

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนอนุบาลเอกชนสังกัด สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนจังหวัดอุดรธานีผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์
2. ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
3. ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
4. ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
5. หลักการประชาสัมพันธ์
6. หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
7. องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
8. กระบวนการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
9. วิธีการและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
10. เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์
11. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์
12. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
13. งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินการอย่างมีกระบวนการ มีแบบแผนขององค์กร สถาบันต่อประชาชนหรือกลุ่มชนเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี ตลอดจนการให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันในเรื่องราว หรือกิจกรรมต่างๆอันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน ซึ่งมีนักวิชาการได้นิยาม และเสนอความหมายในเชิงวิชาการ และการปฏิบัติการ ไว้ดังนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2541 : 201) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ คือ ไม่มีหน่วยงานใดที่สามารถจะทำการที่ประชาชนพอใจไปทั้งหมดได้เมื่อใดก็ตามที่คิดว่าการทำงานของเรานั้นจะเป็นสิ่งที่ประชาชนไม่พอใจเราต้องใส่ใจที่จะอธิบายเพื่อขจัดหรือบรรเทาความไม่พอใจให้ลดลงไป ที่สำคัญเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ที่จะเริ่มโครงการใหม่หรือจะเปลี่ยนแปลงแนวทางในการปฏิบัติที่อาจจะทำให้เกิดความไม่พอใจในหมู่ประชาชนได้จึงต้องมีการชี้แจงล่วงหน้า ต้องมีการสร้างความเข้าใจล่วงหน้า ต้องมีการปูพื้นให้ประชาชนพอใจสถานะเข้าใจความควรจะเป็น เข้าใจเหตุ เข้าใจผล ได้ข้อมูล ที่ถูกต้องแท้จริง เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกรอบของความคิด เสนอแนะแนวทางในการพิจารณาที่ควรให้ประชาชนยอมรับเสียก่อนครบวงจรทั้งหมดเรียนกว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-action PR)

ในหนังสือศัพท์ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตน์กุล, 2532) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้กำหนดวางไว้ เพื่อสร้างเสริมความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการคือ การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact-Finding) การวางแผน (Planning) การสื่อสาร (Communication) การติดตามประเมินผล (Evaluation)

วิจิตร อาวะกุล (2534 : 13) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดี ของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้ประชาชนเคลื่อนไหว ของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 20) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้การประชาสัมพันธ์ที่ดี หมายถึง วิธีการหน่วยงานหรือสถาบันที่ดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง โดยมีแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง และกระทำต่อเนื่องกันไป ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคล หรือสถาบันกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (Understand) ความเชื่อถือ (Belief) ความศรัทธา (Trust) ให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันจะเป็น

ประโยชน์ให้สถาบันหรือหน่วยงานนั้นสามารถดำเนินงานไปด้วยดีสมความมุ่งหมายดำเนินงานในระบบบุคคลวิ (Two-Way Process) โดยมีการใช้ประชาคมติเป็นแบบบรรทัดฐาน

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535 : 21) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า ประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์การสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในหารร่วม

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินงานที่มีจุดมุ่งหมาย มีแบบแผนของ องค์การ สถาบัน เพื่อช่วยสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สถาบัน และประชาชน อันจะได้มาซึ่งความร่วมมือร่วมใจการยอมรับและสนับสนุน ความศรัทธา และความไว้วางใจ ต่อสถาบันและผู้ร่วมงาน โดยที่ประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน อันจะต้องประกอบไปด้วย **คุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้**

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น ระหว่างสถาบันและประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามผล ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และเป็น การสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติของ ประชาชน
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง

## 2. ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ภิญโญ ธาร (2526 : 16) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึงการสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กับประชาชนซึ่งกลุ่ม บุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการ การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (School Public Relations) เป็นกระบวนการ

ไมตรีสัมพันธ์สองทาง (Two-way-process) คือ โรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้ และผู้รับ บรรดาความคิดต่างๆ สัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2525 : ม.ป.ศ.) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนไว้ว่า หมายถึง การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคล ผู้ทำหน้าที่อยู่ใน โรงเรียนตั้งอยู่ หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งองค์การหรือบุคคล ภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือบริการการประชาสัมพันธ์

โรงเรียน จึงควรเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2527 : ม.ป.ศ.) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน (School Public Relations) หมายถึง การดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล หรือกลุ่ม บุคคล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เพื่อให้เกิดการประสานงานและความร่วมมือที่ดีในการบริหารโรงเรียน

ชิดเชื้อ ชมปรีดา (2538 : ม.ป.ศ.) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า หมายถึงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียน กับกลุ่มบุคคลากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของโรงเรียน ให้บรรลุสำเร็จตามความต้องการ ในภารกิจที่รับผิดชอบ

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์เข้าใจกัน อันดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายนอกในโรงเรียน และกลุ่มบุคคลภายนอกรวมทั้งชุมชน โดยกระบวนการไมตรีสัมพันธ์ทั้งสองทาง ซึ่งโรงเรียนเป็นทั้งผู้ใหญ่ และผู้รับ เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันระหว่างโรงเรียนผู้ปกครองและชุมชน

### 3. ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

อุทัย หิรัญโต (2520 : 15) ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ประการดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยม (Goodwill) ความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชน วิธีที่จะทำให้บรรลุความมุ่งหมายได้วิธีหนึ่ง คือ การสร้างความนิยมชมชอบ โดยการแสดงให้เห็นคุณงามความดี การเผยแพร่ให้รู้ การชี้แจงให้เข้าใจ อันจะเป็นแนวทางให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความผูกพันทางใจ การสร้างความนิยมนี้มีวิธีทางปฏิบัติหลายทาง แต่ที่นับว่าสำคัญยิ่งก็คือ การยังให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งความนิยม และสนใจตลอดไปกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม จึงต้องมุ่งมั่นไปในสิ่งที่ประชาชนพึงพอใจ

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Reputation) วัตถุประสงค์ในข้อนี้ คือ การพัฒนาปรับปรุงตัวเอง แก้ไขพฤติกรรม ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สะดวกใจในการบริการที่ให้แก่ประชาชน ความไม่สะดวกต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจสะดวกใจเกี่ยวกับบริการที่ให้แก่ประชาชน ความไม่สะดวกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะ

ทำให้ประชาชนเข้าใจหรือมองไปในแง่ร้าย แล้วจะนำไปวิพากษ์วิจารณ์จนทำให้เสียชื่อเสียง วัตถุประสงค์ในข้อนี้กล่าวอีกหนึ่งก็คือ การสร้างมโนภาพ หรือจินตนาการที่สดใส ปราศจากมลทินให้แก่ประชาชนนั่นเอง

3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเรียกร้องความร่วมมือ การประชาสัมพันธ์ นั้นใช่เป็นการโฆษณาสินค้า หรือการโฆษณาชวนเชื่อ หากแต่เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความเป็นจริงและชอบธรรม ความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้องมีเหตุผล มิใช่เกิดขึ้นเพราะการจูงใจด้วยเล่ห์ที่มีขอบ

วิจิตร อวระกุล (2534 : 48) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปในการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่องค์กร
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ ถ่อมใสศรัทธาจากประชาชน
3. เพื่อป้องกันการแก้ไขการเข้าใจผิด คลาดเคลื่อน
4. เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ไม่ให้เสื่อมคลายและ

ตลอดเวลา

5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญ กำลังใจในหมู่ประชากร และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

6. เพื่อให้บริการสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่สังคม
7. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ไว้วางใจเชื่อถือได้จากประชาชน

วิรัช อภิรตนกุล (2535 : 151) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของกรมประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานในสถาบันต่างๆ ไว้ดังนี้

1. เพื่ออธิบายถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และ ประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้า และค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงานเพื่อให้ประชาชนยอมรับทั้งผลิตภัณฑ์ และบริการ
4. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

5. เพื่อเป็นการแนะนำให้ฝ่ายบริหาร สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้า และชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

#### 4. ความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียนกับบุคคลของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันก่อให้เกิดความร่วมมือใจกัน สนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการในเรื่องความมุ่งหมายและ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั้น ได้มีสำนึกการกล่าวถึงไว้หลายทศนะด้วยกัน ดังต่อไปนี้

