

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โรงเรียนอนุบาลในฐานะเป็นสังคมหน่วยหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีหน้าที่ให้ความรู้ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกที่ดีมีประสิทธิภาพให้กับสังคม ดังนั้น โรงเรียนอนุบาลจึงมีบทบาทสำคัญในการเตรียมเยาวชนให้เป็นผู้ใหญ่ที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข (สุพันธ์ ยนต์ทอง, ม.ป.ป. : 15) โรงเรียนเป็นสถาบันของสังคมในการจัดการหรือบริหารจะต้องพิจารณาถึงความต้องการของสังคม และความต้องการของบุคคลประกอบกัน เพื่อให้โรงเรียนอนุบาลสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพหน้าที่ของโรงเรียนที่ สุพันธ์ ยนต์ทอง ได้กล่าวไว้ ได้แก่ ให้ความรู้ทางวิชาการทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตในสังคมให้แก่ผู้เรียน ฝึกผู้เรียนให้มีทักษะและความสามารถในการประกอบอาชีพ และทางด้านเศรษฐกิจ ฝึกอบรมผู้เรียนให้มีวัฒนธรรม ศีลธรรมจรรยา และมารยาทอันดีงามค่านิยมงานของโรงเรียนให้สอดคล้องกับนโยบายของประเทศ และระเบียบแบบแผนของทางราชการ และ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ เพื่อช่วยกันปรับปรุงโรงเรียนและชุมชน

ในจุดเริ่มต้นของโลกธุรกิจของการศึกษา ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานี มีการขยายการให้บริการกันเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการของประชาชนที่ต้องการนำบุตรหลานมาเข้าเรียน เพราะเหตุนี้จึงทำให้มีการแข่งขันกันสูงเพื่อที่จะได้เด็กนักเรียนมาเข้าเรียนในสถานศึกษาของตนด้วยเหตุนี้ โรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานีจึงประสบปัญหาในเรื่องการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อในประชาชนรับทราบข้อมูลในโรงเรียนของตนและมีความเชื่อมั่นในควมมีคุณภาพของสถานศึกษาของตนเอง เพื่อที่จะได้ส่วนครองตลาดจำนวนเด็กนักเรียนเพิ่มมากขึ้น

โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี ในฐานะเป็นองค์กรทางการศึกษา มีหน้าที่ต้องให้การศึกษาที่ดี มีคุณภาพและมีมาตรฐานแก่ประชาชนผู้แสวงหาการศึกษา เพื่อพัฒนาตนเอง พัฒนาคุณภาพชีวิต และพัฒนาด้านการศึกษา โรงเรียนอนุบาลเอกชนจะต้องสร้างความมั่นใจ และพัฒนาด้านการศึกษา โรงเรียน

อนุบาลเอกชนจะต้องสร้างความมั่นใจ เชื่อถือ ศรัทธาแก่ผู้เรียนผู้ปกครอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ โรงเรียนอนุบาลในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 ในเขตจังหวัดอุดรธานีซึ่งร่วมมือรับภาระการจัดตั้งการศึกษา ขั้นพื้นฐานระดับอนุบาลตามโครงการขยายโอกาสทางการศึกษาได้รับการคาดหวังให้จัดการศึกษาที่มีคุณภาพดีมาโดยตลอด ดังนั้นการจัดการศึกษาในระดับอนุบาลสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 ในเขตจังหวัดอุดรธานีจึงมีบทบาทสำคัญที่ได้สร้างสรรค์ และพัฒนาประชากรส่วนหนึ่งของประเทศให้มีความรู้ความสามารถ

แนวทางการจัดการศึกษาของจังหวัดอุดรธานี มีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคม ตัวอย่าง การเพิ่มจำนวนโรงเรียน หรือการปรับปรุงแนวทางการรับนักเรียนและการแบ่งเขตพื้นที่การศึกษา ส่งผลกระทบต่อโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานีโดยรวม ประกอบกับโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานีได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ต่างๆ ของสังคมเมือง สังคมโลกอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตาม โรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานีก็จำเป็นต้องเร่งพัฒนาในเชิงพัฒนาในเชิงคุณภาพ ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม เพื่อเป็นทางเลือกที่ผู้รับบริการคือผู้เรียนและผู้ปกครองยอมรับ เชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจให้จัดการศึกษา มีความเข้าใจ ให้ความร่วมมือสนับสนุนโรงเรียนในทุก ๆ ด้าน

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างมากในโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานีเนื่องจากเป็นองค์กรหนึ่งที่ช่วยจัดการศึกษา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือ สนับสนุนจากชุมชนและกลุ่มองค์กรต่างๆ และผู้ปกครองที่ไว้วางใจนำบุตรหลานมาเข้าเรียน และการที่จะได้รับความร่วมมือ สนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ นั้น นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540 :1) ได้กล่าวถึง กระบวนการติดต่อสัมพันธ์สองทางซึ่งก็คือ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้การบริหารโรงเรียนบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่ง ชม ภูมิภาค (2526 : 4) ได้กล่าวว่า สาเหตุที่โรงเรียนต้องจัดการประชาสัมพันธ์ไว้ว่าในระบบสังคมประชาธิปไตย รัฐมีข้อผูกพันจะต้องแจ้งกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินไปให้ประชาชนทราบ โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีความจำเป็นต้องแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบ โรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตจังหวัดอุดรธานีก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีความจำเป็นต้องแจ้งกิจการต่างๆ ให้ประชาชนทราบ อีกทั้งโรงเรียนจะทำกิจกรรมต่างๆ ได้สำเร็จเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจความเข้าใจ และความมั่นใจที่ประชาชนมีให้กับโรงเรียนอนุบาล โรงเรียนอนุบาลเป็นเพียงพล้งส่วนหนึ่งของสิ่งที่จะช่วยให้

การศึกษาและการศึกษาที่ดีที่สุด ที่เด็กจะได้รับ จะต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างส่วนต่าง ๆ ของสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตเด็ก ซึ่งต้องอาศัยการ ประชาสัมพันธ์ ที่ดี ที่จะเอาชนะอิทธิพลของกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ ได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือ

จะเห็นได้ว่า โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีหน้าที่หลักหลายประการ และงานที่มีความสำคัญมากงานหนึ่งก็คือ งานสัมพันธ์ชุมชนซึ่ง วินัย สมมิตร และคณะ (ม.ป.ป. : 233) ได้กล่าวไว้ว่า “โรงเรียนตั้งอยู่ได้ด้วยความร่วมมือ สนับสนุน จากประชาชน การจะให้ชุมชนมีความเข้าใจงาน การศึกษาและให้ความร่วมมือ สนับสนุนโรงเรียนโดยสม่ำเสมอ นั้น ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และประชาชนนั้นก็เพื่อให้เกิด ความรู้สึกที่ว่า โรงเรียนจะต้องเกี่ยวข้องและพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดี ดังที่ เมธี ปิณฑานันท์ (2525 : 257) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบัน กับประชาชน กลุ่มเป้าหมายความเข้าใจในสถาบันเป็นบ่อเกิดของทัศนคติที่ดี ซึ่งทัศนคติที่เกิดขึ้นนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกโดยการให้ความร่วมมือ หรือปฏิเสธความร่วมมือ (พรทิพย์ พิมลสิน, 2540 : 33-34)

การประชาสัมพันธ์ในสถาบันจะเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่ม วิรัช ลภีรัตนกุล (2535 : 194) ได้แบ่งกลุ่มประชาชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. กลุ่มประชาชนในสถาบัน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เป็นสมาชิกพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือ คนงานองค์การสถาบัน
2. กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายในโครงการของหน่วยงานนั้น ๆ หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์ หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงาน
3. กลุ่มสถาบันและหน่วยงานอื่น ๆ หมายถึงกลุ่มขององค์กร หรือสถาบันอื่น ๆ อยู่ในแวดวงเดียวกันมีนโยบาย หรือวัตถุประสงค์คล้ายกัน หรืออาจมีความจำเป็นต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันในทางใดทางหนึ่ง
4. กลุ่มประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มประชาชนที่มีใช้กลุ่มที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากสถาบันหรือมิได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับสถาบัน แต่องค์การสถาบันก็ต้องประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกิจกรรม และการดำเนินงาน ขององค์การ หรือเพื่อการสนับสนุนทางอ้อมอื่นๆ

อีกทั้ง อัมพรศรี ปลอดเปลี่ยว (2533 : 39-40) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โรงเรียนประกอบไปด้วย ความสัมพันธ์ของบุคคล ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล และ เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณ ในการนี้

ความสัมพันธ์ของบุคคลสามารถแบ่งออกเป็นความสัมพันธ์ภายใน และความสัมพันธ์ภายนอก ความสัมพันธ์ภายในโรงเรียนเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ในการสร้างประชาคมติของบุคคล ภายนอกที่มีต่อโรงเรียนไปในทางดีหรือเลว ขึ้นอยู่กับการกระทำของบุคลากรแต่ละคนภายในโรงเรียน ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา และผูกพันกับโรงเรียนมากที่สุด โดยอาศัยเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ สอดคล้องกับ นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ ที่กล่าวถึงองค์ประกอบ ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยเน้นในความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน การปฏิบัติตนต่อกันและกัน ตลอดจนกิจกรรมต่างๆองค์ประกอบที่นำมาพิจารณาคือ

1. ความสัมพันธ์ของบุคคล แต่ละบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา อันได้แก่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับครู ครูต่อครู ครูพนักงงาน เจ้าหน้าที่ คนงาน การโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครู และโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครูและโรงเรียน และความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน กับครู และโรงเรียน

2. ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล อันได้แก่ ความสัมพันธ์ กับสมาคมผู้ปกครองและครู กับโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการการศึกษา กับโรงเรียน ความสัมพันธ์กับสมาคมต่างๆ ในชุมชน หรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียนและความสัมพันธ์กับสมาคมวิชาชีพครูกับโรงเรียน

3. เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ และช่องทางต่างๆในการสร้างการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กิจกรรมต่างๆของนักเรียน สิ่งตีพิมพ์ และเอกสารต่างๆของโรงเรียน การให้ข่าว ออกข่าว แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเตอร์เน็ต การใช้การสื่อสารเกี่ยวกับ โสตทัศนูปกรณ์ และกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่างๆ

จากองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งเกี่ยวข้องถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร ทั้งภายในและภายนอก รวมไปถึงวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ส่งผลถึงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานโดยตรง ซึ่งวิจิตร อาวะกุล (2534: 8-9) ได้กล่าวถึงปัญหาที่เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้ การขาดการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ภายใน คือ เกิดช่องว่างในด้านความรู้ความเข้าใจ ระหว่างผู้บริหารกับบุคคลผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้น เพราะความรู้ความเข้าใจพื้นฐานประสบการณ์ไม่เท่ากัน ทำให้มีข้อขัดแย้ง ทางด้านความคิดส่งผลต่อการดำเนินงานมีอุปสรรคไม่ราบรื่น ส่วนผลกระทบภายนอก คือ ประชาชนไม่รู้จักชื่อเสียงเกียรติคุณ คุณค่า หรือประโยชน์ของกิจการหน่วยงาน ทำให้ขาดความร่วมมือ ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด จากการไม่ได้รับข่าวสารหรือได้รับข่าวลือสร้างความไม่เข้าใจ อีกทั้งอาจมีปัญหา

ในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่นไม่มีการเผยแพร่ข่าวสาร หรือกิจกรรมของโรงเรียนหรืออาจเผยแพร่ไม่ถูกต้องวิธี ไม่มีประสิทธิภาพไม่ทั่วถึง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินการของโรงเรียน

จากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และปัญหาที่เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ ดังที่กล่าวมาจึงทำให้กระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่กับกำกับทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การศาสนา และการวัฒนธรรม ซึ่งมีผลกับบุคคลส่วนใหญ่ของประเทศทางข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป โดยมีหน่วยงานในสังกัด กระจายอยู่ทั่วไป ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงาน กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และบุคคลทั่วไป ดังนั้นสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดอุดรธานี เขตที่ 1 จึงมองเห็นปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะโรงเรียนเอกชนระดับอนุบาล ถึงประถมศึกษา และโรงเรียนของภาครัฐที่อยู่ในเขตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขตที่ 1 ทุกโรง จึงได้จัดทำแผนและนโยบายวิชาการด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำเป็นเอกสารทางวิชาการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตที่ 1 จังหวัดอุดรธานี ชื่อเรื่อง 86 วันการขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตที่ 1 อุดรธานี และนอกจากนี้ทาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดอุดรธานี เขต 1 ยังได้ประชุมผู้บริหารของโรงเรียนทั้งภาครัฐและเอกชน ในระดับต่าง ๆ เพื่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนปัญหา การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนวิชาการด้านต่าง ๆ อีกด้วย

ดังนั้นบทบาทหน้าที่ของโรงเรียนอนุบาลในการให้การศึกษาแก่เยาวชนซึ่ง ต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลทั้งภายในและภายนอก การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ชุมชน ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของการบริหารการศึกษา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานี ได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ประกอบการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบขนาดโรงเรียนที่ต่างกันต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี อยู่ในระดับปานกลาง
2. โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานีที่มีขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก มีการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. พื้นที่ในการวิจัย คือ โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี
2. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลและผู้ปฏิบัติการสอนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนและคณะกรรมการสถานศึกษา จำนวน 18 โรงเรียน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี (สพท. เขต 1 อุดรธานี. 2549 : 4) ประกอบด้วย

2.1 ผู้รับใบอนุญาตโรงเรียน	จำนวน 18 คน
2.2 ผู้จัดการ	จำนวน 18 คน
2.3 ครูใหญ่	จำนวน 18 คน
2.4 ครูผู้สอน	จำนวน 190 คน
2.5 คณะกรรมการสถานศึกษา	จำนวน 151 คน
รวมทั้งสิ้น	จำนวน 395 คน

3. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดตามตาราง R.V.Krejcie & Morgan (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538 : 303) ดังนี้

3.1 ผู้รับใบอนุญาตโรงเรียน	จำนวน 18 คน
3.2 ผู้จัดการ	จำนวน 18 คน
3.3 ครูใหญ่	จำนวน 18 คน
3.4 ครูผู้สอน โรงเรียนละ 7 คน	จำนวน 127 คน
3.5 คณะกรรมการสถานศึกษา โรงเรียนละ 6 คน	จำนวน 108 คน
รวมทั้งสิ้น	จำนวน 289 คน

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

ขนาดของโรงเรียน อนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา
เอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี แบ่งเป็น 3 ขนาด ดังนี้

4.1.1 โรงเรียนขนาดเล็ก

4.1.2 โรงเรียนขนาดกลาง

4.1.3 โรงเรียนขนาดใหญ่

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์
ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี
โดยได้เลือกแนวคิดของ ศาสตราจารย์ นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ (2540 : 3-10) มาในบั้งหัวข้อใน
สาระสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน

4.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน

4.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน

4.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน

4.2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคม

วิชาชีพต่าง ๆ

4.2.6 กิจกรรมของนักเรียน และการบริการชุมชนของโรงเรียน

4.2.7 การใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงเรียนอนุบาล หมายถึง สถานที่ให้ความรู้ทางด้านวิชาการให้การดูแลและ
การพัฒนาด้านการพัฒนาในด้านต่างๆ แก่เยาวชนระดับก่อนประถมศึกษา

2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่าง
โรงเรียนกับชุมชนหรือสังคมที่โรงเรียนตั้งอยู่ด้วย การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรใน
โรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า และโรงเรียน
ความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครองและชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครอง
และครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ กิจกรรมของนักเรียน และการบริการชุมชนของ
โรงเรียน และกิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

3. ผู้บริหารโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่ง ผู้รับใบอนุญาต ครูใหญ่ และผู้จัดการโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี

4. ครู ผู้ปฏิบัติการสอน หมายถึง ครูผู้ปฏิบัติการที่สอน โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี

5. คณะกรรมการสถานศึกษา หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ปกครองหรือคนในชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารและให้คำปรึกษาในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี

6. ขนาดของโรงเรียน หมายถึง การแบ่งขนาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขต 1 จังหวัดอุดรธานี ตามจำนวนของนักเรียน แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

6.1 โรงเรียนขนาดเล็ก หมายถึง โรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียน ไม่เกิน 150 คน

6.2 โรงเรียนขนาดกลาง หมายถึง โรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียน ตั้งแต่ 150คนแต่ไม่เกิน1500 คน

6.3 โรงเรียนขนาดใหญ่ หมายถึง โรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียนมากกว่า 1500 คน

7. วิธีการและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนจังหวัดอุดรธานี

7.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรประเภทต่าง ๆ และระดับต่าง ๆ ในโรงเรียน ซึ่งความสัมพันธ์ตัวนี้จะสามารถทำให้บุคลากรในโรงเรียนมาความรักและสามัคคีที่ดีขึ้น

7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างครูและศิษย์ ความสัมพันธ์ตัวนี้จะช่วยให้ศิษย์และครูเกิดความรักและการเข้าใจอันดีระหว่างครูและศิษย์

7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและโรงเรียน หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างศิษย์และโรงเรียนที่ตนได้จบการศึกษาออกไปแล้วกลับมาพัฒนาโรงเรียน หรือ ขอความช่วยเหลือกับทางโรงเรียน

7.4 ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปกครองของเด็กนักเรียน ประชาชนทั่วไป ที่อยู่ในชุมชน ในเขตพื้นที่บริการของโรงเรียน เพื่อให้ผู้ปกครองและชุมชน ได้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมของโรงเรียน

7.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีระหว่าง โรงเรียน ผู้ปกครอง ครูและสมาคมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ให้เกิดการพัฒนาด้านที่ดีขึ้น

7.6 กิจกรรมของนักเรียน และการบริการชุมชนของโรงเรียน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างนักเรียนในโรงเรียนกับชุมชนที่นักเรียนอาศัยอยู่ เพื่อพัฒนาและช่วยกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน

7.7 การใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน หมายถึง การใช้เอกสารและสิ่งพิมพ์ และการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ข่าวสารและข้อมูลของโรงเรียนเพื่อให้ชุมชนรับรู้ข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน

8. โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง สถานที่ให้ความรู้ทางด้านวิชาการให้การดูแลและการพัฒนาในด้านต่างๆแก่เยาวชนระดับก่อนประถมศึกษา ซึ่งจัดตั้งโรงเรียนโดยประชาชนหรือสมาคมต่างๆ ทั่วไปเป็นเอกเทศซึ่งไม่ขึ้นตรงต่อรัฐบาลรับบาลจะไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน และรายจ่ายแต่รับบาลจะมีการควบคุมด้านหลักสูตรและวัฒนธรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยจะเป็นแนวทางประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการจัดการ
ประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดอุดรธานีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY