เกิดผลการพัฒนาที่มีความยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ไกรรัตน์. (2556). การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. การค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เกรียงไกร สุพรรณ. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2551). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บุ๊ค พอยท์.
- จามรี มาลีหาล. (2554). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านจารย์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุรินทร์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทองมี สามารถ. (2554). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านนาใหม่ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2556). ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้โดนใจผู้รับ. กรุงเทพมหานคร: บุ๊คส์ทูยู.
- นิพนธ์ สุนทรโรทก. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียน กรณีศึกษา โรงเรียนสตรีราชินูทิศ จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประทีปแสง พลรักษา. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนหนองตา อำเภอลือชัย จังหวัดขอนแก่น. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ปรีชา จันทร์เทพ. (2554). การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ ค.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พชรไพ ประภัสสร. (2557). กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- มนocha จงหมื่นไวย. (2553). การศึกษาสภาพ ปัญหา และแนวทางแก้ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 5. วิทยานิพนธ์ ค.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- มิ่งขวัญ ทาสี. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมารีย์พิทักษ์อุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ระพีพรรณ ร้อยพิลา. (2553). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภาวะผู้นำในการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ ค.ด. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). วิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ศรายุทธ ชื่นชมบุญ. (2556). สภาพและปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 5. วิทยานิพนธ์ ค.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ศิริวรรณ จุลทับ และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษา เขตภูมิภาคใต้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 2 (2), 184.
- สำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. (2563). ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2564. แหล่งที่มา: <https://www.nkp2.go.th/>.
- สุภัสสร โกสมสม และอัลฮามิธ มะลิซ้อน. (2555). ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2564. แหล่งที่มา: <https://mitmayzii07.wordpress.com/tag/>.
- สุภาพร ทันสี. (2555). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านนาจิว อำเภอสังขาม จังหวัดหนองคาย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อนันต์ ปัตตังทานัง. (2555). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนวังไม้แดงพิทยาคม อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.