ภิญโญ สาธร (2526 : 315) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมิได้มีความหมายแต่เพียงการที่โรงเรียนเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียนให้ประชาชนทราบ หรือเป็นแต่เพียงการโฆษณาชื่อเสียงของโรงเรียนให้ประชาชนนิยมเท่านั้น วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มี 8 ประการคือ

1. เสนอรายงานให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
2. สร้างความเชื่อถือ ความมั่นใจ และความนิยมที่มีต่อโรงเรียน ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
3. สนับสนุนให้ประชาชนเข้ามาช่วยเหลือเกื้อกูลกิจการเกี่ยวกับการศึกษาต่าง ๆ ของโรงเรียนทั้งในด้านการเงิน วัสดุ แรงงานและกำลังใจ
4. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในความสำคัญของการศึกษาและให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าเป็นหน้าที่ของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยทุกคนที่ควรให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมดูแลการจัดการของโรงเรียน
5. ส่งเสริมให้ครูกับผู้บริหารมีความเข้าใจใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเรียนการสอนให้ผลดี ด้วยความร่วมมือกันทั้งโรงเรียนและที่บ้าน
6. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวระหว่างบ้าน โรงเรียน และชุมชนหรือท้องถิ่นโรงเรียนตั้งอยู่ให้เกิดขึ้น โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์กลาง ศูนย์การศึกษาและศูนย์วัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ
7. ประเมินความต้องการของผู้ปกครอง และประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อให้โรงเรียนมีโอกาสสนองความต้องการอันแท้จริงของประชาชนได้จริง

8. แก้ไขปิดเป่าคดีคล้ายบรรดาข้อข้องใจ และสิ่งที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจ โรงเรียนผิด ๆ ช่วยให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดี มีความเข้าใจ และเห็นใจโรงเรียน มองครูนักเรียนด้วยความเชื่อถือนิยมยกย่อง

วิจิตร อวระกุล (2534: 265) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมิได้ ความหมายเพียงการโฆษณาชื่อเสียง กิจกรรมหรือเผยแพร่ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียนให้ ประชาชนทราบเท่านั้น ความมุ่งหมายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความหมาย กว้างออกไปอีก 12 ประการ คือ

1. เพื่อให้ นักเรียน ครู อาจารย์ผู้ปกครองเข้าใจระเบียบ เหตุผล และความ จำเป็นจะต้องมีกฎ ระเบียบให้รู้ให้เข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชน ได้ทราบเกี่ยวกับการ ดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณความเชื่อถือนิยมใส ความนิยมมั่นใจใน โรงเรียนให้เกิดในหมู่ประชาชนทั่วไป
4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้ประชาชน เกิดความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ในฐานะประชาชนคนหนึ่งในท้องถิ่นที่จะต้องให้ความ ร่วมมือ ความสนใจเข้ามามีส่วนดูแล และช่วยจัดการศึกษาของโรงเรียน
5. เชิญชวน และส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือ เกื้อกูลโรงเรียนในเรื่องของการศึกษา อาจเป็นการช่วยเหลือด้านกำลังกาย จิตใจ วัสดุ แรงงาน
6. ส่งเสริมให้ครูกับนักเรียน และผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เพื่อ ช่วยกันแก้ปัญหาการศึกษาของเด็ก ครู โรงเรียน และบ้าน
7. เพื่อให้โรงเรียนดำเนินนโยบายเปิดประตู โดยเป็นศูนย์กลางการบริการ ประชาคมทางด้านการศึกษา วัฒนธรรมและบริการ
8. เพื่อให้โรงเรียนได้มีโอกาสตอบสนองความต้องการของประชาชนใน ท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษาและเป็นประ โยชน์ต่อชุมชนนั้นได้อย่างแท้จริง
9. ช่วยแก้ไขข้อขัดปัญหาความขัดแย้งบรรดาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ ที่ นักเรียนผู้ปกครอง ครู ประชาชน ที่มีต่อโรงเรียนให้สิ้นไป
10. ให้ทุกฝ่ายมองตัวเองด้วยความชื่นชม มีความเชื่อถือนิยมยกย่อง

11. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ให้เกิดทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือ  
ว่าโรงเรียนเป็นของชุมชนเพื่อชุมชน บริหารให้ผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น

12. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา  
เสนอแนะเพื่อปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามความคิด ความต้องการของสังคมท้องถิ่น  
ชุมชน มิใช่เพียงแต่เป็นไปตามความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

นพพงษ์ บุญจิตรคุลย์ (2540 : 2) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์  
ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. เพื่อเสนอรายงานให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหวความเปลี่ยนแปลง  
ต่าง ๆ เกี่ยวกับกิจกรรมของ โรงเรียน และการจัดการศึกษา
2. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้รู้จักเป็น  
เจ้าของและเป็นหน้าที่ของประชาชนที่ต้องให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษา
3. ส่งเสริมให้ครู นักเรียนและผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน  
ร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาของเด็กทั้งทาง โรงเรียนและทางบ้าน
4. สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความเชื่อมั่น ความนิยมของประชาชนที่มีต่อ  
โรงเรียน
5. ประเมินความต้องการของผู้ปกครอง และประชาชนในท้องถิ่น ที่มีต่อ  
การศึกษาเพื่อโรงเรียนจะได้หาทางตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริง
6. ช่วยแก้ไขข้อขัดแย้ง ความขัดแย้ง บรรดาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ  
ที่นักเรียนผู้ปกครอง ครูและประชาชนที่มีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียน  
ด้วยความชื่นชม
7. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา  
เสนอแนะเพื่อปรับปรุง ให้แนวความคิดมิใช่เพียงแต่เป็นความต้องการของครู หรือโรงเรียน  
เท่านั้น
8. เพื่อให้นักเรียน ครู ผู้ปกครอง เข้าใจในระเบียบ กฎเกณฑ์และเหตุผล  
ความจำเป็นที่ต้องมีกฎระเบียบให้เข้าใจตรงกัน เพื่อร่วมมือกันในการปฏิบัติ
9. เพื่อเชิญชวนให้ประชาชน สนับสนุน ช่วยเหลือเกื้อกูลโรงเรียนทางด้าน  
กำลังกาย จิตใจ ปัญญา ความคิด วัสดุ-โรงงาน ตลอดจนด้านการเงินที่ขาดแคลน
10. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างบ้าน โรงเรียน และชุมชนที่อยู่  
ใกล้ชิด โรงเรียนเป็นทั้งศูนย์ประชาคม ศูนย์การศึกษาและศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน



สรุปได้ว่า การกำหนดความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียน
2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและบุคคลภายนอก รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้อง และไม่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน
3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุน โรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคลชุมชน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา
4. เพื่อสร้างความนิยม และความเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เกิดความเสื่อมเสียของโรงเรียน
5. เพื่อขจัดขัดแย้งและปัญหาความเข้าใจผิดในโรงเรียน

## 5. หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างความร่วมมือร่วมใจ ระหว่างองค์การสถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี โดยอยู่บนรากฐานของความจริงใจ ความซื่อสัตย์และมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งในเรื่องนี้ ได้มีนักวิชาการ เสนอแนวคิดไว้หลายประการ ดังต่อไปนี้

อุทัย หิรัญโต (2520 : 20) ได้เสนอแนวคิดว่า หลักการโดยทั่วไปของการประชาสัมพันธ์จะต้องประกอบด้วย

1. การกระทำทุกอย่างเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การกับทุกคนที่องค์การจะต้องติดต่อทั้งภายใน และภายนอกองค์การ
2. สร้างภาพพจน์ขององค์การ ให้ประชาชนเกิดมโนภาพที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความเชื่อถือไว้วางใจ
3. ค้นหาและทำลายที่มาของความเข้าใจผิดทั้งปวงที่ประชาชนมีต่อองค์การ
4. ขยายเขตอิทธิพลขององค์การให้แผ่กว้าง ด้วยวิธีการติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร การโฆษณาทั้งทางตรงทางอ้อม โดยอ้อม โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ และการพัฒนาตัวเอง

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2535 : 145) ได้ให้หลักการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ เป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจ ในสถาบันในด้าน นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ
2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ถือเป็นส่วนที่สำคัญมาก ที่สถาบัน ค้นหาถึงสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และหาแนวทางป้องกันไว้ก่อน
3. การสำรวจประชามติ เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความนึกคิดของประชาชน ต้องการทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบอะไรเพื่อการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกความต้องการ

จากหลักการประชาสัมพันธ์ขั้นต้น ซึ่งเป็นหลักการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือสถาบันโดยทั่วไปสามารถนำไปใช้กับหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังที่ มีนักการศึกษา กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

## 6. หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจระหว่างโรงเรียนกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องนี้นักวิชาการ ได้เสนอแนวคิดไว้หลายประการดังต่อไปนี้

บุญญา สาร (2523 : 425) กล่าวไว้ว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรคำนึงถึงหลักการต่อไปนี้ คือ

1. ดำเนินงานด้วยความบริสุทธิ์ใจ และความตรงไปตรงมา
2. การติดต่อทุกชนิดให้เป็นไปในทางบวก คือ ไม่มุ่งการปฏิเสธข่าวเป็นหลัก แต่มุ่งสร้างข่าวดีเป็นประจำ
3. ดำเนินงานต่อเนื่องกันไปตลอดเวลาและตลอดปี โดยไม่หยุดยั้ง
4. พยายามสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่จำกัดวงเฉพาะกลุ่มนั้นกลุ่มนี้เพราะถือว่าโรงเรียนเป็นประชาชน ดำเนินงานโดยประชาชน และเพื่อประโยชน์ของประชาชน
5. ดันตัว พร้อมอยู่เสมอที่จะรับฟังความคิดเห็น และรับข้อเสนอแนะของประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือสนใจกิจการของโรงเรียนมาพิจารณาปฏิบัติตามสมควร
6. ใช้วิธีการง่าย ๆ เป็นกันเองกับประชาชนเป็นหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ ไม่มีการถือเขาถือเราหรือถือยศถือศักดิ์กับผู้ใด บรรดาเรื่องราวที่เสนอต่อประชาชนก็เป็นอย่างง่าย ๆ ไม่มีพิธีรีตอง

กิติมา ปรีดีดิถ (2532 : 253) ได้ให้หลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ดังนี้

1. ผู้ร่วมงานจะต้องเข้าใจเป้าหมายและหน้าที่ของโรงเรียนในการให้การศึกษาอย่างแจ่มแจ้ง
2. ผู้ทำงานประชาสัมพันธ์จะต้องทราบกฎหมายระเบียบต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ทางการศึกษาที่ตนมีอยู่
3. โครงการประชาสัมพันธ์จะต้องครอบคลุมชุมชนทั้งหมด
4. จะต้องมีการมีแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวและรับฟังข้อเสนอจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงแผนงาน
5. ผลสำเร็จในการดำเนินงานโรงเรียน ขึ้นอยู่กับความเชื่อถือของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน
6. ความสนใจ และทัศนคติของประชาชนที่เกี่ยวกับการศึกษา จะทราบได้โดยอาศัยข่าวสารที่ถูกต้องเท่านั้น
7. โครงการประชาสัมพันธ์จะมีผลเพียงใดขึ้นอยู่กับขวัญของคณะครูเป็นสำคัญ
8. โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรควบคุมกิจกรรมทุกอย่างของโรงเรียนตามอัตราส่วนที่เหมาะสม

สรุปได้ว่าจากหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องยึดหลักเดียวกับหลักการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรมีหลักในการปฏิบัติดังนี้ คือ โรงเรียนต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ในทางบวก สร้างข่าวดี และแก้ไขความเข้าใจผิด ประกอบกับ โรงเรียนต้องตื่นตัวอยู่เสมอเพื่อรับฟังความคิดเห็น และพิจารณาปฏิบัติแก้ไขตามสมควรเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกรัก ความต้องการ

## 7. องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540 : 3-4) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยจะเน้นในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนการปฏิบัติตนต่อกันและกันตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ โดยองค์ประกอบที่นำมาพิจารณาคือ

1. ความสัมพันธ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา

- 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับครู ครูต่อครู ครูต่อพนักงาน  
เจ้าหน้าที่คนงาน ภารโรง
- 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครูและโรงเรียน
- 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครู และ โรงเรียน
- 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับครูและ โรงเรียน
2. ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล
  - 2.1 ความสัมพันธ์กับสมาคมผู้ปกครองและครูกับ โรงเรียน
  - 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการศึกษากับโรงเรียน
  - 2.3 ความสัมพันธ์กับสมาคมต่าง ๆ ในชุมชน หรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชน  
กับ โรงเรียน
  - 2.4 ความสัมพันธ์กับสมาคมวิชาชีพครูกับ โรงเรียน
3. เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการสร้างการประชาสัมพันธ์
  - 3.1 กิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน
  - 3.2 สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน
  - 3.3 การให้ข่าว ออกข่าว แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
  - 3.4 การใช้สื่อสารเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย
  - 3.5 กิจกรรมในโอกาสพิเศษ และบริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น  
วันครบรอบการจัดตั้งโรงเรียน วันสำคัญของชาติ ศาสนา บริการผู้ใช้โรงเรียนเป็น  
สถานที่ประกอบงานมงคล บริการด้านเครื่องมือ อาคารสถานที่เพื่อประกอบกิจกรรม  
ทางสังคมของชุมชน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือความสัมพันธ์ระหว่าง  
บุคคล กลุ่มบุคคลภายในภายนอกโรงเรียน และเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์รวมถึงช่องทางต่าง  
ๆ องค์ประกอบด้านบุคคล และกลุ่มบุคคลมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันโดยอาศัยเครื่องมือ  
สื่อ วัสดุอุปกรณ์และช่องทางต่าง ๆ ในการสร้างการประชาสัมพันธ์

## 8. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

เนื่องจากกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ที่โรงเรียนจัดขึ้นมีลักษณะเป็น โครงการจัดขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คินเกรดและคณะ (Kindred and others, 1984) ได้กำหนดขึ้นในการวางแผนงาน (Program planning) ในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดนโยบาย (Policy envelopment)
2. การประชุมเพื่อรวบรวมข้อมูล (understanding the community) ทางด้านสังคมวิทยาของชุมชน ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณี (customs and traditions) คุณลักษณะของพลเมือง (Population Characteristics) ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) การรวมกลุ่มคนในสังคม (Community Groups) ผู้นำของชุมชน (Leadership) สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economics Conditions) โครงสร้างทางการเมือง (Political Structures) การยึดเหนี่ยวของกลุ่มคนในสังคม (Social Tension) ประวัติความสำเร็จของงานในชุมชน (Previous Community Efforts) ในขั้นนี้ จะสำรวจความคิดเห็นของประชาชนด้วย (Public Opinion)
3. การกำหนดเป้าหมาย และยุทธวิธีในการจัดกิจกรรม (Goal and Strategies)
4. การใช้ขบวนการสื่อสาร (The Communication Process) ได้แก่ การใช้สื่อและสื่อมวลชน (The mass Media)
5. การประเมินผล (Evaluation)

วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นักวิชาการในสาขานี้ค่อนข้างจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ Cutlip and Center (1978 : ม.ป.ศ.) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ว่า ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัย-การรับฟัง (Research - Listening) เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญ โดยมีจุดหมายที่จะทำการสำรวจตรวจสอบถึงสภาพปัจจุบันของสถาบันว่าเป็นเช่นไร มีปัญหาอุปสรรคอะไรหรือไม่ เช่น ภาพพจน์เรื่องนั้นเรื่องนี้ไม่ดี ก็จะนำข้อมูลมาประกอบการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2. การวางแผนการตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนที่จะศึกษาจากสถาบันภาพปัจจุบันที่พอในข้อ 1 นั้น ควรที่จะมีการวางแผนการสื่อสารเช่นไร ควรมีกิจกรรมหรือกิจกรรมอะไรบ้าง เพื่อเสริมสร้างรักษาและแก้ไขภาพพจน์นั้น

3. การสื่อสาร (Communication) คือขั้นตอนลงมือปฏิบัติ โดยจะใช้เครื่องมือหรือสิ่งเพื่อการสื่อสาร เลือกเนื้อหาสาระเพื่อใช้ในการสื่อสารที่เหมาะสม กำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น ฯลฯ ตามแผนการที่กำหนดไว้ในข้อ 2

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายเพื่อตรวจสอบว่าจากแผนที่ได้กำหนดไว้และได้ปฏิบัติการสื่อสารไปแล้วนั้น ได้ผลออกมาอย่างไร มีอะไรดี และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร ตลอดจนควรมีการดำเนินงานต่อไปในอนาคตเช่นไรด้วย

John E. Marston (1979 : ม.ป.ศ.) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ในสูตรที่เขาเรียกว่า “R - A - C - E “ คือ การวิจัย (Research) การกระทำ (Action) การสื่อสาร (Communication) การประเมินผล (Evaluation)

จากกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีวิธีการคล้ายกันคือ

1. การวิจัย การรับฟังความคิดเห็น และการค้นหาหาข้อมูล
2. การวางแผน และการตัดสินใจ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนดำเนินการตามขั้นตอน
3. การสื่อสาร โดยเผยแพร่ตามที่วางแผนไว้ และพยายามใช้สื่อหลายๆทาง
4. การประเมินผล เพื่อทราบผลงานที่ทำไว้แล้ว ว่ามีอุปสรรคอะไรบ้าง จะได้หาทางแก้ไข และปรับปรุงงานในโอกาสต่อไป

วิรัช ฤทธิธนกุล (2526 : 15) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้น คือ

1. การวิจัยรับฟังความคิดเห็น (Research Listening)
2. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning Decision Making)
3. การติดต่อสื่อสาร (Communication Action)
4. การประเมินผล (Evaluation)

จากวิธีการดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าวิธีการดังนี้

1. การกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน
2. การรวบรวม และ วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงด้วยการสังเกตฟังความคิดเห็น รวบรวมเอกสารจากสื่อมวลชน และหนังสือพิมพ์ และรวบรวมความคิดเห็นความต้องการของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน ตลอดจนข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม

3. การกำหนดแผน และโครงการดำเนินงาน
4. ดำเนินงานตามโครงการ โดยกระบวนการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง
5. ประเมินผลโครงการ

เมื่อนำหลักการประชาสัมพันธ์มารวมกับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ (2530 : ม.ป.ศ.) ได้เสนอจัดโครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นขั้นตอนไว้ดังนี้

1. การทำให้ประชาชนได้รู้จัก (Identifying the Public) โดยการเรียนรู้เรื่องราวกับประชาชนเหล่า
2. ความเข้าใจถึงปัญหาในการสัมพันธ์กับชุมชน (Defining Problems) หมายถึง รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทราบลักษณะปัญหา และความต้องการ
3. การตั้งวัตถุประสงค์ (Formulation the Objectives) การตั้งวัตถุประสงค์ของเรียนนอกจากหามิตรแล้วยังต้องมุ่งหมายพัฒนาคุณภาพการศึกษา
4. การเลือกวิธีการดำเนินการ (Selection Means) การเลือกวิธีการดำเนินการที่ผลให้ สมความมุ่งหมายของโครงการ แต่ในระยะเริ่มแรก อาจจะยังไม่ได้ผลมากตามที่ปรารถนาคำนี้ถึงบุคคลากร และแหล่งวัสดุด้วย
5. การร่างแผน (Drafting The plan) มีรายละเอียดจะต้องทราบได้ง่ายและควรแจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบ เพื่อคำติชมก่อนเสนอผลงานต่อกรรมการบริหารการศึกษาศึกษาของโรงเรียน

## 9. วิธีการและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

จากองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่ได้กล่าวข้างต้น นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ (2540 : 4-10) ได้ระบุถึงรายละเอียด วิธีการปฏิบัติ และกิจกรรมที่พึงระลึกถึงในการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไว้ดังนี้

### 1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่าง ๆ ภายในโรงเรียน

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรประเภท และระดับต่างๆภายในโรงเรียนเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะบุคคลเหล่านี้ จะมีส่วนในการสร้างประชาคมของชุมชนที่มีต่อ โรงเรียน ชุมชน จะมีทัศนคติที่ดีหรือเลวต่อ โรงเรียน ขึ้นอยู่กับการกระทำของบุคลากรภายในโรงเรียน และเราจะทำอะไรที่จะทำให้บุคคลเหล่านี้เป็นตัวกลางที่จะอธิบายนโยบายการทำงานทางด้านการศึกษาศึกษาของโรงเรียนในทางที่ดีพูดถึงเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ของโรงเรียนในทางที่ดีให้

ประชาชนทราบ ผู้บริหารโรงเรียน หัวหน้าหมวด หรือหัวหน้าสายวิชา ครู พนักงาน เจ้าหน้าที่ เสมียน คนงาน ภารโรง ในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งของคนหมู่มาก จะต้องพบ และ เกี่ยวพันกับบุคคลต่าง ๆ ตลอดจนองค์กร และสถาบันต่าง ๆ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายกเทศมนตรี สถาปนิก สถาปนิก นายอำเภอ ศึกษาธิการอำเภอ และจังหวัด วัด ฯลฯ ถ้า บุคลากรของโรงเรียนมีขวัญดี มีทัศนคติต่อโรงเรียนที่ดี ย่อมถ่ายทอดเรื่องราวของโรงเรียน ในทางที่ดีให้ชุมชนฟัง และถ้าในทางตรงกันข้ามถ้าเกิดความขัดแย้ง แยกความสามัคคีไม่ ร่วมมือกัน ขวัญของบุคลากรเสีย ก็จะกล่าวถึงโรงเรียนในทางร้าย ดังนั้นผู้บริหารจะต้องสร้าง และกระทำในสิ่งต่อไปนี้

- 1.1 สร้างความรู้สึกให้เป็นเหมือนเพื่อนร่วมงาน
- 1.2 สร้างให้เกิดความจงรักภักดี ความสามัคคีกลมเกลียว
- 1.3 การแบ่งงานการสอน และการปฏิบัติพิเศษอื่น ๆ ให้ยุติธรรม และเสมอภาค
- 1.4 ป้องกันการแบ่งแยก และแตกแยกเป็นกลุ่มย่อยขึ้นในโรงเรียน
- 1.5 วางขอบเขตงาน และหน้าที่การงานให้ชัดเจนว่าใครมีหน้าที่อะไร
- 1.6 ให้เกียรติ และยอมรับนับถือเห็นความสำคัญของงานซึ่งกันและกัน
- 1.7 ช่วยขจัดปัดเป่าปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และความเดือดร้อนอื่น ๆ
- 1.8 ระวังการปฏิบัติที่ผิดจรรยาบรรณ เช่น นินทาว่าร้ายกันในหมู่บุคลากร
- 1.9 จัดระบบการสื่อสารที่ดีให้ได้ทราบเรื่องราวที่เกิดขึ้นในโรงเรียนอย่าทั่วถึง
- 1.10 จัดงานให้มีการพบปะสังสรรค์เป็นครั้งคราวตามโอกาสที่เหมาะสม

## 2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนและศิษย์เก่า

นักเรียน ศิษย์เก่า และสมาคมศิษย์เก่า เป็นส่วนหนึ่งที่จะประชาสัมพันธ์ โรงเรียนให้กับผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนให้ทราบถึงเหตุการณ์ทั้งด้านดี และด้านเสียของ โรงเรียน โรงเรียนจะได้รับความสนับสนุนจากศิษย์เก่า ผู้ปกครอง และชุมชนมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ทางโรงเรียนปฏิบัติต่อนักเรียน และศิษย์เก่าที่จบไปแล้ว ชุมชนจะพิจารณาโรงเรียนว่าดีหรือไม่ก็โดยฟังคำวิพากษ์วิจารณ์ของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ และที่จบไปแล้ว เรื่องที่เด็กมักพูดก็มีเรื่องเกี่ยวกับตัวครู การให้การบ้านของครู การปฏิบัติตนของครูในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียน ครู และ ระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียน ประสิทธิภาพ ของนักเรียนที่ได้รู้จักครูใหญ่กับพนักงานในสำนักงาน พยาบาลโรงเรียน ห้องอาหาร คนงาน



ภารโรง และคนขับรถ ฯลฯ และสิ่งเหล่านี้ก็จะประทับใจ และฝังอยู่ในความรู้สึกของเด็กเมื่อได้จบไปจากโรงเรียนแล้ว ดังนั้น ทางโรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสำรวจ และแก้ไขสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ให้ดี เพื่อที่จะได้ทำให้เด็กเหล่านี้เกิดความรักใคร่โรงเรียน และช่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียนไปในทางที่ดี

บุคลิกภาพของครู มีอิทธิพลต่อแนวความคิด และความรู้สึกของนักเรียนต่อ - โรงเรียน เด็กนักเรียนมักจะชอบครูที่มีรูปร่างดี เสียงไพเราะร่าหู เข้าอกเข้าใจ มีความรู้สึกเป็นมิตร ยุติธรรม ไม่ดูหมิ่นดูแคลน เข้าใจในปัญหาความต้องการของเด็ก มีอารมณ์ขัน แต่มิใช่การหยิ่งเหว่ยเวลาและทะเลาะหน้าที่การสอน สุภาพต่อเด็ก สามารถควบคุมตัวเองได้ เมื่อเด็กอยากลองดี เด็กจะให้ความเคารพนับถือ และร่วมมือกับครูที่ให้ความช่วยเหลือเขาในด้านการเรียนที่เขาประสบความสำเร็จ การปฏิบัติตนที่สม่ำเสมอของครู ซึ่งที่กล่าวมานี้ จะทำให้เด็กรักโรงเรียน และพูดในสิ่งที่ดีของครูและโรงเรียน ให้ผู้ปกครอง และชุมชนได้ทราบ

นอกจากบุคลิกภาพของครูที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ของเด็กกับครูแล้ว การปฏิบัติและการใช้อำนาจของครูต่อนักเรียน ยังเป็นเครื่องสร้างความสัมพันธ์หรือทำลายความสัมพันธ์ของครูกับเด็กได้ โดยพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้

- 2.1 การให้การยอมรับนับถือต่อบุคลิกภาพของเด็กทุกคนเหมือนกัน
- 2.2 ระมัดระวังในปัญหาส่วนตัว และปัญหาทางวิชาชีพของครูอย่าให้ขัดกัน
- 2.3 ระวังอย่าให้เกิดความลำเอียง
- 2.4 การลงโทษทางความประพฤติ และวินัยนักเรียนทำให้เหมาะสม
- 2.5 เตรียมการสอนอย่างดี
- 2.6 ใช้วิธีการสอนให้เหมาะสม
- 2.7 ระวังเรื่องประเด็นความขัดแย้งเป็นกรณี
- 2.8 ให้การบ้านอย่างเหมาะสม
- 2.9 การให้คะแนนอย่างถูกต้อง และเหมาะสม
- 2.10 จัดการสอบให้ถูกต้องตามเวลา และเนื้อหาที่จะสอบ
- 2.11 ระวังเรื่องเรื่องการให้เด็กตกหรือเด็กได้ ต้องพิจารณาด้วยความถูกต้องและยุติธรรม

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับครู และโรงเรียน

- 3.1 ติดตามความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหวของศิษย์เก่า

3.2 เมื่อศิษย์เก่ามาขอความช่วยเหลือทางโรงเรียนควรอำนวยความสะดวก เช่น ขอใบสุทธิ ใบรับรอง

3.3 ให้โอกาสศิษย์เก่ามาจัดงานชุมนุมที่โรงเรียน

3.4 เชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จมาสนทนากับครูและนักเรียน

3.5 เมื่อมีงานหรือกิจกรรมพิเศษของโรงเรียนก็เชิญศิษย์เก่ามาร่วมคิดรูปศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ ก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้นักเรียนปัจจุบันได้ทราบ และยึดถือเป็นแบบอย่าง

3.6 ครูใหญ่หรือครู หาโอกาสเยี่ยมศิษย์เก่าเมื่อมีโอกาส

3.7 ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา เมื่อได้รับการขอร้องกับศิษย์เก่า

3.8 สนับสนุนให้จัดตั้งสมาคมศิษย์เก่า

3.9 ชักจูงให้มาหาความรู้เพิ่มเติม ถ้าโรงเรียนเปิดสอนวิชาชีพ

3.10 ส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวของโรงเรียนให้ทราบเป็นประจำถ้ามีงบประมาณทำได้

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครู และโรงเรียน ขจัดอุปสรรคในการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองโดย

4.1 สร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้ปกครอง

4.2 ครูมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ปกครองในอาชีพต่าง ๆ ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้ปกครองยกจนให้ทราบนโยบาย และระเบียบปฏิบัติของโรงเรียนอย่างชัดเจน

4.3 จัดบริการด้านสวัสดิการนักเรียน ได้ดีกิจกรรมที่ควรดำเนินงานในด้านความสัมพันธ์กับผู้ปกครอง มีดังนี้

4.3.1 ครูออกเยี่ยมเยียนผู้ปกครองเมื่อมีโอกาส

4.3.2 รายงานความก้าวหน้าทางการศึกษาของนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบ แจ้งเรื่องทางที่ดีให้ทราบบ้างไม่ใช่แจ้งแต่ปัญหา และความเลวร้ายของนักเรียน

4.3.3 เชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมเยียนโรงเรียนในโอกาสที่มีกิจกรรมต่าง ๆ

4.3.4 จัดการประชุมผู้ปกครองในโอกาสอันควรเป็นครั้งคราว

4.3.5 ส่งข่าวสาร จดหมายข่าว แจ้งความเคลื่อนไหวก้าวหน้า หรือความเปลี่ยนแปลงของโรงเรียนให้ทราบ

4.4 จัดนิทรรศการผลงานของนักเรียน และเชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมชม

4.5 เชิญผู้ปกครองที่มีความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มาให้ความรู้กับเด็ก

4.6 เชิญผู้ปกครองเยี่ยมชมกิจกรรมพิเศษของโรงเรียนเช่นกีฬา ละคร หรือดนตรี

4.7 จัดให้มีวัน “คุยกับคุณครู” โดยเชิญผู้ปกครองมาสนทนากับครูประจำชั้นอย่างน้อยเทอมละครั้ง

4.8 ผลักดันให้เกิดสมาคมผู้ปกครอง และครู

## 5. ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับครู และโรงเรียน

5.1 เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มาใช้บริการของโรงเรียน เช่น บริเวณสถานที่จัดงานมงคลต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

5.2 สำรวจความต้องการทางด้านการศึกษาของประชาชนเป็นครั้งคราว

5.3 เมื่อมีกิจกรรมของโรงเรียนควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมาร่วมด้วย โดยจัดที่นั่งให้กับประชาชนอยู่คนละข้างกับครู โดยเสมอหน้ากัน

5.4 เชิญประชาชนที่มีความสามารถในชุมชนมาให้ความรู้กับนักเรียน หรือพานักเรียนไปเยี่ยมชมโรงงาน สวนไร่ หรือสถานที่ทำงานที่จะเป็นโอกาสให้นักเรียนได้ศึกษาโดยตรง

5.5 ชักจูงให้มาร่วมงานเป็นกรรมการต่าง ๆ ในกิจกรรมของโรงเรียน

5.6 เปิดโอกาสให้ใช้บริเวณโรงเรียนมาแสดงผลภัณฑ์ หรือผลผลิตเพื่อเผยแพร่และจำหน่ายกันเองในราคาถูก

5.7 ครูและนักเรียนร่วมกิจกรรม และพิธีการต่าง ๆ ของชุมชนในโอกาสสำคัญ ๆ

## 6. ความสัมพันธ์กับสมาคมผู้ปกครอง และครูกับโรงเรียน

6.1 อำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ตั้งของสมาคม

6.2 สนับสนุนให้ครูร่วมงานกับสมาคมให้มาก

6.3 จัดให้มีการอภิปรายทางวิชาการ โดยสมาคมเป็นผู้จัด

6.4 ให้สมาคมได้มีโอกาสช่วยเหลือในด้านสุขภาพของเด็ก

6.5 ให้สมาคมได้จัดหาเงินทุนให้กับเด็กที่ยากจนขาดสน แต่ความประพฤติดี

6.6 มีการแข่งขันกีฬาระหว่างสมาชิกสมาคมผู้ปกครองกับครู

6.7 จัดให้มีการอภิปรายปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับเด็ก และ การดำเนินงานบริหารของโรงเรียน

6.8 จัดให้มีการช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิก เช่น การจำหน่ายสินค้าราคาถูก

6.9 เชิญสมาชิกสมาคมเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน และ ของ  
โรงเรียน

6.10 ให้สมาคมมีบทบาทในด้านการจัดสอนวิชาชีพ หรือ งานศิลปวัฒนธรรม  
ในโรงเรียน

#### 7. ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการการศึกษา กับโรงเรียน

7.1 ให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และ เป้าหมายทางการศึกษาของ  
โรงเรียน

7.2 ให้มีส่วนร่วมในการพิจารณาแผนงานของโรงเรียน

7.3 สนับสนุนให้หาทางช่วยเหลือ โรงเรียนในด้านการเงิน

7.4 เคารพในความคิดเห็นที่มีเหตุผล และจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมของ  
คณะกรรมการ

7.5 เปิดโอกาสให้คณะกรรมการแสดงออกในงานสำคัญ ๆ ของโรงเรียน

#### 8. ความสัมพันธ์กับสมาคมต่าง ๆ ในชุมชนหรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน

ผู้บริหารและครูจำเป็นต้องทราบ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมาคม  
ต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่เพื่อหาทางดึงมา ให้มีส่วนร่วมในการ  
สนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียน เช่น สมาคมโรตารี ไลอออนส์ ลูกเสือชาวบ้าน สภา  
ตำบล ฯลฯ การสร้างความเข้าใจกันควรเป็นกระบวนการสองทาง คือ โรงเรียนได้รับความ  
ช่วยเหลือสนับสนุนทางหนึ่ง และในทางกลับกัน โรงเรียนก็ให้บริการทางด้านอาคารสถานที่  
และความช่วยเหลือบริการในกิจการของสมาคม

#### 9. ความสัมพันธ์กับสมาคมทางวิชาชีพครู

สมาคมวิชาชีพครู เช่น ครูสภา สมาคมการศึกษาแห่งประเทศไทย สมาคม  
ผู้บริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย สมาคมคณิตศาสตร์ สมาคมครูวิทยาศาสตร์ สมาคมพล  
ศึกษาสุขศึกษา และนันทนาการ ฯลฯ ความสัมพันธ์สร้างได้โดย

9.1 สนับสนุนให้ครูเป็นสมาชิกของสมาคม

9.2 ร่วมเป็นคณะกรรมการของสมาคม

9.3 รับวารสารของสมาคม

9.4 ร่วมการประชุมทางวิชาการของสมาคม

9.5 เขียนบทความให้กับสมาคม

9.6 ขอความร่วมมือในการจัดอบรมจากสมาคม หรือเชิญวิทยากรจากสมาคม มาให้ความรู้กับครู

9.7 บริการสถานที่ในโอกาสที่สมาคมจะมาขอให้จัดกิจกรรม

9.8 ปรึกษาปัญหาการบริหารหรือการปฏิบัติงานกับสมาคม

หวน พิณรุฬห์ (2529 : 91) ได้กล่าวถึงวิธีการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้

1. จัดให้มีสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียน ในลักษณะแผ่นพับ หรือเป็นเล่มออกเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ กิจกรรมของโรงเรียน กิจกรรมการเรียนการสอน บุคลากร หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผู้ปกครอง และชุมชนควรทราบ
2. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำโรงเรียนเพื่อตอบคำถาม และให้ความสะดวกแก่ ผู้ปกครองหรือประชาชนที่มาติดต่อโรงเรียน
3. จัดเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียนทางสื่อมวลชน เช่น การจัดงานนิทรรศการ การชุมนุมศิษย์เก่า การประชุมผู้ปกครอง โดยเผยแพร่ทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ
4. ให้นักเรียนทราบข่าวสารของทางโรงเรียนที่ถูกต้อง เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารแก่ผู้ปกครอง และชุมชนต่อไป
5. ให้ครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักการภารโรง และยามของทางโรงเรียนได้ทราบข่าวสารของทางโรงเรียนที่ถูกต้องด้วย เพราะถือเป็นตัวแทนในการเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียนที่สำคัญทางหนึ่ง
6. ครูใหญ่ และคณะครูออกประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง เช่น การออกเยี่ยมเยียนผู้ปกครองหรือประชาชนตามบ้าน การไปร่วมงานหรือกิจกรรมในชุมชน
7. การรับฟังความคิดเห็นของผู้ปกครองหรือชุมชน ซึ่งอาจเป็นข้อข้องใจ ข้อเสนอแนะ ข้อบกพร่องของการดำเนินงานโรงเรียน เพื่อการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงสร้างความเข้าใจอันดี ต่อกัน
8. เชิญผู้ปกครองนักเรียน และประชาชนร่วมกิจกรรมของโรงเรียน เช่น เข้าชมนิทรรศการ การฟังบรรยายต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ปกครอง ชื่นชมผลงานของนักเรียน และ รู้จักโรงเรียนดียิ่งขึ้น
9. จัดตั้งสมาคมผู้ปกครอง และครู สมาคมศิษย์เก่า โดยเชิญผู้ปกครองของนักเรียน และศิษย์เก่าเป็นสมาชิก มีการประชุม จัดกิจกรรมร่วมกัน

ม.ร.ว.สุรราช ศรีราช (2532 : 107-108) ได้กล่าวว่าวิธีการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนมีมากมายหลายวิธี แล้วแต่ผู้บริหารจะเลือกใช้ให้เหมาะสมกับทรัพยากร และเวลา วิธีที่สำคัญมีดังนี้

1. จัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเพื่อรับผิดชอบกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยตรง
2. จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนเพื่อจัดร่วมกับชุมชน เช่น การแสดงของนักเรียน การแข่งขันกีฬา การจัดกิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ
3. จัดตั้งสมาคมครู ผู้ปกครอง สมาคมศิษย์เก่า ชมรม หรือกลุ่มอาชีพต่าง ๆ
4. จัดทำสิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจการของโรงเรียน
5. ใช้อุปกรณ์โสตทัศนศึกษาต่าง ๆ เช่น เครื่องขยายเสียง หรือสไลด์ ในการเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียน
6. ประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่กิจการของโรงเรียน

สามารถสรุปได้ว่า วิธีการและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้ โรงเรียนจะต้องดำเนินการจัดเจ้าหน้าที่ เพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การจัดกิจกรรมเพื่อนำมา ซึ่งความร่วมมือระหว่างบุคลากรทั้งภายใน ภายนอก และผู้เกี่ยวข้อง โดยการค้นหาวีธีการ กิจกรรม และเลือกสรรสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับ

## 10. เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์

จากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชน การเผยแพร่ให้รู้ การชี้แจง การสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่องค์กร ให้เกิดความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน และการป้องกันการเข้าใจผิด รวมไปถึงการทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน ต้องอาศัยเครื่องมือ และสื่อต่าง ๆ ซึ่งในทางประชาสัมพันธ์ ได้มีผู้กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2535 : 268) ได้ยกตัวอย่างของสื่อประเภทต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. สื่อบุคคล (Personal Media) ได้แก่คำพูด (Spoken words) ในลักษณะต่าง ๆ
2. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

3. สื่อสิ่งพิมพ์ และเอกสาร (Printed Media) ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง
4. फिल्मสตริป จดหมายข่าว โปสเตอร์ และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์
5. การจัดเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) ได้แก่ การจัดการแสดง จัดนิทรรศการ จัดงานประเพณีต่าง ๆ

ชม ภูมิภาค (2516 : 120) ได้กล่าวถึงสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คำพูด หนังสือพิมพ์ เอกสาร ภาพโฆษณาและภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ การจัดการแสดง

วิจิตร อาวะกุล (2526 : 113) ได้กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องช่วยในการเผยแพร่ (Publicity) ให้การศึกษา (to educate) ประกาศ (declaration) แจ้งข่าวคราว (to inform) ให้ความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (understanding) ฯลฯ ที่ดี ที่ถูกต้องแก่ประชาชน เพื่อจูงใจและให้เกิดความร่วมมือแก่สถาบัน ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถแบ่งโดยการพิจารณาจากวิธีการสื่อเป็นหลัก

1. การติดต่อสื่อสารเป็นรายบุคคล (Individual Contacts) ได้แก่ การไปเยี่ยมเยียน การที่ประชาชนมาติดต่อกับองค์กร การที่ประชาชนเขียนจดหมายมาสอบถาม การโทรศัพท์สอบถาม และ การสาริตแสดงผล

2. การสื่อสารเป็นกลุ่ม (Group Contacts) ได้แก่ การสาริตวิธี การประชุม หัวหน้าหรือผู้นำ การประชุมถกแถลงอภิปราย การบรรยาย และ การประชุมต่าง ๆ

3. การสื่อสารกับมวลชน (Mass Contacts) ได้แก่ เอกสารเผยแพร่ แผ่นปลิว แผ่นพับ จดหมายเวียน วิทยุ โทรทัศน์ นิทรรศการ แผ่นโฆษณา และหนังสือพิมพ์ และกล่าวถึงสื่อสามารถแบ่งโดยพิจารณาจากรูปแบบของสื่อเป็นหลัก ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

- 3.1 ประเภทสื่อคำพูด ตมปาก (the spoken, word, oral communication) ได้แก่ การพูดทั่ว ๆ ไป การติดต่อสนทนา การปราศรัย การกล่าวสุนทรพจน์ การให้โอวาท การอบรม การพูดโทรศัพท์ การประชุมแบบต่าง ๆ การประชุมชี้แจง การพบปะพูดคุย เยี่ยมเยียน และข่าวลือ

- 3.2 ประเภทสิ่งพิมพ์ (the printed word) สามารถแบ่งได้ตามลักษณะงานประชาสัมพันธ์ได้ 3 แบบใหญ่ ได้ดังนี้

3.2.1 สื่อสัมพันธ์ภายใน (internal publication) เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ใช้เป็นสื่อสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ประเภทหน่วยงานสัมพันธ์ใช้จำนวนน้อยค่าแบบกันเองภายในหน่วยงาน เป็นสื่อที่รู้จักกันภายในหน่วยงานแจกเฉพาะเจ้าหน้าที่

3.2.2 สื่อสัมพันธ์ภายนอก (external publication) เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ที่ใช้เพื่อสื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและบุคคลภายนอก ลักษณะวิธีการเขียนเป็นทางการ รมั้ดระวังการใช้ถ้อยคำ ภาษา สำนวนมากกว่าหนังสือประเภทสื่อสัมพันธ์ภายใน

3.2.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม (combination internal and external) เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ที่มีลักษณะของสื่อสัมพันธ์ได้ทั้งภายใน และภายนอกผสมกัน

3.3 ประเภทแสง และเสียง (light and sound) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพถ่าย รูปภาพกิจกรรม สไลด์ ภาพยนตร์ เครื่องขยายเสียง เครื่องบันทึกเสียง แผ่นเสียง อุปกรณ์โสตทัศนอื่น ๆ

3.4 ประเภทกิจกรรม (activities) ซึ่งสามารถแยกกิจกรรมเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้ หมวดชุมชนสัมพันธ์ หมวดการศึกษา หมวดความสำคัญของท้องถิ่น หมวดเกี่ยวกับศาสนา และหมวดเกี่ยวกับสถาบันโดยตรง

บุญเกื้อ ควรวานิช (2539 : 69) ได้กล่าวถึง สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า สื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยให้การประชาสัมพันธ์การส่งข่าวสาร และการให้การศึกษา บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่ผู้นำเสนอเรื่องราวต้องการ การที่จะให้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล ควรทำความเข้าใจถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดให้ดีเสียก่อนจึงจะสามารถวางแผนใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม สื่อสามารถจำแนกหลายชนิด ได้แก่ คำพูด สิ่งพิมพ์ ภาพโฆษณา ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และ นิทรรศการ

สรุปได้ว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดซึ่งสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีแตกต่างกันไป จึงขึ้นอยู่กับผู้บริหารว่าจะเลือกใช้สื่อชนิดใด โดยการพิจารณาจากกลุ่มคนที่ต้องการเผยแพร่ เรื่องราวที่ต้องการเผยแพร่ รวมไปถึงงบประมาณ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อีกด้วย

## 11. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ มีกระบวนการที่เป็นลำดับขั้นตอน ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์กับประชาชน และความมั่นคงของสถาบัน ดังที่



วิรัช ลภีรัตนกุล (2535 : 216-217) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการดำเนินงาน  
ประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การวิจัย และรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening) เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานขั้นแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัย และ รับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประสามติ ความคิดเห็น ทักษะคติ ตลอดจนปฏิกิริยาที่ประชาชนผู้เกี่ยวข้องมีต่อการดำเนินงานหรือต่อนโยบายขององค์กรสรุปแล้วงานในขั้นนี้ก็คือถามตนเองว่า “องค์กรของเรามีปัญหาอะไรบ้าง ?”

2. การวางแผน และการตัดสินใจ (Planning-Decision Making) การดำเนินงานในขั้นนี้เป็นการดำเนินงานต่อจากขั้นแรก เป็นการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้พิจารณาประกอบการวางแผนกำหนดคนนโยบาย และโครงการที่มีประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สรุปแล้วงานในขั้นนี้ก็คือ การถามตนเองว่า “เราจะทำอะไรได้บ้าง ?”

3. การติดต่อสื่อสาร (Communication-Action) การดำเนินงานในขั้นนี้คือ การปฏิบัติการสื่อสารกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือโครงการที่กำหนดไว้ งานในขั้นนี้ก็จะจึงเป็นการถามตนเองว่า “เราได้ทำอะไรลงไปและกระทำไปทำไม ?”

4. การประเมินผล (Evaluation) งานในขั้นนี้เป็นงานขั้นสุดท้าย เป็นการวัดผลว่าการประชาสัมพันธ์ของเราที่เข้าไปแล้วทั้งหมด ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวโดยการถามตนเองว่า “เราทำลงไปแล้วได้รับผลอะไรบ้าง ?”

วิจิตร อวระกุล (2534 : 156) ได้กล่าวถึงการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไว้ดังนี้คือ

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของ ความถูกต้องทำนองคลองธรรม ยุติธรรม และจริงใจกันทุกฝ่าย ทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสมัครสมานสามัคคี รักใคร่ ร่วมมือ ร่วมใจ ประสานสัมพันธ์กันของบุคลากร และประชาชน
3. ประชาสัมพันธ์ด้วยความสุภาพ รสนิยมดี ไม่หยาบคาย ไม่ยกตนข่มท่าน หรือทับถมผู้อื่นหรือให้ร้ายป้ายสีหรือด้วยกลโกง
4. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้ดี อย่าใช้สถิติ หรือตัวเลขที่ละเอียด ควรใช้ภาพและแผนภูมิช่วยประกอบการอธิบาย

5. อย่างประชาสัมพันธ์ครั้งละหลายเรื่อง หลายแนวความคิด จะเกิดความสับสน  
 ควรเสนอเรื่องเดียว ความคิดเดียว (single idea) ในแต่ละช่วง แต่ละตอน แต่ละครั้ง

6. เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ส่งให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะกลุ่มที่ต้องการ

## 12. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการวางแผน และการ  
 ดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ดังที่

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 138) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์  
 ไว้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องทำการวิจัย ค้นคว้า หาข้อมูลทางการ  
 ประชาสัมพันธ์ โรงเรียน มาเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนประชาสัมพันธ์โรงเรียน  
 โดยมีหัวข้อ ความมุ่งหมาย กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับผิดชอบ และดำเนินงาน สื่อ กิจกรรม และ  
 ช่องทางที่จะใช้สร้างการประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาดำเนินงาน และงบประมาณ เมื่อวางแผน  
 การประชาสัมพันธ์โรงเรียนแล้ว จึงดำเนินงานตามแผนนั้น และมีการควบคุม และติดตาม  
 การปฏิบัติงานด้วย ได้ผลอย่างไรก็พิจารณาจากการประเมินผล การประชาสัมพันธ์โรงเรียน

จากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังที่  
 กล่าวมา สามารถสรุปถึงการดำเนินการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ว่า โรงเรียนควรมี  
 กระบวนการค้นคว้าหาข้อมูลทางการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจาก การวิจัยรับฟัง  
 ความคิดเห็น การวางแผน และการตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร และการประเมินผล ซึ่งเป็น  
 ขั้นตอนสุดท้าย และมีการนำผลเหล่านั้นมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

## 13. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนประถมศึกษา  
 โดยเฉพาะนั้น มีน้อยมาก แต่ก็มีงานวิจัยในลักษณะนี้ ซึ่งทำการวิจัยในระดับมัธยมศึกษา  
 รวมทั้งงานการวิจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่บ้าง  
 ดังต่อไปนี้

สมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา : National Education  
 Association (1968 : 29-31 อ้างถึงใน ธนะศักดิ์ รอดเมฆ, 2527) ได้ทำการวิจัยเรื่อง  
 ผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน (The School Public Relation Administrator) ได้

สรุปว่า หน้าทีหลักและความรับผิดชอบของผู้บริหารที่ควรจะทำดำเนินงานในด้าน  
ประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังต่อไปนี้

1. ทำการติดต่อกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของ  
โรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียนเพื่อส่งให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานในด้านเอกสารสิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน
5. รณรงค์ให้มีการเลือกตั้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้มีหลักฐานถูกต้อง
6. จัดทำรายงานต่าง ๆ ของโรงเรียน แจกให้แก่ผู้ตรวจการศึกษา ได้ทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่ม  
บุคคล ในสาขาวิชาชีพทางด้านบริการอื่น ๆ
8. จัดโครงการพิเศษสำหรับโรงเรียนขึ้น
9. เผยแพร่โครงการของโรงเรียน
10. จัดให้มีบรรณาธิการสิ่งพิมพ์ในหน่วยงานกลางของโรงเรียน
11. จัดร่างสุนทรพจน์ ทำรายงาน และ เอกสารของหน่วยงาน
12. จัดให้มีสถานที่อันเหมาะสม เพื่อเชิญนักพูดหรือเปิดโอกาสให้บุคลากรของ  
โรงเรียน
13. จัดให้มีการฝึกอบรม ให้ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรของ  
โรงเรียน
14. จัดให้มีการประเมินผลทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน
15. พัฒนาให้ครูได้มีส่วนร่วมในการแสวงหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ใน  
การศึกษา

16. จัดให้มีบริการเกี่ยวกับบันทึกภาพในโอกาสต่าง ๆ

สะอาด พรหมน้อย (2523 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัด  
ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพที่ปฏิบัติจริง ซึ่งโรงเรียนทำอยู่ในเกณฑ์มาก คือ ด้านความสัมพันธ์  
อันดีของบุคลากรในโรงเรียน และความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียนและศิษย์เก่า ส่วนสภาพที่  
ปฏิบัติอยู่ในเกณฑ์น้อย คือ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ ด้าน

การใช้กิจกรรมนักเรียน และการบริการของโรงเรียน ด้านการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และ สื่อมวลชน

2. สภาพที่ควรปฏิบัติ ในด้านความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียน และ ด้านความสัมพันธ์กับนักเรียนและศิษย์เก่า ควรปฏิบัติในเกณฑ์ที่ดีที่สุดหรือมากที่สุด ส่วนอีก 4 ด้าน ควรปฏิบัติในเกณฑ์ดีหรือมาก

3. องค์ประกอบสำคัญของการจัดประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา การจัดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา ตามความคิดเห็นของครูใหญ่ และประชาชน โดยเรียงลำดับที่ให้ความสำคัญได้ว่า โรงเรียนควรจะให้ความสำคัญการจัดการ ประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียนเป็นอันดับแรก และด้านที่ให้ความสำคัญลำดับถัดไป คือ ด้านความสัมพันธ์กับนักเรียน และศิษย์เก่า ด้านความสัมพันธ์กับผู้ปกครอง และชุมชน ด้านการใช้กิจกรรมนักเรียน งานประจำปี และ บริการของโรงเรียน ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล และสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และอันดับ สุดท้าย คือ ด้านการใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน

สุชาติ สุภโตษะ (2523 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการ ประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ผลการวิจัยสรุปว่า

1. โครงสร้างการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีการจัดส่วน งานบริหารอย่างเป็นทางการเฉพาะของกระทรวง โดยส่วนรวม มีนโยบายและวัตถุประสงค์

2. ประสงค์ยังไม่ชัดเจน มีการแต่งตั้งและกำหนดตำแหน่งผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ไว้ทุกส่วนราชการสำหรับในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ และกิจกรรมมีการ กำหนดไว้ชัดเจนพอสมควรส่วนในการติดต่อสัมพันธ์ ยังนั่งรอส่วนราชการอื่นมาติดต่อ มากกว่า และในด้านงบประมาณส่วนมีการจัดสรรให้ และมีเพียง 4 ส่วนราชการ เท่านั้นที่ยัง ไม่ได้จัดสรรเงินให้เป็นการเฉพาะ

3. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับความรู้ประสบการณ์ทางด้านการ ประชาสัมพันธ์โดยการศึกษาจากตำรา เอกสารและสอบถามจากผู้รู้มากกว่าการศึกษาจาก สถาบันการศึกษา หรือการอบรม

4. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ทั้ง 7 ด้านนั้น ส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า มีการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์น้อย คือ ในด้าน กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน (กรม) ของกระทรวง ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ

และโทรทัศน์ และ ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ ยกเว้นในด้านการสื่อทางเอกสาร สิ่งพิมพ์ จดหมาย และป้ายประกาศ เผยแพร่ และด้านการใช้กิจกรรมและบริการอื่น ๆ เท่านั้น มีการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์มาก

5. ปัญหา และอุปสรรคในด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น การขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะทำหน้าที่ในด้านการประชาสัมพันธ์ และเรื่องวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอ ซึ่งผู้บริหารระดับกรมเห็นว่า มีปัญหา และอุปสรรคอยู่ในเกณฑ์น้อย แต่ผู้บริหารระดับกอง เห็นว่ามีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในเกณฑ์มาก

ชนะเลิศ รอดเมฆ (2527 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 6 ด้าน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 6 พบว่า

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่โรงเรียนปฏิบัติออกมาให้เห็นตามความคิดเห็นของประชากร 2 กลุ่ม อยู่ในระดับมาก มีอยู่ 2 ด้าน คือ กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียนและศิษย์เก่า กับการจัดกิจกรรมนักเรียน และ บริการชุมชนของโรงเรียน

2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน คือ 1) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียน 2) กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน 3) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครองและชุมชน 4) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคล และ สมาคมวิชาชีพ ความคิดรวมของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม เห็นว่าโรงเรียนได้มีการปฏิบัติออกมาให้เห็นอยู่ในระดับน้อย

3. ปัญหา และอุปสรรคในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผู้บริหาร และอาจารย์มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย

สุพิศรา ใฝ่แก้ว (2533 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า

1. การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และอาจารย์หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

1.1 กิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมของโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าของครู และ โรงเรียน

- 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครอง และ ครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน
- 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน
- 1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และ โรงเรียน
- 1.6 เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2. กลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งสองกลุ่ม มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับน้อย

สุเมตตา ม่วงศิริ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและ ครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา เอกชน กรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน รวม 7 ด้าน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามี การปฏิบัติในระดับมาก 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) มีความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน ส่วนความคิดเห็นว่ามี การปฏิบัติในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) กิจกรรมของนักเรียน และ การบริการชุมชนของโรงเรียน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า และโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครอง และครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และ 4) การใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ และ สื่อมวลชน

2. ความคิดเห็นของผู้บริหาร และ ครู-อาจารย์ เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน 4 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีปัญหาในระดับน้อย 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) ด้านวัสดุอุปกรณ์ 2) ด้านการบริหารการจัดการ และ 3) ด้านทรัพยากรมนุษย์ส่วนที่เห็นว่ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด เพียงด้านเดียวคือ ด้านงบประมาณ

วิชัลลดา ยิ่งสมสุข (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษา การประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียนคาทอลิก สังกัดอัครสังฆมณฑลกรุงเทพฯ เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมผู้บริหาร ครู นักเรียนและผู้ปกครอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียนและ

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและโรงเรียนอยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนของผู้ปกครองอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัด ปฐมนิเทศนักเรียนใหม่ เพื่อให้เข้าใจระเบียบข้อบังคับ วิธีดำเนินชีวิตในโรงเรียน การจัด กิจกรรมประกาศเกียรติคุณ ยกย่องนักเรียนที่ทำความดี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของนักเรียนอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดส่งนักเรียนเข้าประกวดผลงานทางวิชาการ การแข่งขันในด้านความรู้ ทักษะและความสามารถที่องค์กรต่างๆ หรือชุมชนจัดขึ้น การจัดกิจกรรมประกาศเกียรติคุณ ยกย่องนักเรียนที่ทำความดี การจัดโครงการปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ เพื่อสร้างความผูกพันให้กับนักเรียนปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยภาพรวมผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ปกครองและนักเรียนมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

จากวรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยใช้เป็นแนวคิดในการวิจัย เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร โดย สัมภาษณ์รอบแนวคิดของรองศาสตราจารย์ นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ ในการศึกษาสภาพการจัดการประชาสัมพันธ์ 7 ประการ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลากรในโรงเรียน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า และ โรงเรียน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง และ ชุมชน
5. ความสัมพันธ์ระหว่าง สมาคมผู้ปกครอง และ ครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ
6. กิจกรรมของนักเรียน และการบริการชุมชนของโรงเรียน
7. การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน