บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาตามลำดับ ดังนี้

1. หลักแนวความคิดของเดมมิ่ง (Deming Cycle)
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
   - 2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
   - 2.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
   - 2.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
   - 2.4 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. สื่อประชาสัมพันธ์
   - 3.1 ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์
   - 3.2 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์
   - 3.3 กระบวนการสื่อสาร
4. การบริหารงานสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
5. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษา
   - 5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
   - 5.2 ขั้นตอนการดำเนินงานประสัมพันธ์
   - 5.3 กลวิธีในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือสถานศึกษา
   - 5.4 ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือสถานศึกษา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
   - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
   - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หลักแนวความคิดของเดมมิ่ง (Deming Cycle)

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2541 : 168 – 169) ได้นำเสนอหลักการปฏิบัติการสร้างกลุ่มคุณภาพตามหลักวงล้อของเดมมิ่ง (Deming Cycle) เข้ามาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย

ที่กำหนดขึ้น ซึ่งหลักวงล้อของเดมมิ่งจะประกอบด้วยกิจกรรมกลุ่ม 4 ประการ ที่กลุ่มสร้างคุณภาพจะต้องปฏิบัติคือ

1. การวางแผน (Plan)
2. การปฏิบัติ (Do)
3. การตรวจสอบ (Check)
4. การปรับปรุงแก้ไข (Action)

หลักวงล้อของเดมมิ่ง เป็นหลักที่เสริมการปฏิบัติกลุ่มสร้างคุณภาพให้มีประสิทธิภาพภายใต้หลักเกณฑ์ที่ว่ากิจกรรมใด ถ้าต้องการให้บรรลุถึงความสำเร็จ และความสามารถดำเนินกิจกรรมนั้นให้มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนบรรจบครบวงจร โดยเริ่มจากการวางแผนที่ดี (P) ปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ (D) ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย (C) และปรับปรุงแก้ไขงานที่ปฏิบัติให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (A) สำหรับการใช้หลักวงล้อของเดมมิ่งในการสร้างกลุ่มสร้างคุณภาพ จะอยู่ในขั้นของการจัดตั้งกลุ่มสร้างคุณภาพ แล้วจะนำหลักวงล้อของเดมมิ่งเข้ามาใช้ในการปฏิบัติกับกลุ่มสร้างคุณภาพ ซึ่งแบ่งขั้นตอนการปฏิบัติการสร้างกลุ่มคุณภาพ ดังนี้

1. ขั้นตอนการจัดกลุ่มสร้างคุณภาพ
2. ขั้นตอนในการปฏิบัติในกลุ่มสร้างคุณภาพ

ในกลุ่มแรกจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีสิ่งสำคัญคือ จะต้องมีการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติกลุ่มสร้างคุณภาพด้วยการจัดอบรมปูพื้นฐานความคิดพื้นฐานในหลักการปฏิบัติกลุ่มสร้างคุณภาพและขั้นตอนการปฏิบัติกิจกรรมการสร้างคุณภาพ ชี้ให้เห็นถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติกลุ่มสร้างคุณภาพ เมื่อพนักงานตลอดจนผู้บริการเกิดความศรัทธามองเห็นประโยชน์ของกิจกรรมการสร้างคุณภาพแล้ว ประกาศนโยบายกิจกรรมการสร้างคุณภาพให้ทราบโดยสมัครใจ สร้างคำขวัญ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นพนักงานให้เกิดความคิดในการปฏิบัติงานพร้อมที่จะจดทะเบียนกลุ่มสร้างคุณภาพ

ส่วนขั้นตอนที่สอง เมื่อจัดตั้งกลุ่มสร้างคุณภาพได้แล้ว ผู้นำกลุ่มสร้างคุณภาพและผู้ประสานงานจะต้องแนะนำและสร้างบรรยากาศแห่งความพอใจกลุ่มผู้ปฏิบัติกิจกรรมสร้างคุณภาพด้วยความเต็มใจ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิด ใช้พลังสมอง พลังกาย พลังใจ ที่จะเข้าปฏิบัติงาน เน้นความสามัคคีเป็นหลัก จากนั้นนำวงล้อเดมมิ่งเข้ามาเสริมกับเทคนิคการสร้างคุณภาพ ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. ขั้นการวางแผน

1.1 ความหมายของการวางแผน

คำว่า "การวางแผนบริหาร" มีผู้ให้ความหมายไว้หลายคนที่สมควรนำมาพิจารณาคือ

เทอร์รี่ (Terry อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2546 : 12) คือ การศึกษารายละเอียดข้อเท็จจริงต่าง ๆ แล้วกำหนดภาพของสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต มองไปข้างหน้าอย่างมีระบบ โดยอาศัยสมมติฐานหรือคาดคะเน โดยอาศัยหลักเหตุผล แล้วกำหนดสิ่งที่จะต้องปฏิบัติว่า จะทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน ให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

แฟรกซ์ อี แฮริสัน (Frak E Harison. 1978 อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2546 : 13) "การวางแผนเป็นการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร และใครทำ"

สุนทร เกิดแก้ว และ ประสิน โสภาบุญ (2530 : 14 อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2546 : 16 - 17) การวางแผน หมายถึง การใช้ข้อมูลต่าง ๆ จากการวิเคราะห์พยากรณ์ในการกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน กิจกรรมและสภาพต่าง ๆ ให้ตอบสนองข้อพยากรณ์เหล่านั้น

อุทัย บุญประเสริฐ (2546 : 23) การวางแผนเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งของนักบริหารที่เป็นระบบมีประสิทธิภาพ เป็นผลมาจากการค้นคว้าและกำหนดวิธีการทำงานในอนาคต เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้ทรัพยากรการบริหารที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

จากคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า การวางแผน หมายถึง การตัดสินล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และเมื่อไร โดยอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยการใช้ทรัพยากรการบริหารที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

1.2 ขั้นตอนสำคัญของกระบวนการวางแผน (Planning)

ถือเป็นกระบวนการ (Process) กระบวนการหนึ่งมีลำดับขั้นตอนการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด เป็นวงจรต่อเนื่องหลายขั้นตอน แต่สรุปเป็นขั้นตอนใหญ่ได้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

1.2.1 ขั้นศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ

1.2.2 ขั้นกำหนดแผน

1.2.3 ขั้นนำแผนไปปฏิบัติ

1.2.4 ขั้นติดตามประเมินผล

แต่นักวางแผนบางท่านให้ความเห็นว่า ขั้นตอนสำคัญตามกระบวนการการวางแผน สรุปได้เพียง 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

1. ขั้นวางแผน (To Plan)
2. ขั้นนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation Plan)
3. ขั้นติดตามประเมินผลแผน (Evaluation Plan)

จริง ๆ แล้วไม่ว่าจะ 4 หรือ 3 ขั้นตอน ก็เป็นเรื่องเดียวกัน การแบ่ง 4 ขั้นตอน ทำให้สื่อความหมายเต็มสภาพกิจกรรมการดำเนินงานชัดเจนขึ้น ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีกิจกรรมย่อย ๆ ที่ต้องดำเนินการอีกมาก ระยะเวลายาวนาน อาจเป็น 6 เดือน 1 ปี หรือ 5 ปี ซึ่งเป็นแผนแม่บทที่ประเทศไทยใช้เป็นแผนหลักในการพัฒนาประเทศอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้

1. ขั้นศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้

1.1 เตรียมการ

1.2 ตั้งคณะทำงาน

1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ

1.4 วิเคราะห์สารสนเทศ

1.5 กำหนดปัญหาความต้องการและลำดับความสำคัญ

1.6 กำหนดกรอบแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนา

2. ขั้นจัดทำแผน ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้

2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของแผน

2.2 กำหนดนโยบายกำหนดเป้าหมาย

2.3 กำหนดมาตรการ

2.4 กำหนดกรอบโครงสร้างของแผนงาน งาน และวงเงินงบประมาณ

2.5 จัดทำรายละเอียดโครงการ

3. การนำแผนไปปฏิบัติ ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้

3.1 ตรวจสอบความพร้อม

3.2 การมอบหมายงานและกำกับงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.3 การอำนวยการ

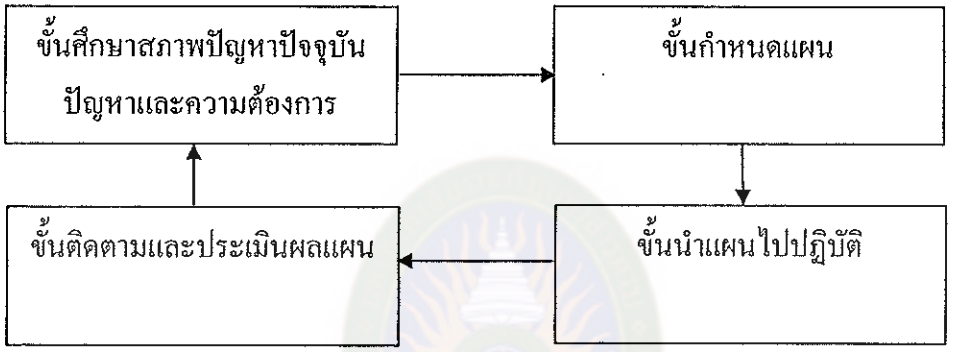
3.4 การจัดการ ฯลฯ

4. การติดตามประเมินผลแผน ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้

4.1 การประเมินก่อนดำเนินการ (วิเคราะห์แผนหรือโครงการ)

4.2 ประเมินระหว่างดำเนินการ (การติดตาม นิเทศ กำกับงาน)

4.3 การประเมินหลังการดำเนินการ (ประเมินโครงการ และแผนหลังสิ้นสุดแผนหรือโครงการแล้ว) ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกระบวนการวางแผน

1.3 สาระสำคัญของการวางแผน

การจัดทำเอกสารแผนไม่ว่าจะเป็นแผนพัฒนาหรือแผนปฏิบัติการ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารต่อบุคลากรของหน่วยงานหรือเพื่อเผยแพร่ก็ตาม เอกสารควรประกอบด้วยสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ

1. ภารกิจและปริมาณงานในความรับผิดชอบ
2. ผลการดำเนินงานของโรงเรียนที่ผ่านมา
3. สภาพปัจจุบันและแนวโน้มของสภาพแวดล้อมต่างๆ
4. สภาพปัญหาความต้องการ
5. ทิศทางหรือแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนา

ส่วนที่ 2 สาระสำคัญของแผนพัฒนา

1. วัตถุประสงค์
2. นโยบาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3. เป้าหมาย

4. มาตรการ

5. กรอบแผนงาน และโครงการ

ส่วนที่ 3 รายละเอียด แผนงานหรือโครงการและเงินทุน

การควบคุมคุณภาพจะสำเร็จตามจุดมุ่งหมายถึงคำว่าคุณภาพได้ก็ด้วยความร่วมแรงร่วมใจกันคิด พร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้หมดไป ซึ่งหลักการปฏิบัติการวางแผนการสร้างคุณภาพมีขั้นตอน ดังนี้

1. ระบุถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องการปรับปรุง การระบุถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องการปรับปรุงเป็นงานขั้นแรกของการปฏิบัติการสร้างคุณภาพ ซึ่งทุกคนจะต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในการหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น

2. เก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อดูลักษณะการกระจายของกระบวนการผลิตหรือดูสาเหตุของสิ่งของที่ต้องการปรับปรุงว่ามีการกระจายมากน้อยเพียงใด มีสาเหตุเนื่องจากอะไร เพื่อจะได้แก้ไขปรับปรุงสาเหตุการกระจายของผลิตภัณฑ์ในกระบวนการผลิตหรือสาเหตุของสิ่งที่ต้องการปรับปรุง ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ควรเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะที่อ่านง่ายและสะดวกต่อการปฏิบัติ เช่น ใช้ตารางตรวจสอบแผนภูมิต่าง ๆ หรือแบบสอบถามในการหาสาเหตุหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วควรจำแนกข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อสะดวกต่อการสร้างแผนภูมิก้างปลาและเสนอต่อที่ประชุม

3. กำหนดหัวข้อและแสดงสภาพของปัญหา หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ในขั้นตอนนี้จะเป็นการสร้างแผนภูมิต่าง ๆ เช่น แผนภูมิก้างปลา แผนภูมิพาเรโต แผนภูมิควบคุม และกราฟ เพื่อใช้กำหนดสาเหตุของความบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนแสดงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับงานที่ทำอยู่ และเมื่อทราบถึงปัญหาต่าง ๆ จากแผนภูมิที่กำหนดแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการระดมความคิด ถกถึงปัญหาต่าง ๆ เพื่อเลือกปัญหาบางจุดขึ้นมาแก้ไข ปรับปรุง แล้วกำหนดหัวข้อในการแก้ไขปรับปรุง

4. กำหนดเป้าหมายที่แน่นอน การตั้งเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญของการทำกิจกรรมการสร้างคุณภาพ ดังนั้น หลังจากกำหนดหัวข้อเลือกปัญหาที่จะปรับปรุงแก้ไขแล้ว ขั้นต่อไปจะต้องกำหนดเป้าหมายของการปฏิบัติงาน ซึ่งการกำหนดเป้าหมายนั้นสมาชิกทุกคนจะต้องยอมรับและมีความรู้สึกว่าสามารถกระทำกิจกรรมนั้นสำเร็จตามเป้าหมาย

5. เลือกวิธีการแก้ไขปรับปรุง เมื่อทราบถึงสาเหตุของปัญหาและกำหนดเป้าหมายที่จะปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สาเหตุของแต่ละสาเหตุและวิธีการแก้ไขปรับปรุงที่เลือกมาปฏิบัติ หากไปเกี่ยวข้องกับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หน่วยงานอื่นหรือกลุ่มอื่น ก็แจ้งให้ผู้บริหารดำเนินการสั่งการให้หน่วยงานนั้นร่วมมือแก้ไขประสานงานกันไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ขั้นการปฏิบัติ

หลังจากได้ดำเนินการขั้นวางแผนต่าง ๆ แล้ว ในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้สาเหตุของแต่ละสาเหตุ และวิธีการแก้ไขปรับปรุงงานที่เลือกมาปฏิบัติจากแผนภูมิต่าง ๆ ซึ่งถ้าเป็นงานที่สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาของสาเหตุด้วยกลุ่มเองก็ลงมือปฏิบัติ หากไปเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่นหรือกลุ่มอื่น ก็แจ้งให้ผู้บริหารดำเนินการสั่งการให้หน่วยนั้นร่วมมือแก้ไข ประสานงานกันไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ขั้นการตรวจสอบ

เมื่อทดลองแก้ไขปัญหาในข้อ 2 แล้ว ในขั้นนี้จะต้องทำการตรวจสอบการติดตามผลงานที่ปฏิบัติไปด้วยการเปรียบเทียบผลการทำงานก่อนการปฏิบัติงานให้ผลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด ถ้าได้ผลตามเป้าหมายหรือสูงกว่าเป้าหมายก็นำผลที่ได้จัดทำเป็นมาตรฐานการทำงาน เพื่อใช้สำหรับการปฏิบัติงานในโอกาสต่อไป แต่ถ้าไม่ได้ผลตามเป้าหมายหรือต่ำกว่าเป้าหมายให้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ขั้นการปรับปรุงแก้ไข

ในขั้นนี้เป็นผลจากขั้นการตรวจสอบที่กล่าวมาแล้วในข้อ 3 ที่ว่า ถ้าได้ผลตามเป้าหมายก็ให้นำผลการปฏิบัติต่าง ๆ มาจัดทำเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ เพื่อเสนอรายงานผลงานให้กลุ่มอื่นได้ทราบต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากหลักแนวความคิดของเดมมิ่ง สรุปได้ว่า เป็นกระบวนการพัฒนาคุณภาพงานขั้นพื้นฐาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กรหรือหน่วยงาน ภายใต้การทำงานเป็นทีมเพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการปฏิบัติตามแผน ขั้นตอนการตรวจสอบ และขั้นตอนการปรับปรุงแก้ไข

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพแขนงนี้ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (2549 : 2) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มคน ทำให้เกิดความสามัคคี เกิดความร่วมมือ เกิดความหวังและอนาคต เกิดความเข้าใจอันดีกับหน่วยงาน ทำให้เกิดความสงบสุขในสังคม เป็นการเผยแพร่ข่าวสารสองทิศทาง

เมตตา ดีเจริญ (2548 : 1) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในหน่วยงานและนอกหน่วยงาน นอกจากนี้ ยังเป็นกลไกที่จะก่อให้เกิดความประทับใจ สร้างความนิยมศรัทธาให้กับหน่วยงาน ซึ่งมีผลต่อการได้รับความนิยมและการสนับสนุนร่วมมือกันอย่างดีจากประชาชน

กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธ (2547 : 8) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการที่จะสร้างและธำรงรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การสถาบันหรือหน่วยงานกับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยการสื่อสารอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ที่ได้มีการวางแผน มีการวิเคราะห์ และมีการประเมินถึงประชามติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายไว้เป็นอย่างดีแล้ว ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเห็นอกเห็นใจ และให้ได้รับการสนับสนุนร่วมมือกันในที่สุด

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546 : 5) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน" เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546 : 10) ได้กล่าวความหมายของการประชาสัมพันธ์ โดยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรและกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการจัดทำแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ บรรลุเป้าหมาย

สุปรีดา ลิ่มเฉลิมวงศ์ (2545 : 1) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของสถาบันโดยมีแผนการและการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ด้วยดี สมความมุ่งหมายโดยมีประชามติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

อุบลวรรณ ปีติพัฒนะโฆษิต (2545 : 1) กล่าวไว้ว่า เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่ง ซึ่งหมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็นตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานไปยัง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กลุ่มเป้าหมายโดยมีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ ข่าวสาร ความเข้าใจ และก่อให้เกิดความร่วมมือ ความเชื่อถือ ศรัทธาและภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน

ปีนิดา พุ่มแย้ม (2544 : 11) ได้สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การสถาบันนั้น ๆ ด้วยสื่อ หรือวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ สถาบัน เกิดการยอมรับและให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์กร สถาบัน บรรลุวัตถุประสงค์

อลิศรา เจริญวานิช (2544 : 1) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง การดำเนินการของสถาบันที่มีการวางแผน มีการกระทำที่ต่อเนื่อง และประพฤติปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของความจริง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ระหว่างสถาบันและกลุ่มประชาชน

บาสกิน อโรนอฟ และ ลาทติมอร์ (Baskin, Aronoff and Lattimore. 1997 อ้างถึงใน เสรี วงศ์มณฑา. 2544 : 11) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการจัดการองค์การเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทัศนคติ และค่านิยม หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์การกับสาธารณชน

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า วิธีการของหน่วยงาน หรือสถาบันที่ดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง โดยมีแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ และกระทำต่อเนื่อง ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคลหรือสถาบัน กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มีความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ให้ความสนับสนุนร่วมมือกันและกัน มีการดำเนินงานในระบบสองทาง (Two – way Process) ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยรวมต่อความสำเร็จของสถาบันหรือหน่วยงานอย่างราบรื่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวงการศึกษาของประเทศเป็นอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับว่า เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารงานขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงาน ซึ่งการบริหารงานจะสำเร็จลุล่วงตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยการประชาสัมพันธ์จะเป็นวิธีการขององค์การที่เข้ามามีส่วนช่วยให้กลุ่มประชาชนเหล่านั้นมีความเข้าใจและมีความสัมพันธ์อันดีต่อองค์การ จึงอาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์การเป็นอย่างมาก

ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส (2548 : 5) กล่าวว่า จากการที่ประชาสัมพันธ์ได้ถูกนำไปใช้ในองค์การแทบทุกแห่งอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่องมาเป็นเวลายาวนานนั้น ย่อมเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อองค์การในหลายประการ ดังนี้

1. ทำให้ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักองค์การตระหนักถึงชื่อเสียงเกียรติคุณและมีความรู้ความเข้าใจในงานที่องค์การปฏิบัติ

2. สามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้เห็นถึงคุณค่าขององค์การซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ

3. เรียกร้องให้ประชาชนให้การสนับสนุนกับสิ่งที่องค์การกำลังดำเนินการอยู่อาทิ การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงาน การรณรงค์การเลือกตั้ง เป็นต้น

4. แก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์การเพื่อเรียกศรัทธาในองค์การให้กลับคืนมา เช่น แก้ไขความเข้าใจผิดเมื่อเกิดข่าวลือต่าง ๆ ในองค์การ

กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธรต์ (2547 : 11) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญดังนี้

1. ส่งเสริมสังคมการปกครองระบอบประชาธิปไตย

2. ลดความห่างเหินกันในสังคม

3. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนและกลุ่มชนที่อยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกัน

4. ขจัดความขัดแย้งเคลือบแคลงสงสัย ความบีบคั้นกดดันในสังคม

5. ช่วยสร้างความสามัคคีปรองดอง

6. สร้างความสำนึกให้ตระหนักและธำรงไว้ซึ่งความดีงามในสังคม

7. เพื่อช่วยเสริมสร้างพัฒนาสถาบันในเชิงบริหาร

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546 : 12) ได้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถาบัน องค์การกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงาน และกลุ่มประชาชนภายนอก

2. เป็นกลไกในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ชื่อเสียง ศรัทธาให้เกิดแก่สถาบัน องค์การ หรือหน่วยงาน

3. ช่วยผลักดันให้การดำเนินงานของสถาบัน องค์การ เป็นไปได้ด้วยดี

4. เป็นกลไกในการชักจูง โน้มน้าวใจ ให้เกิดการยอมรับ สนับสนุนและเกิดการปฏิบัติตาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

5. เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในองค์การ สถาบันที่เป็นหน่วยงานธุรกิจนำมาใช้ในการสื่อสารสินค้า หรือบริการไปยังผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

6. เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสถาบัน องค์การ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545 : 37) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับสื่อที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อที่สถาบันสามารถจัดการผลิตเองได้และสื่อมวลชน

2. ทำให้นักประชาสัมพันธ์ได้รู้จักประชาชนและกลุ่มเป้าหมายของสถาบันได้อย่างถูกต้อง รัดกุม ทั้งพื้นความรู้ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่มีต่อสถาบัน ตลอดจนการพฤติกรรมการสื่อสาร

3. ทำให้นักประชาสัมพันธ์มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องปฏิทินเวลาต่าง ๆ สอดคล้องกับโอกาสและวาระต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

4. สามารถส่งเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทางได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะแฝงไว้ด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2542 : 24-29) ได้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการสร้างภาพพจน์และภาพพจน์นี้มีความสำคัญมากกับการกระทำของมนุษย์เราทุกคน เพราะภาพพจน์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางและความหนักแน่นของพฤติกรรมของคนเรา ภาพพจน์คือ ความรู้สึกที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง และความรู้นั้นเกี่ยวข้องกับการประเมินค่าของเราเองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพราะฉะนั้นการสร้างภาพพจน์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น จะทำให้เราได้รับความร่วมมืออย่างดีจากประชาชน และทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมที่ดีต่อสถาบันของเรา ภาพพจน์มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้เอง แต่เป็นสิ่งที่เรามีกับสิ่งต่าง ๆ นั้น มีทั้งที่เป็นบวก เป็นลบ และสลัว ภาพพจน์ไม่ใช่สิ่งที่ติดตามตัว เปลี่ยนแปลงไม่ได้ ตามหลักจิตวิทยาแล้ว ภาพพจน์เปลี่ยนแปลงได้แต่เปลี่ยนได้ยากพอ ๆ กับเปลี่ยนทัศนคติ

ในกรณีที่คนยังไม่รู้จักสถาบันของเรา ก็ยังมิได้ประเมินค่าสถาบันนั้น เราจึงมีหน้าที่สร้างภาพพจน์และทัศนคติให้ประชาชนมองเห็นว่า สถาบันของเราดีมีคุณค่า สมควรแก่การคบหาและเข้าใจเกี่ยวข้องด้วย สมควรที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่สถาบันของเราทำ ภาพพจน์ในทำนองนี้จึงเป็นภาพพจน์ในทางบวกที่สถาบันของเราสร้างขึ้น ดังนั้น ความสัมพันธ์ของประชาชนกับสถาบันต่าง ๆ ของสังคมจึงมีความสำคัญดังต่อไปนี้

BAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในงานราชการ

การประชาสัมพันธ์ในวงงานราชการเกิดขึ้นจากความจำเป็นสองประการคือ

1.1 ความจำเป็นที่จะต้องประสานความสามัคคีระหว่างกลุ่มชนต่าง ๆ ในสังคมและระหว่างกลุ่มชนเหล่านั้นกับรัฐบาล แม้มนุษย์จะมีความขัดแย้งกันโดยเหตุต่าง ๆ ตามธรรมชาติ แต่การที่จะอยู่ร่วมกันได้โดยสันติเป็นปึกแผ่นเพื่อความสุขความเจริญของบ้านเมือง แล้วก็จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและสมัครสมานสามัคคีกัน

1.2 รัฐบาลในประเทศประชาธิปไตย จะตั้งอยู่ได้ด้วยความนิยมและเห็นชอบของประชาชน มิใช่ด้วยอำนาจ ดังนั้น ถ้าไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจในเรื่องใด ๆ ที่ประชาชนควรจะต้องทราบและเข้าใจโดยกระจ่างชัดแจ้ง ก็อาจจะเกิดผลเสียขึ้นได้ในภายหลัง รัฐบาลอาจไม่มีปัญหาในการสร้างความเข้าใจ และให้ข่าวสารความรู้กับข้าราชการมากเท่ากับด้านประชาชน ซึ่งมีจำนวนหลายร้อยล้าน รัฐบาลจะปฏิบัติอย่างไรจึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ให้มีต่อกันได้อย่างใกล้ชิด สร้างความเข้าใจให้ความรู้ในกิจการบ้านเมืองตลอดจนการหยั่งรู้ประชามติเพื่อเก็บมาเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย หรือปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งการเรียกร้องเสียงสนับสนุนจากประชาชน สิ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาในภาวะดังกล่าวนี้ได้ก็คือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์จะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างรัฐบาลกับข้าราชการ ข้าราชการกับประชาชน และรัฐบาลกับประชาชน ให้มีความใกล้ชิดและเข้าใจซึ่งกันและกันได้

2. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านเศรษฐกิจ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้ อาจแบ่งออกเป็น

2.1 ในวงการธุรกิจ ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการประชาสัมพันธ์ในวงราชการ เพราะถ้าพิจารณาในด้านผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแล้ว การประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจจะมีความสำคัญกว่าการประชาสัมพันธ์ในวงราชการ ทั้งนี้ เพราะกิจการธุรกิจเอกชนมีการแข่งขันกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ จะมีการใช้เงินเป็นจำนวนมาก เพื่อการประชาสัมพันธ์และในวงการธุรกิจขนาดใหญ่ จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำงานควบคู่กับฝ่ายโฆษณาสินค้า ฝ่ายประชาสัมพันธ์มุ่งสร้างชื่อเสียง และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานธุรกิจของตนกับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ เช่น ให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา จัดพิมพ์เอกสารความรู้ ที่พิจารณาแล้วว่ามีประโยชน์ต่อชนส่วนใหญ่ แจกจ่ายให้เปล่า เป็นต้น

2.2 ในด้านแรงงาน ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้ ถ้าพิจารณาแล้วจะเป็นว่า ในธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานจากคนจำนวนมาก ปรากฏการณ์ที่มักเกิดขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครสวรรค์
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เสมอ คือ ความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการผลิตกับลูกจ้าง สมัยก่อนกิจการธุรกิจมีขนาดเล็ก ปัญหาเรื่องความขัดแย้งมีไม่มากและไม่รุนแรง แต่ปัจจุบันการประกอบธุรกิจมีขนาดใหญ่ มีคนงานเป็นร้อยเป็นพัน จึงก่อให้เกิดปัญหาด้านแรงงานขึ้นมา 2 ประการ คือ

2.2.1 คนงานอยู่ใต้อิทธิพลนายจ้าง

2.2.2 คนงานกับนายจ้างมีความขัดแย้งและฝ่ายคนงานเป็นฝ่ายเสียเปรียบ เสมอปัญหาดังกล่าว ทำให้คนงานรวมกำลังกันต่อสู้เพื่อยกฐานะของพวกตนให้ดีขึ้น ไม่ยอมให้นายจ้างกดขี่และเอารัดเอาเปรียบ มีการจัดตั้งสหภาพแรงงานขึ้น เพื่อใช้ในการต่อสู้และเสนอข้อเรียกร้องจากนายจ้าง หากไม่ได้ตามความต้องการก็มีการนัดหยุดงาน ฝ่ายนายจ้างก็ใช้วิธีปิดงานงดจ้าง ซึ่งวิธีการต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ล้วนแต่นำความเสียหายมาสู่วงการธุรกิจทั้งสิ้น ฉะนั้นการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง นอกจากจะใช้วิธีเจรจาตกลงกันแล้ว ยังใช้วิธีการที่เรียกว่า แรงงานสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์รูปหนึ่งที่จะดำเนินการป้องกันและระงับข้อพิพาท ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับคนงานให้เกิดขึ้น ปัญหาความขัดแย้งก็จะหมดไป

3. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านการศึกษา

การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาบุคคลในด้านร่างกายจิตใจและคุณสมบัติอย่างอื่น กระบวนการของการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ได้ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อไป นอกจากนั้น การศึกษายังเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของพลเมือง เพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงแก่ประเทศชาติตามที่รัฐต้องการทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง ฉะนั้น การให้การศึกษาจึงหมายถึง การให้ความรู้ ความเข้าใจ และแนวความคิดการทำให้มนุษย์มีสติปัญญารู้แจ้งในสรรพสิ่งทั้งหลาย เป็นการพัฒนาคนให้เป็นคนที่มีคุณภาพ การให้การศึกษาจึงไม่มีการโน้มน้าวจูงใจให้คนต้องเชื่อ หรือเกิดความประทับใจหรือมีความผูกพันต่อกัน ผู้ให้การศึกษาเพียงแต่ทำหน้าที่สอนและชี้แนะตามเนื้อหาวิชา ผู้รับมีหน้าที่รับ โดยเสรีภาพในการคิด ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าแสวงหาโดยตนเองให้กว้างขวางออกไปตามที่ตนปรารถนา อนึ่ง การศึกษานั้นต้องมีวิธีและระเบียบแบบแผนในอันที่จะถ่ายทอดความรู้และก็มิได้หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ที่ปฏิบัติกันอยู่ในโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาอื่นใดเท่านั้น การแสวงหาความรู้โดยตนเองจากประสบการณ์ต่าง ๆ ก็นับเป็นการศึกษาทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์จึงนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมากในระยะเริ่มแรกของการให้การศึกษานอกระบบแก่กลุ่มเป้าหมาย เพราะจะเป็นผลต่อเนื่องจากการได้รับฟังข่าวสารในเบื้องต้นมาเป็นการชักจูงให้สนใจที่จะเรียนและคอยติดตามการเสนอความรู้นั้น ๆ ถ้าเราประชาสัมพันธ์ได้ดีและประสบความสำเร็จในขั้นแรก ซึ่งหมายถึง การดำเนินการงานขั้นที่สองที่จะนำความรู้เสนอต่อผู้ฟังเป็นขั้นตอนจะต้องตามมา ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย

ให้เห็นความสำคัญและสนใจที่จะติดตามการเสนอความรู้นั้นต่อไป จึงต้องอาศัยสื่อบางชนิดเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ด้วย

4. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านศาสนา

ศาสนา หมายถึง คำสั่งสอน ซึ่งเป็นความเชื่อในแน่นแฟ้น แต่ละศาสนาจะมีคำสั่งสอนเหมือนกันหรือคล้ายคลังกัน หรืออาจมีความแตกต่างกันในด้านรูปลักษณะและหน้าที่ทางสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกัน คือ สอนให้เป็นคนดี ให้เข้ากับสังคม หรือให้คนมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

5. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนันทนาการหรือการพักผ่อนหย่อนใจ

มนุษย์ไม่อาจจะมีชีวิตอยู่ได้ด้วยการทำงานโดยไม่มีการพักผ่อน ไม่ว่าในสังคมดั้งเดิม หรือสังคมปัจจุบัน สังคมดั้งเดิมการพักผ่อนเกี่ยวกันกับศาสนา ถ้าหากมีการฉลองทางศาสนาก็จะมีการเล่น เต้นรำ ร้องเพลง ฯลฯ ในปัจจุบันการพักผ่อนเปลี่ยนมาในรูปของการไปเที่ยวตามที่ต่าง ๆ อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และการเล่นกีฬาชนิดต่าง ๆ เพื่อสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์เป็นต้น

ฉะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อนในรูปใด ๆ หากจะให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการพักผ่อนด้วยการดูหรือเล่นอย่างถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องชี้แนะ สาธิตให้ดู และเตือนให้ประชาชนรู้จักการเล่น เพื่อการพักผ่อนที่ถูกต้องและปลอดภัยต่อร่างกายและชีวิต พักผ่อนตามควรแก่อัตภาพของบุคคล ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้ล้วนแต่ต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น

กัญญา ศิริสกุล และคณะ (2541 : 5- 6) พูดถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ทำให้ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเป้าหมาย ได้รู้จักองค์กร ตระหนักถึงชื่อเสียงเกียรติคุณ และมีความรู้ความเข้าใจในงานที่องค์กรปฏิบัติ

2. สามารถชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้เห็นถึงคุณค่าขององค์กรซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ

3. เรียกร้องให้ประชาชนให้การสนับสนุนกับสิ่งที่องค์กรดำเนินงานอยู่

4. แก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์กรเพื่อเรียกศรัทธาในองค์กรกลับคืนมา

จากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นหรือปลุกเร้าให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในความต้องการหรือเข้าใจกลไกของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

องค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ให้ความสนับสนุนต่อการพัฒนา เห็นคุณค่าในผลผลิตขององค์กร ร่วมมือกันสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานทุกแห่งต้องมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธรต์ (2547 : 12) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน องค์การทุกองค์การ ไม่ว่าจะดำเนินกิจการด้านใด เช่น ด้านการศึกษา ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ฯ

2. เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงขององค์การไม่ให้เสื่อมเสียชื่อเสียงขององค์การมีส่วนเกี่ยวพันกับภาพลักษณ์ ฉะนั้น องค์การทุกแห่งจึงต้องปกป้องชื่อเสียงของตนไว้ให้ดี

3. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง นอกจากจะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกจากองค์การ เพื่อทำให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใส มีความเข้าใจที่ถูกต้องต่อองค์การหรือสถาบันแล้ว องค์การเองก็จะต้องรับฟังข้อมูลข่าวสารจากประชาชนด้วย เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาใช้ประกอบการวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การต่อไป

4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน การสร้างความสัมพันธ์ภายใน หมายถึงการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์การ

5. เพื่อให้ประชาชนร่วมมือกับองค์การและมีความเข้าใจที่ถูกต้อง

6. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

7. เพื่อช่วยงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งในส่วนประสมตลาด

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546 : 151) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้า และค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทของตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย

5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

โสรัฎดา วงศ์รัก (2546 : 32-34) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ (Objective) คือ ความมุ่งหมายของสถานประกอบการ หน่วยงาน องค์กร หรือกลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงตามความต้องการ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ก็คือความมุ่งหมายของสถานประกอบการ หน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการทำความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายของตน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มี 3 ประเภท คือ

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์ คือ เป็นความพยายามของสถานประกอบการ หน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือกลุ่ม ในอันที่จะสร้างสรรค์และส่งเสริมในเรื่องต่อไปนี้

1.1 แจ้งเรื่องความจริงให้แก่ประชาชนได้ทราบ

1.2 สร้างเสริมและรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

1.3 การสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน

2. วัตถุประสงค์เฉพาะกิจ (Specific Objective) ของการประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดการประชาสัมพันธ์เฉพาะแต่ละงานหรือแต่ละองค์กร ที่มีลักษณะการดำเนินงานหรือการผลิต หรือการให้บริการที่มีความแตกต่างกัน ช่วยให้ประชาชนที่มาติดต่อสามารถเข้าใจและปฏิบัติตนได้ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ เงื่อนไข กฎ ระเบียบ กฎหมาย ประเพณีและวัฒนธรรม ประจำองค์กรนั้น ๆ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจจึงมีแนวโน้มการดำเนินการเพื่องาน หรือโครงการ หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งในเรื่องต่อไปนี้

2.1 เผยแพร่เกียรติคุณความดีงามขององค์กรให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ทั้งแก่สมาชิกภายในองค์กร และประชาชนภายนอกองค์กร

2.2 ก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมในกันในกิจกรรมที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.3 ประกาศคุณความดี ความเด่น ความเป็นหนึ่งขององค์กรแก่ประชาชนตลอดจนรางวัลเกียรติยศที่องค์กรได้รับการยกย่อง หรือมาตรฐานที่แสดงความเชื่อถือตามสากลนิยม

2.4 ชักชวน จูงใจให้ประชาชนโดยทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายให้ความเชื่อมั่นศรัทธาในองค์กรหรือหน่วยงาน

2.5 รักษาความสัมพันธ์อันดีของประชาชนกับองค์กรให้มั่นคงไม่ให้เปลี่ยนแปลง

3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริการ (Administrative Objective) ของการประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนช่วยสนับสนุนให้การบริหารขององค์กรสามารถดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

3.1 เป็นการให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานหรือบุคลากรภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี เช่น นโยบายขององค์กร กฎระเบียบ การประกาศข่าวสารต่าง ๆ ตลอดจนข่าวการขยายกิจการ

3.2 เป็นการปลูกฝังความรักและภักดีของพนักงานหรือบุคลากรทุกระดับในองค์กรนั้น เช่น การตั้งใจปฏิบัติงานในหน้าที่ ความสำนึกว่าองค์กรเป็นเสมือนบ้านของตนและเป็นเจ้าของร่วมกัน

3.3 ช่วยลดข้อขัดแย้ง หรือลดความเครียดในการทำงาน เช่น การสั่งงานตามสายงาน การขอความร่วมมือ การเปลี่ยนแปลงระบบงานใหม่ การทำกิจกรรม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรม บันเทิง เป็นต้น

3.4 การรักษามาตรฐานการทำงาน ผลงาน และคุณภาพงานที่ดีไว้ตลอดจนจรรยาบรรณที่ดีในงานอาชีพ เช่น การจัดรูปแบบการทำงาน การจัดกำลังคนในหน่วยงาน การใช้เครื่องมือเครื่องจักรอย่างถูกวิธี การใช้วัตถุดิบและวัสดุอย่างคุ้มค่า การจ่ายค่าจ้างเงินเดือนอย่างยุติธรรม ตลอดจนการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี

3.5 เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้แสดงความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับการทำงานหรือการบริหาร ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการทำงาน

3.6 สร้างเสถียรภาพขององค์กรหรือหน่วยงานให้มีความมั่นคง เช่น การรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและพนักงานทุกคน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจ ความยุติธรรม และความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.7 เป็นการติดตามและประเมินผลการทำงานขององค์กรเพื่อให้ได้ประชามติของพนักงานและประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และวิธีการแก้ไขที่เหมาะสม

เสรี วงษ์มณฑา (2546 : 21) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับองค์การ

2. เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความศรัทธา ความชื่นชมในองค์การ รวมถึงความเข้าใจที่ดีต่อกัน เพื่อเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจองค์การ ป้องกันการเข้าใจผิด เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ความร่วมมือและสนับสนุน

อลิศรา เจริญวานิช (2544 : 9) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน สถาบันทุกสถาบัน ไม่ว่าจะดำเนินกิจการด้านใดก็ตาม เช่น ด้านการศึกษา ด้านการบริการ ด้านการผลิต ฯ ล้วนแต่ต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน อาจจะโดยตรงหรือทางอ้อม หากสถาบันนั้น ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทำให้ประชาชนนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา จะมีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงของสถาบัน การที่สถาบันจะป้องกันรักษาชื่อเสียงของตนให้ดีได้นั้น จะต้องดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติถูกต้องตามระเบียบ กฎหมายต่าง ๆ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รับผิดชอบสังคม โดยการเข้าร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่สถาบัน

3. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องนั้น นอกจากจะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกจากหน่วยงาน เพื่อทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อหน่วยงาน สถาบันแล้ว หน่วยงานเองก็ต้องรับฟังข้อมูลข่าวสารจากประชาชน เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดหรือปฏิกิริยาของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานด้วย เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มานั้นมาใช้ประกอบการวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน

4. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและทำให้ประชาชนร่วมมือกับสถาบัน การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถาบัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

5. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การประชาสัมพันธ์จะยึดหลักการดำเนินงานที่ว่าต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ซื่อสัตย์ และประพฤติปฏิบัติอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ก็เพื่อที่จะทำให้ประชาชนทั่ว ๆ ไป เกิดความเชื่อถือในสถาบัน อันจะทำให้เกิดความไว้วางใจ ยอมรับ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานของสถาบัน

6. เพื่อช่วยงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ช่วยทำให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน เมื่อมีทัศนคติที่ดีแล้วก็พร้อมที่จะรับฟังข้อมูลข่าวสารการโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ ของสถาบัน อันจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของสถาบันในที่สุด

จากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า เป็นการกระตุ้นเพื่อสร้างความเข้าใจ ความสนใจของประชาชนให้เกิดการยอมรับในนโยบาย วัตถุประสงค์ของหน่วยงานเพื่อสร้างภาพพจน์ ความนิยม ความเลื่อมใสรักษาไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือแก่สาธารณชนและสื่อมวลชน เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

4. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการทางการสื่อสาร ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การที่ทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ

กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธรต์ (2547 : 12) ได้กล่าวถึงกระบวนการของการประชาสัมพันธ์ของคลัทลิปและเซนเตอร์ว่า แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิจัย – การรับฟังความคิดเห็น เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. การวางแผน – การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิจัย – การรับฟัง โดยเป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการวางแผนและการตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่

3. การติดต่อสื่อสาร – การปฏิบัติ หรือการดำเนินงานเป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้นได้ผลดีมากน้อยเพียงใด เป็นการหาข้อบกพร่อง เพื่อนำไปสู่การวางแผนในการดำเนินงานครั้งต่อไป

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546 : 216 - 217) ได้กล่าวถึงกระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานขั้นแรก เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น

2. การวางแผนและการตัดสินใจ เป็นการนำเอาทัศนคติความคิดเห็นและปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้นั้น พิจารณาประกอบการวางแผนกำหนดนโยบายและโครงการขององค์การ

3. การติดต่อสื่อสาร การดำเนินงานในขั้นตอนนี้คือ การปฏิบัติการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องตามแผนงานหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกวิธีการสื่อสารและเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ฉับไว ประหยัด สะดวกยิ่งขึ้น ในการสื่อสารที่จะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทันเหตุการณ์ การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบสองทาง

4. การประเมินผล เป็นการวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราที่ทำไปแล้วทั้งหมดนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์วางไว้ในแผนหรือไม่ ประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว

องค์กรทุกแห่งไม่ว่าภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจหรือเอกชนย่อมจะต้องมีหน้าที่ในการดำเนินงานตามนโยบายขององค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงมีขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัย – การรับฟัง (Research - listening) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลข้อเท็จจริง เพื่อค้นหาทัศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของประชาชนที่เกี่ยวข้องที่มีต่อองค์กร ในขั้นตอนนี้เหมือนกับเป็นการถามตัวเราว่า “อะไรเป็นปัญหาของเรา”

2. การวางแผน – การตัดสินใจ (Planning – decision - making) เป็นการนำเอาทัศนคติ ความคิดเห็น ที่ได้รับมาจากขั้นตอนแรก รวบรวมมาวางแผนเพื่อกำหนดนโยบายองค์กร เพราะการวางแผนที่ดีต้องอาศัยข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด และมีน้ำหนักพอจะเชื่อถือได้ ขั้นตอนนี้เป็นการถามว่า “อะไรบ้างเป็นสิ่งที่เราจะต้องทำ”

3. การติดต่อสื่อสาร – การปฏิบัติ (Communication – action) เป็นการดำเนินงานตามแผนไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ตามสถานการณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

และกลุ่มเป้าหมาย สำหรับขั้นตอนนี้เป็นการถามว่า "เราทำอะไรลงไปบ้างแล้ว และมีเหตุผลอย่างไร

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการวัดผลการดำเนินงานว่า ที่ได้ดำเนินงานไปแล้วนั้น ประสบผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์แค่ไหน ขั้นนี้เป็นการถามว่า "เราทำลงไปแล้วได้ผลเป็นอย่างไรบ้าง"

จากกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า มีการดำเนินการที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพแก่องค์กรอยู่ 4 ขั้นตอนคือ การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล (Research) การวางแผนและดำเนินโครงการ (Action) การสื่อสาร (Communication) และการประเมินผล (Evaluation)

สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการวางแผนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เวลาสถานที่และผู้รับ เพราะผู้ที่จะสื่อสารได้ดี ต้องมีความรู้ ความเข้าใจสื่อที่มีมากมายหลายประเภท ซึ่งมีทั้งข้อดี ข้อเสียต่างกัน ฉะนั้นในการเลือกใช้สื่อต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1. ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

มีผู้กล่าวถึงความหมายของสื่อไว้ดังนี้

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527 อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ เพ็ชรทรัพย์. 2543 : 18) ได้ให้ความหมายเรื่องสื่อไว้ว่า สื่อ คือ ช่องทางข่าวสาร ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษรหรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสาร โทรคมนาคมและนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กัน ในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น สื่อ จึงหมายถึง หนทางซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ช่องทางข่าวสารอาจจะถือได้ว่าเป็นทาง (Plaths) หรือพาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

กิดานันท์ มลิทอง (2540 : 79) กล่าวว่า สื่อ หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่บรรจุข้อมูลเพื่อผู้ส่งและผู้รับสารสามารถสื่อสารกันได้ตรงตามวัตถุประสงค์

จากความหมายของสื่อ สรุปได้ว่า เป็นเครื่องมือและวิธีการทั้งหลายที่ช่วยเป็นทางให้สารอาศัยผ่านเพื่อเสนอความรู้แก่ผู้รับสารดำเนินไปยังการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สื่อมีบทบาทอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน การติดต่อ การพัฒนา การประชาสัมพันธ์ ในทางจิตวิทยาช่วยสร้างความเข้าใจของคนในสังคม ความบันเทิงการพักผ่อนหย่อนใจ สาธารณูปโภคต่าง ๆ

ทางด้าน การประชาสัมพันธ์นั้น สื่อมีผลจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมย่อมทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่องค์กรได้

2. ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

เสรี วงษ์มณฑา (2544 : 28 – 30) ได้แบ่งประเภทของเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร แผ่นปลิว และใบแทรก โปสเตอร์และแผ่นประกาศ จุลสาร แผ่นพับ อนุสาร คัดเอาท์ อินเตอร์เน็ต ฯลฯ

จึงกล่าวได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยการเผยแพร่ติดตามสื่อสารและองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร การประชาสัมพันธ์จะได้รับความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งก็คือ “สื่อ” เพราะสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายให้วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์บรรลุผลคือ

1. ใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการเผยแพร่ (Publicity) ด้วยการเสนอข่าว (News) ประกาศ (Declaration) แจ้งข่าวคราว (To Inform) ให้ความรู้ (Knowledge) ให้ความเข้าใจ (Understanding) ที่ดีและถูกต้องแก่ประชาชน เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันฯ มากยิ่งขึ้น

2. ใช้สื่อเพื่อการสื่อสาร การฟังหรือหาข่าวสารสะท้อนกลับ (Feedback) ของประชาชนในรูปของประชามติเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันฯ และในเรื่องอื่น ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขดำเนินการใช้สื่อเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจให้เกิดมีขึ้น

3. ใช้การพูด การเขียน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อถือ และมุ่งหวังที่จะให้มีหรือเกิดการกระทำ

เสรี วงษ์มณฑา (อ้างถึงใน อาทิตยา กลั่นดีมา. 2550 : 20 – 22) ได้แบ่งเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร 6 ช่องทางดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) เป็นช่องทางตรงที่ติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล เช่น การประชุม การให้สัมภาษณ์ ฯลฯ

2. การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก จึงมีผู้นิยมใช้การสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนกันมากที่สุด ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3. การสื่อสารแบบสองขั้น (Two Step Flow Model of Communication) หรือการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi Step Flow Model of Communication) เป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งบุคคล (ผู้นำความคิด) และสื่อร่วมกัน ทำให้เกิดการเดินทางของข่าวสารหลายขั้นตอน ซึ่งช่วยให้สามารถกระจายข่าวสารไปได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น จึงต้องใช้ผู้นำความคิดที่มีความน่าเชื่อถือช่วยสนับสนุนในการกระจายข่าวสารอีกต่อหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับการบอกต่อ

4. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) เป็นช่องทางในการสื่อสารอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยกระจายข่าวสารได้ดีมาก เช่น จัดงานขายสินค้าราคาถูก การจัดแข่งขัน การจัดประกวด การจัดมหกรรม การจัดงานต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่าเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) ซึ่งในแต่ละกิจกรรมจะมีข่าวสารแฝงอยู่ด้วยว่ากิจกรรมนี้ต้องการสื่อว่าอย่างไร กิจกรรมนี้ต้องการสื่ออะไรให้คนทราบ

5. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่ใหม่และทันสมัยมากที่สุดที่นักสื่อสารกำลังนิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น อินเตอร์เน็ต (Internet) เครื่องโทรสาร (Fax) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เครื่องบันทึกเสียง (Voice Mail) ตัวอย่างการที่หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำเรื่องของประเทศไทยเข้าสู่ระบบอินเตอร์เน็ต ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เนื่องจากต้องดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่บางเรื่องก็ไม่ควรทำ ถ้ากลุ่มเป้าหมาย (Target Group) เป็นเพียงกลุ่มไทยเท่านั้น เพราะการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยจะเรียงลำดับจากโทรทัศน์ เครื่องเล่นวีดีโอ เครื่องเล่นคาราโอเกะ และคอมพิวเตอร์ แต่สำหรับในต่างประเทศจะเริ่มจากการซื้อโทรทัศน์แล้วตามด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งแตกต่างจากคนไทยทำ ทำให้การสื่อสารผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ยังไม่เป็นที่ยอมรับกว้างขวางของคนทั่วไป

ณัฏยา จรูญกาญจนกุล (2541 อ้างถึงใน พรพรรณ ประจักษ์เนตร. 2544 : 3) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสื่ออินเตอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสามารถค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยได้ทันทีหรือสอบถามไปยังบริษัท โดยผ่านอีเมล์ (E-Mail)

มอร์แกน สแตนเซย์ (Morgan Stanley. 1996 อ้างถึงใน กฤษฎา สุริยวงศ์. 2549 : 59) กล่าวว่า อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อที่รวมคุณสมบัติหลักของแต่ละสื่อไว้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นคุณสมบัติเด่นของโทรศัพท์ที่มีภาพและเสียง ผนวกกับการเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสารมีส่วนร่วมมากขึ้น และยังมีเนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจง และแบ่งตามประเภทของผู้รับสารได้ เช่นเดียวกับสื่อวิทยุและสื่อนิตยสาร อีกทั้งสามารถติดต่อกับผู้ส่งสารได้ทันทีที่ต้องการ นอกจากนี้ ยังสามารถส่งข้อความโฆษณาไปในเนื้อหาที่ผู้รับสารต้องการค้นหาอยู่มีความต่อเนื่องและส่งถึงผู้รับสาร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ทั่วโลกได้ โดยไม่ต้องเสียเงินเพิ่มแต่อย่างใด การเปลี่ยนแปลงข้อความโฆษณาให้ทันสมัยก็กระทำได้ตลอดเวลา

6. เอกสารต่าง ๆ (Publication) ได้แก่ จดหมายข่าว (News Letter) วารสาร แผ่นพับ (Brochure) ใบปลิว เป็นต้น จากการสังเกตเอกสารต่าง ๆ ของทางหน่วยงานราชการที่ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ข่าวสารนั้น ส่วนใหญ่มักจะไม่ดึงดูดความสนใจของคนทั่วไปซึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากการจัดวางรูปแบบ (Lay Out) และคุณภาพของหนังสือที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากทางหน่วยงานราชการยังไม่ยอมรับที่จะให้ผู้ที่มีความชำนาญระดับมืออาชีพ (Professional) เป็นคนทำ แต่ให้ข้าราชการที่ประจำกองสารสนเทศ หรือกองประชาสัมพันธ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งตามตำแหน่งที่ว่างเป็นคนทำ หรือด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรง ทำให้ได้ผลงานที่ได้ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ดังนั้น การสื่อสารด้วยเอกสารต่าง ๆ จึงต้องมีการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2546. 44 – 48) ได้แบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed Word) ได้แก่ 1) สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจกจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน 2) สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสร้างสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคลภายนอกหน่วยงาน โดยจัดทำรูปเล่มประณีต ใช้ถ้อยคำ สำนวน ภาษาเป็นทางการ การระมัดระวังมากกว่าหนังสือพิมพ์ภายใน และ 3) สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน ทั้งนี้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่าง ๆ ได้แก่

1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก ระยะเวลาในการกำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำและสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ผิดกับสื่อชนิดอื่น ๆ ตรงที่ว่าหนังสือพิมพ์นั้นอาจจะกลายเป็นเครื่องเร่งเร้าที่ก่อให้เกิดประชามติขึ้นในหมู่ประชาชนได้ และขณะเดียวกันก็จะสื่อประชามติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย ทั้งนี้ จึงสามารถกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน ซึ่งมีทั้งข่าวสารเรื่องราวที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง เป็นต้น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง เพราะนอกจากจะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็นและนโยบายการดำเนินงานของกิจการแล้ว ยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อให้องค์กรที่ถูกวิจารณ์ได้นำไปปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบายข้อคิดเห็นทางการเมืองเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1.2 วารสาร (Journal)

จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ มีลักษณะการจัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาการออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

1.3 นิตยสาร (Magazine)

เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงามและมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงาม ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

1.4 หนังสือรายงานประจำปี

จัดทำเป็นรูปเล่มและมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและน่าสนใจขององค์กรหรือที่เรียกว่า Annual Report

1.5 หนังสือรายงานประจำงวด (Imperial Report)

ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

1.6 จดหมายแจ้ง (Newsletter)

มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหรือคาดคะเนว่า จะเป็นลูกค้าได้ในอนาคต มีหัวจดหมายที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

1.7 ป้ายประกาศและโปสเตอร์

เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำสีสันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่ายแม้จะอยู่ไกล

1.8 แผ่นพับ (Folder)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร

1.9 เอกสารแจก

มักจะทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่มเพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน

1.10 จุลสาร (Booklet and Bulletin)

เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการมีลักษณะคล้ายแผ่นพับ แต่เย็บเป็นเล่ม

1.11 ใบปลิว (Leaflet)

มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยา ท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อวารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ หรือในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้ หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้นมี 2 แบบคือ 1) แบบที่เป็นทางการ (Formal Oral Communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา และ 2) แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal Oral Communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่าง ๆ ในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดความศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า จุดมุ่งหมายจะมี 2 ลักษณะคือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย และจุดมุ่งหมายที่ปกปิด

ลักษณะของสื่อบุคคล ได้แก่

2.1 การพูดสนทนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป

2.2 การอภิปราย

เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน

2.3 การบรรยาย

เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเนื่องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสารและผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร

2.4 การประชุม

เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือในกลุ่มหรือทีมงานอย่างเป็นระบบและระเบียบวิธีทางการประชุม เช่น การยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม

2.5 การฝึกอบรม

เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้นและมีความสามารถมากขึ้น ในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา

2.6 การสัมมนา

เป็นกระบวนการสื่อสาร 2 ทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

2.7 การพูดในที่ชุมชน

เป็นการพูดในที่สาธารณชนหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจความรู้ยกย่องและยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

3. สื่อโสตทัศน์ (Audio Visual Media)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีลักษณะดังต่อไปนี้ ภาพยนตร์ (Films) หรือวีดีโอ (Video)

3.1 ภาพยนตร์ (Films)

มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเลื่อนเป็นชุด ภาพโปร่งแสง ทั้งนี้ เป็นเทคนิคต่าง ๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประสาทสัมผัสทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อม ๆ กัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.2 วิทยุ (Radio)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็วและเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีการใช้มาก แม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกล และยังไม่มีเสาไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง และรายการโทรทัศน์

3.3 โทรทัศน์ (Television)

เป็นสื่อที่เจริญก้าวหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้โดยทั้งคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสีและภาพขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆ ได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับทางวิทยุ คือ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

3.4 เครื่องฉายแผ่นใส

เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

3.5 เครื่องฉายสไลด์

เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่งเลื่อนภาพได้ทีละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ทีละ 3 เครื่อง

3.6 เครื่องรับ - ส่งแฟกซ์

เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารจากต้นทางมายังเลขหมายโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณบอกความพร้อมในการรับข่าวสารหรือแฟกซ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ผู้เกี่ยวข้องในองค์การประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักเลือกใช้สื่ออะไรและอย่างไร จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด เข้าใจในความสัมพันธ์ของสื่อกับแหล่งสาร ช่องทาง ผู้รับสาร และผลที่เกิดขึ้น การป้อนกลับ รวมทั้งคุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภท ดังนั้น เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการเปรียบเทียบและตัดสินใจเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม จึงต้องมีความเข้าใจคุณสมบัติรวมทั้งข้อดี-ข้อเสีย ของสื่อแต่ละประเภทอีกด้วย

3. กระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีบุคคลจำนวนมากเป็นเป้าหมายของการติดต่อสื่อสาร โดยให้ความสำคัญต่อผู้รับสารไม่จำกัดจำนวน

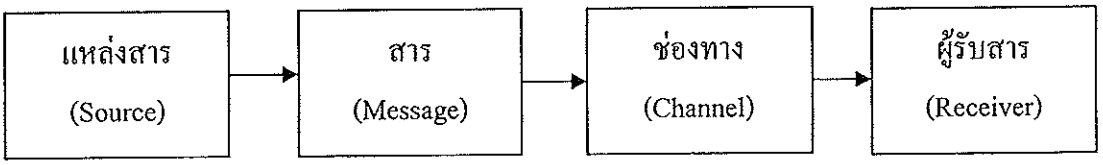
กล่าวคือ เป็นการสื่อสารระบบเปิด ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสารจากแหล่งสารได้อย่างกว้างขวาง มีการจัดองค์การในสื่อมวลชนที่ซับซ้อน เนื่องจากต้องอาศัยการเข้ารหัสและการถอดรหัสสารหลายขั้นตอน จึงต้องอาศัยอุปกรณ์และเครื่องมือการสื่อสารจำนวนมาก และใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในการสื่อสาร เมื่อมีการแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง เนื่องจากผู้รับไม่จำกัดขอบเขต การตอบสนองหรือย้อนกลับ (Feedback) ของผู้รับสารจึงมีน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้สื่อสารในกระบวนการสื่อสารทั้งหมด

การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่มีพลวัตหรือการเคลื่อนไหว (Dynamic) คือมีความสัมพันธ์ที่เคลื่อนไหวหรือมีผลกระทบ (Effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร การสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (Adaptive)

แม้ว่าการสื่อสารจะเป็นกระบวนการ แต่ก็มิได้เป็นกระบวนการทางเดียวแต่เป็นการสื่อสารของมนุษย์นั้นเป็นกระบวนการ 2 ทาง (Two-way Process) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างน้อย 5 ประการคือ

1. ผู้ส่งสาร (Sender)
2. ผู้รับสาร (Receiver)
3. สาร (Message)
4. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
5. สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร (Context)

ระบบการสื่อสารมวลชน (Mass Communication System) ทฤษฎีระบบการสื่อสารมีรากฐานมาจากระบบการสื่อสารขั้นพื้นฐานของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo. 1960 : 40 - 71) เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางซึ่งเรียกว่า S-M-C-R Process Model โดยได้สร้างแบบจำลองรูปแบบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงแบบจำลอง S-M-C-R Process Model

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
PHRABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. แหล่งสาร (Source) ทำหน้าที่ได้ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 5 ประการคือ

1.1 ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน การคิด และการใช้เหตุผล

1.2 ทัศนคติ หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อจะให้เข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้น ๆ มีหลายประการ ตั้งแต่ทัศนคติต่อตนเอง ต่อหัวข้อการสื่อสาร ต่อผู้รับสาร และสถานการณ์สิ่งแวดล้อม

1.3 ความรู้ หมายถึง ความรู้ของผู้ส่งสารในเรื่องหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ บุคคลหรือกรณีแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารในครั้งหนึ่ง ๆ

1.4 ระบบสังคม สังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

1.5 ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ

แหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร (Source) จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะและความชำนาญในการสื่อสาร มีความสามารถส่งสารเข้ารหัส (Encode) และมีความรู้เป็นอย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง สามารถปรับระดับของข้อมูลนั้นให้มีความง่ายเหมาะสมกับระดับความรู้ของผู้รับ มีทัศนคติที่ดี มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกันกับผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสาร

2. สาร (Message) มีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

2.1 มีรหัสของสาร (Message Code)

2.2 เนื้อหา (Content)

2.3 การจัดสาร (Treatment) ได้แก่ วิธีการที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ในการจัดเตรียมสาร ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา วิธีการ ภาษาที่ใช้ ความหมายที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ เป็นต้น

เนื้อหาในสื่อมวลชนจะมีความกว้างขวางกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากต้องการให้ครอบคลุมผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งผู้รับสารมีรสนิยมและความคิดเห็นที่หลากหลาย เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในสังคมการตลาดอุตสาหกรรมที่ต้องการกระจายข่าวสารให้มากเท่าที่จะเป็นไปได้ อย่างไรก็ตาม ในยุคที่มีการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่องานสื่อสารมวลชน ได้มีการศึกษาสื่อมวลชนให้แคบยิ่งขึ้น และมีเนื้อหาของสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สามารถทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และเมื่อมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเป็นสื่อทางเลือกใหม่ ก็ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมากขึ้นด้วย

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) หมายถึง การส่งข่าวสาร โดยให้ผู้รับข่าวสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การมองเห็น การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส อาจเป็นเพียงส่วนหนึ่งส่วนใดก็ได้ และช่องทางผ่านสื่อที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เป็นต้น โดยทั่วไปในการสื่อสารมักใช้ช่องทางที่ทางผ่านสื่อที่มนุษย์สร้างขึ้น เพราะครอบคลุมและสามารถส่งต่อให้บุคคลหมู่มาก เป็นการสื่อสารมวลชนได้ แต่ก็ต้องพิจารณาว่า

3.1 ช่องทางใดที่ผู้สื่อจะใช้ได้

3.2 ช่องทางใดที่ผู้รับสารจะรับได้

3.3 ช่องทางใดดีกว่า

3.4 ช่องทางใดน่าเชื่อถือ

3.5 จะใช้ช่องทางใดเสริมกันได้บ้าง

3.6 ช่องทางใดสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายมากที่สุด

เดิมช่องทางของสื่อมวลชนจะมีการแพร่กระจายออกไปมากน้อยขึ้นอยู่กับความครอบคลุมของสื่อ สื่อแต่ละชนิดต้องการลักษณะเฉพาะตัว ระบบการส่งสัญญาณหรือการแพร่กระจายการสื่อสารที่ส่งออกไปก็มีลักษณะไม่ถาวร แต่ในปัจจุบันมีช่องทางใหม่ ๆ เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอินเตอร์เน็ต ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลายมากขึ้น ความสามารถในการรับสารไม่จำกัดพื้นที่อีกต่อไป ทั้งในเมืองหลวงและชนบทห่างไกล การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนจึงสามารถทำได้หลายแบบ ผสมผสานช่องทางและสื่อหลายแบบเข้าด้วยกัน เช่น สื่อเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และตัวอักษรในเครือข่ายเดียวกันเทคโนโลยีมัลติมีเดีย ทำให้มีการผสมตัวอักษรเสียงและภาพเข้าด้วยกัน เทคโนโลยีการบันทึกภาพและเสียงก็ช่วยให้บันทึกสัญญาณสื่อที่กำลังนำเสนอให้นำกลับมาเผยแพร่ได้อีกหลายครั้ง

4. ผู้รับสาร (Receiver) จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะและความชำนาญในการสื่อสาร มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร แต่อย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นถือว่าผู้รับเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารไม่อย่างนั้นผู้รับสารก็ไม่สามารถเข้าใจสารได้ กระบวนการสื่อสารก็จะไม่เกิดขึ้น

ผู้รับสารของสื่อสารมวลชนเป็นกลุ่มคนจำนวนมาก ๆ ในอดีตเป็นมวลชนที่ไม่สามารถระบุความแตกต่างหรือไม่สามารถมองเห็นคุณสมบัติที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันผู้รับสารก็มีหน้าที่รับสารที่สื่อมวลชนส่งมาให้อย่างไม่มีทางเลือกมากนัก การโต้ตอบ (Feedback) ก็มีอย่างจำกัด ต้องใช้เวลานานมากกว่าข่าวสารจะไปถึงสื่อมวลชน แต่ปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารมากขึ้นโอกาสที่ผู้รับสารจะโต้ตอบกลับมายังแหล่งข่าวสารมีมากขึ้นและได้ทันทีทันใด การศึกษาใหม่ ๆ พบว่า ผู้รับสารเองก็สามารถกำหนดทางเลือกในการรับหรือไม่รับช่องทางสื่อตามที่ตนเองต้องการได้เช่นเดียวกัน และการโต้ตอบยังสามารถใช้ร่วมกับสื่อหลายประเภทอีกด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ปัจจัยสำคัญของ S-M-C-R Process Model ก็คือ ขีดความสามารถของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ซึ่งจะเป็นผลให้สื่อความหมายประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทักษะและความชำนาญในการส่งสารและรับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งสารมีความสามารถส่งสารเข้ารหัส การพูดใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องชัดเจน การแสดงสีหน้าท่าทางสัมพันธ์กันกับการพูดหรือการเขียนหนังสือด้วยถ้อยคำและสำนวนถูกต้อง เป็นต้น ผู้รับสารก็จะต้องมีความสามารถในการถอดรหัสมีทักษะและความชำนาญเหมือนกันกับผู้ส่งสาร เช่น มีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งสารพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้อย่างถูกต้อง

2. ทัศนคติ (Attitude) ทัศนคติของผู้ส่งสาร ย่อมมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อกัน ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นเกิดผลดี เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวโยงถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้รับสารมีความนิยมชมชอบในตัวผู้ส่งสารแล้ว ก็จะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสารแล้ว ก็จะมีความคิดเห็นขัดแย้งในสื่อที่ผู้ส่งสารส่งมา หรือทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกันแล้ว ข่าวสารนั้นก็จะล้มเหลว

3. ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีระดับความรู้เท่าเทียมกัน จะทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จด้วยดี หากความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีระดับความรู้ที่แตกต่างกัน เช่น ภาษาต่างประเทศ ศัพท์ทางวิชาการ ย่อมจะต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง ภาษาและสำนวนที่ใช้ เช่น คำศัพท์ทางวิชาการมาใช้โดยไม่อธิบายด้วยภาษาง่าย ๆ ชาวบ้านก็จะไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้

4. สังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในชาตินั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีที่สังคมยึดถือปฏิบัติ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างชาติต่างภาษาผู้ส่งสาร จำเป็นจะต้องศึกษาถึงระบบสังคมและวัฒนธรรมของบุคคลในแต่ละชาติด้วยเพื่อความถูกต้องและเหมาะสม จะทำให้การสื่อสารบังเกิดผลดี

จากกระบวนการสื่อสาร สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ส่งหรือถ่ายทอดเนื้อหาสาระ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ข้อมูลที่ย้อนกลับ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญที่ต่อเนื่องกันในการที่จะทำให้ความมุ่งหมายของการสื่อสารประสบความสำเร็จ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การบริหารงานสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา พ.ศ. 2552

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขปรับปรุงระเบียบ ว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติกฎหมาย ว่าด้วยระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ และกฎหมายว่าด้วยระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา กฎหมายว่าด้วยการอาชีวศึกษา และภารกิจของสถานศึกษาในปัจจุบัน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา พ.ศ. 2552"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา 2552 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิก ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา พ.ศ. 2549

ข้อ 4 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับกับสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ข้อ 5 ในระเบียบนี้

"สถานศึกษา" หมายความว่า วิทยาลัย ศูนย์ หรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าวิทยาลัย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

"ผู้อำนวยการวิทยาลัย" หมายความรวมถึง ผู้อำนวยการศูนย์ หรือหัวหน้าหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าวิทยาลัย รวมทั้งผู้รักษาการในตำแหน่ง หรือผู้ได้รับแต่งตั้งให้ทำหน้าที่ดังกล่าวด้วย

"รองผู้อำนวยการวิทยาลัย" หมายความรวมถึง รองผู้อำนวยการศูนย์ หรือรองหัวหน้าหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าวิทยาลัย รวมทั้งผู้รักษาการในตำแหน่งหรือผู้ได้รับแต่งตั้งให้ทำหน้าที่ดังกล่าวด้วย

"นักเรียน นักศึกษา" หมายความว่า ผู้ที่เข้ารับการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

"บุคลากรในสถานศึกษา" หมายความว่า ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ราชการในสถานศึกษา

"ผู้เข้ารับการฝึกอบรม" หมายความว่า ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ข้อ 6 ให้เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้

หมวด 1

หน้าที่และการบริหารงานของสถานศึกษา

ข้อ 7 สถานศึกษามีหน้าที่จัดการศึกษา ฝึกอบรมและส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ กฎหมายว่าด้วยการอาชีวศึกษา และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามนโยบายของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวให้สถานศึกษาดำเนินการดังกล่าวต่อไปนี้

7.1 จัดการให้มีความทันสมัย ยืดหยุ่น สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สถานประกอบการ และการประกอบอาชีพอิสระ เพื่อการดำรงชีวิตตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการปฏิบัติงานจริง ตามความพร้อมและศักยภาพของสถานศึกษา

7.2 จัดการศึกษาโดยประสานความร่วมมือกับสถานศึกษาและหน่วยงานอื่นทั้งในด้านการวิชาการ การใช้บุคลากรและทรัพยากรร่วมกัน

7.3 จัดการศึกษาโดยการระดมทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพย์สิน และบุคลากรทั้งรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ สถาบันสังคมอื่น รวมทั้งความร่วมมือในการจัดกิจกรรม และการจัดหาทุนเพื่อพัฒนาการอาชีวศึกษา

7.4 จัดการศึกษาให้ผู้เรียนเป็นผู้มีสมรรถนะทางวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพเป็นพลเมืองดีของสังคม มีความสามารถในการคิด เรียนรู้ วางแผนและพัฒนาตนเอง

7.5 เป็นศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเองและการให้บริการวิชาชีพแก่ชุมชนและท้องถิ่น

7.6 วิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

7.7 ทำนุบำรุงศาสนาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ส่งเสริมการกีฬา พลานามัย และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

7.8 ส่งเสริมการจัดการศึกษาเชิงธุรกิจ การรับงานการค้า และการรับจัดทำรับบริการ รับจ้าง ผลิตเพื่อจำหน่ายที่สอดคล้องกับการเรียนการสอน

ข้อ 8 ให้สถานศึกษา แบ่งการบริหารงานออกเป็นฝ่ายดังนี้

8.1 ฝ่ายบริหารทรัพยากร

8.2 ฝ่ายแผนงานและความร่วมมือ

8.3 ฝ่ายพัฒนากิจการนักเรียน

8.4 ฝ่ายวิชาการ

ข้อ 9 ฝ่ายบริหารทรัพยากร แบ่งออกเป็นงานต่าง ๆ ดังนี้

9.1 งานบริหารงานทั่วไป

9.2 งานบุคลากร

9.3 งานการเงิน

9.4 งานการบัญชี

9.5 งานพัสดุ

9.6 งานอาคารสถานที่

9.7 งานทะเบียน

9.8 งานประชาสัมพันธ์

ข้อ 10 ฝ่ายแผนงานและความร่วมมือ แบ่งออกเป็นงานต่าง ๆ ดังนี้

10.1 งานวางแผนและงบประมาณ

10.2 งานศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ

10.3 งานความร่วมมือ

10.4 งานวิจัย พัฒนา นวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์

10.5 งานประกันคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา

10.6 งานส่งเสริมผลิตผล การค้าและประกอบธุรกิจ

10.7 งานฟาร์มและโรงงาน (เฉพาะสถานศึกษาที่เปิดทำการสอน)

ข้อ 11 ฝ่ายพัฒนากิจการนักเรียนนักศึกษา แบ่งออกเป็นงานต่าง ๆ ดังนี้

11.1 งานกิจกรรมนักเรียนนักศึกษา

11.2 งานครูที่ปรึกษา

11.3 งานปกครอง

11.4 งานแนะแนวอาชีพและการจัดหางาน

11.5 งานสวัสดิการนักเรียนนักศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

11.6 งานโครงการพิเศษและการบริการชุมชน

ข้อ 12 ฝ่ายวิชาการ แบ่งออกเป็นแผนกและงานดังนี้

12.1 แผนกวิชา

12.2 งานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน

12.3 งานวัดผลและประเมินผล

12.4 งานวิทยบริการและห้องสมุด

12.5 งานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี

12.6 งานสื่อการเรียนการสอน

แผนกวิชาชีพให้เปิดทำการสอนตามความต้องการของตลาดแรงงานสภาพเศรษฐกิจ ท้องถิ่นและผู้เรียน และตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษากำหนด ในกรณีที่แผนกวิชาชีพใดไม่มีความจำเป็นต้องเปิดทำการสอนในสถานศึกษาต่อไปให้ดำเนินการยุบเลิกแผนกวิชาชีพนั้น

การเปิดสอนแผนกวิชาชีพใหม่และการยุบเลิกแผนกวิชาชีพ ให้อยู่ในดุลพินิจของผู้อำนวยการวิทยาลัย โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา

ข้อ 13 ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาจมอบหมายหน้าที่ให้รองผู้อำนวยการวิทยาลัยคนหนึ่งรับผิดชอบบริหารงานฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือหลายฝ่ายตามที่กำหนดไว้ในข้อ 8 ก็ได้

ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาจแต่งตั้งหรือมอบหมายหน้าที่ให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำหรือว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ทำหน้าที่หัวหน้างาน หัวหน้าแผนก และเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ในสถานศึกษาได้ตามความจำเป็นและตามที่เห็นสมควร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การแต่งตั้งหรือมอบหมายให้บุคคลทำหน้าที่หัวหน้างาน หัวหน้าแผนกตามวรรคสอง อาจแต่งตั้งหรือมอบหมายให้บุคคลคนหนึ่งทำหน้าที่หัวหน้างานหรือหัวหน้าแผนกมากกว่าหนึ่งหน้าที่ก็ได้

หมวด 2

หน้าที่ของงานและแผนก

1. ฝ่ายบริหารทรัพยากร แบ่งออกเป็น 8 งาน แต่ละงานมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1.1 งานบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.1.1 ปฏิบัติงานตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณ

1.1.2 จัดทำร่างหนังสือราชการ ประกาศ คำสั่ง ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร จัดลำดับความสำคัญของเอกสาร ร่วมมือประสานงานให้ความสะดวกแก่บุคลากรและหน่วยงานในสถานศึกษาเกี่ยวกับงานเอกสารการพิมพ์ ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เอกสารการพิมพ์ให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ

1.1.3 สรุปความคิดเห็นเสนอผู้บังคับบัญชา และจัดส่งให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.1.4 เก็บรวบรวมและจัดระบบเอกสาร หลักฐานและระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการศึกษาและให้บริการแก่บุคลากร และนักเรียนนักศึกษาของสถานศึกษา

1.1.5 รวบรวมและเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คำชี้แจง ประกาศ ให้บุคลากร และนักเรียน นักศึกษาของสถานศึกษา

1.1.6 ให้บริการเกี่ยวกับการรับส่งไปรษณีย์ ธนาณัติ โทรสารของบุคลากร นักเรียน และนักศึกษา

1.1.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.1.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.1.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.2 งานบุคลากร มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.2.1 แนะนำ เผยแพร่ และดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคลากรของสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ

1.2.2 จัดทำแผนอัตรากำลังบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.3 จัดทำแผนและดำเนินการพัฒนาบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.4 ควบคุม จัดทำสถิติ และรายงานเกี่ยวกับการลงเวลาปฏิบัติราชการและการลาของบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.5 ดำเนินการเกี่ยวกับการขอเครื่องราชอิสริยาภรณ์ การจัดทำทะเบียนประวัติของบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.6 ให้คำแนะนำ อำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ เช่น การขอมีบัตรประจำตัวเจ้าหน้าที่ของรัฐ การขอแก้ไขทะเบียนประวัติ การขอเปลี่ยน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตำแหน่ง การขอมีและขอเลื่อนวิทยฐานะ การออกหนังสือรับรอง การขอรับเงินบำเหน็จบำนาญ เงินทดแทน และการจัดทำสมุดบันทึกผลงานและคุณงามความดีของบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.7 ดำเนินการทางวินัยบุคลากรในสถานศึกษา

1.2.8 การจัดสวัสดิการภายในให้แก่บุคลากรในสถานศึกษา

1.2.9 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.2.10 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.2.11 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.2.12 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.3 งานการเงิน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.3.1 จัดทำเอกสารและหลักฐานการจ่ายเงินงบประมาณ และเงินนอกงบประมาณ ดำเนินการด้านการเงิน การเบิกเงิน การเก็บรักษาเงิน การนำฝากเงิน การนำเงินส่งคลัง การถอนเงินและการโอนเงินของสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1.3.2 รับและเบิกจ่ายเงินตรวจสอบ รายงานเงินคงเหลือประจำวันของสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบ

1.3.3 ควบคุมการเบิกจ่ายเงินให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการประจำปี

1.3.4 เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการทำลายเอกสารตามระเบียบ

1.3.5 ให้คำแนะนำ ชี้แจงและอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับการเบิก-จ่าย ให้ถูกต้องตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1.3.6 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.3.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.3.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.3.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.4 งานการบัญชี มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.4.1 จัดทำเอกสารหลักฐาน บันทึกรายการบัญชี ปรับปรุงบัญชี การปิดบัญชีของสถานศึกษา ตามระบบบัญชีและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 จัดทำรายงานงบการเงิน และบัญชี เพื่อจัดส่งส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในกำหนดเวลาตามระเบียบ

1.4.3 ควบคุมการเบิกจ่ายเงินตามประเภทเงินให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการประจำปี

1.4.4 ให้คำปรึกษา ชี้แจง และอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับงานในหน้าที่

1.4.5 เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการทำลายเอกสารตามระเบียบ

1.4.6 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.4.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.4.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.4.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.5 งานพัสดุ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.5.1 จัดวางระบบและปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดหางาน การซื้อ การจ้าง การควบคุม การเก็บรักษา การเบิกจ่ายพัสดุและการจำหน่ายพัสดุให้เป็นไปตามระเบียบ

1.5.2 จัดทำทะเบียนที่ดินและสิ่งก่อสร้างทุกประเภทของสถานศึกษา

1.5.3 จัดวางระบบและควบคุมการใช้ยานพาหนะ การเบิกจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง การบำรุงรักษาและการพัสดุต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับยานพาหนะของสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบ

1.5.4 ควบคุมการเบิกจ่ายเงินตามประเภทเงินให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการประจำปี

1.5.5 ควบคุมดูแล ปรับปรุง ซ่อมแซม บำรุงรักษาครุภัณฑ์ ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้งาน

1.5.6 ให้คำแนะนำ ชี้แจง และอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับงานในหน้าที่

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.5.7 เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้ เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการทำลายเอกสารตามระเบียบ

1.5.8 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.5.9 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.5.10 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.5.11 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.6 งานอาคารสถานที่ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.6.1 ประสานงานและวางแผนในการใช้พื้นที่ของสถานศึกษา ให้เป็นไปตามแผนพัฒนาสถานศึกษา

1.6.2 กำหนดหลักเกณฑ์วิการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดหาประโยชน์ที่ราชพัสดุ การใช้และการขอใช้อาคารสถานที่ของสถานศึกษาให้เป็นไปตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1.6.3 ควบคุมดูแล ปรับปรุง ซ่อมแซม พัฒนาอาคารสถานที่ การอนุรักษ์พลังงานการรักษาสภาพแวดล้อมและระบบสาธารณูปโภคของสถานศึกษา

1.6.4 จัดเวรยามดูแลอาคารสถานที่ของสถานศึกษาให้ปลอดภัยจากโจรภัย อัคคีภัย และภัยอื่น ๆ

1.6.5 ให้คำแนะนำ ชี้แจง และอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับงานในหน้าที่

1.6.6 เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการทำลายเอกสารตามระเบียบ

1.6.7 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

1.6.8 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.6.9 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.6.10 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.7 งานทะเบียน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.7.1 จัดหาแบบพิมพ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในงานทะเบียน

1.7.2 ดำเนินการเกี่ยวกับการรับสมัครนักเรียน นักศึกษา และการตรวจหลักฐานต่าง ๆ

1.7.3 ดำเนินการให้มีการขึ้นทะเบียนเป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรม

1.7.4 ดำเนินการให้มีการลงทะเบียนรายวิชา ลงทะเบียนภายหลังกำหนดการ ขอพักการเรียน การขอคืนสภาพการเป็นนักเรียนนักศึกษาและแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

1.7.5 จัดทำบัตรประจำตัวนักเรียน นักศึกษา

1.7.6 ตรวจสอบรายชื่อ นักเรียน นักศึกษาที่ไม่มีสิทธิ์สอบ การสอบแก้ตัว การสอนทดแทน การฟื้นสภาพการเป็นนักเรียนนักศึกษา เพื่อนำเสนอให้ผู้อำนวยการวิทยาลัยทราบและพิจารณาและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องทราบตามควรแก่กรณี

1.7.7 ประสานกับงานวัดผลและประเมินผล จัดทำรายงานผลการเรียนเฉลี่ย (GPA) และตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (PR) เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.7.8 รับผลการประเมินผลการเรียนประจำภาค ซึ่งผู้อำนวยการวิทยาลัยอนุมัติแล้ว บันทึกลงในระเบียบแสดงผลการเรียน

1.7.9 ให้บริการเกี่ยวกับการออกหลักฐานทางการเรียน เช่น การออกสำเนาระเบียนแสดงผลการเรียน ใบรับรองผลการเรียน ประกาศนียบัตร และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.7.10 รับและดำเนินการเกี่ยวกับคำร้องต่าง ๆ ของนักเรียน นักศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับงานทะเบียน เช่น การลาออก การพักการเรียน การโอนย้าย การเรียนภาคฤดูร้อน การขอเปลี่ยนชื่อ ชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด เป็นต้น

1.7.11 ส่งแบบสำรวจและรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานทะเบียน รวมทั้งรายงานการเรียนของผู้สำเร็จการศึกษาให้หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องตามระเบียบ

1.7.12 จัดระบบการเก็บรักษาเอกสารและหลักฐานการลงทะเบียนและเอกสารอื่น ๆ ตามความจำเป็นที่เกี่ยวกับงานทะเบียนให้เป็นไปตามระเบียบ

1.7.13 เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการทำลายเอกสารตามระเบียบ

1.7.14 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

มหาวิทยาลัยบูรพาภิรมย์ NAVABHAT MAHACHAKHAM UNIVERSITY

1.7.15 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.7.16 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.7.17 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.8 งานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1.8.1 รวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษารวมทั้งข่าวสารอื่น ๆ ให้แก่บุคลากรในสถานศึกษาและบุคคลทั่วไป

1.8.2 รับผิดชอบศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ของสถานศึกษาทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา เช่น ศูนย์ควบคุมเสียงตามสาย ศูนย์วิทยุสื่อสาร โทรศัพท์ภายในภายนอก สถานีวิทยุ และการสื่อสารด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

1.8.3 เป็นศูนย์ข้อมูลและบริการข่าวสารของราชการ ประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น ส่วนราชการ สถานศึกษาอื่น ๆ สื่อมวลชน และประชาชน เพื่อการประชาสัมพันธ์

1.8.4 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.8.5 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

1.8.6 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

1.8.7 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2. ฝ่ายแผนงานและความร่วมมือ แบ่งออกเป็น 7 งาน แต่ละงานมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

2.1 งานวางแผนและงบประมาณ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.1.1 จัดทำแผนปฏิบัติราชการ แผนพัฒนาสถานศึกษา และแผนปฏิบัติการประจำปี ตามนโยบายและภารกิจของสถานศึกษาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงศึกษาธิการ และนโยบายสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

2.1.2 จัดทำข้อมูลแผนการรับนักเรียน นักศึกษา การยุบ ขยายและเพิ่มประเภทวิชา สาขาวิชาที่เปิดสอนในสถานศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม ชุมชน และท้องถิ่น ตามความพร้อมและศักยภาพของสถานศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKAM UNIVERSITY

2.1.3 ตรวจสอบและควบคุมการใช้จ่ายเงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดและดำเนินการเรื่องการปรับแผนการใช้จ่ายเงินของสถานศึกษา

2.1.4 รวบรวมแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณเป็นค่าวัสดุฝึกของแผนกวิชา สำรวจความต้องการวัสดุครุภัณฑ์ของแผนกวิชา และงานต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการพิจารณาจัดซื้อจัดจ้าง

2.1.5 วิเคราะห์รายจ่ายของสถานศึกษาเพื่อปรับปรุงการใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ

2.1.6 จัดทำรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดในแผนงานและโครงการการใช้เงินงบประมาณ และเงินนอกงบประมาณเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องภายในระยะเวลาที่กำหนด

2.1.7 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.1.8 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.1.9 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.1.10 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.2 งานศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.2.1 รวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานภายในและภายนอกสถานศึกษา ประมวลผล จัดเก็บรักษา จัดทำ และบริการข้อมูลและสารสนเทศเกี่ยวกับนักเรียน นักศึกษา สถานประกอบการ ตลาดแรงงาน บุคลากร งบประมาณ ครุภัณฑ์ อาคารสถานที่ แผนการเรียน และข้อมูล ทางเศรษฐกิจและสังคม ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษากำหนดด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยประสานงานกับแผนกวิชาและงานต่าง ๆ ในสถานศึกษา และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 รวบรวมและเผยแพร่สารสนเทศต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการศึกษาและการประกอบอาชีพ

2.2.3 พัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลของสถานศึกษาให้สามารถเชื่อมโยงกับสถานศึกษาอื่น สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ และหน่วยงานอื่น รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพการใช้ข้อมูลสารสนเทศจากเครือข่ายอินเตอร์เน็ต

2.2.4 กำกับ ควบคุม ดูแลระบบให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

2.2.5 ดำเนินการเกี่ยวกับศูนย์กำลังคนอาชีวศึกษาของสถานศึกษา

2.2.6 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.2.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.2.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.2.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3 งานความร่วมมือ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.3.1 ประสานความร่วมมือและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา

2.3.2 ประสานความร่วมมือกับต่างประเทศและความช่วยเหลือจากภายนอกในการร่วมลงทุนเพื่อการศึกษา

2.3.3 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.3.4 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.3.5 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.3.6 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.4 งานวิจัย พัฒนา นวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.4.1 ส่งเสริม สนับสนุน นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับการวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการจัดการการศึกษา การประกอบอาชีพ และประโยชน์โดยรวมของสังคม ชุมชน และท้องถิ่น

2.4.2 วิเคราะห์ วิจัย และประเมินผลการใช้หลักสูตร ผลสัมฤทธิ์การจัดการเรียนการสอน การใช้เครื่องมือวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ทางการศึกษา ในการจัดการเรียนการสอน การใช้อาคารสถานที่และงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอน และประเมินผลการจัดอบรมและการจัดกิจกรรมในสถานศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.4.3 รวบรวมและเผยแพร่ผลการวิเคราะห์ วิจัย และการประเมินผลการจัดการเรียนการสอน นวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์ การพัฒนาสถานศึกษา การบริหารและการพัฒนาวิชาชีพ รวมทั้งผลงานทางวิชาการของครูและบุคลากรทางการศึกษา

2.4.4 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.4.5 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.4.6 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.4.7 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.5 งานประกันคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.5.1 ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรในสถานศึกษาได้มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ จุดหมายและหลักเกณฑ์ของการประกันคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา

2.5.2 วางแผนดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาอย่างต่อเนื่องและรองรับการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในและภายนอก

2.5.3 ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ แผนกวิชา และงานต่าง ๆ ในสถานศึกษา รวมทั้งสถานประกอบการ บุคคล องค์กรและหน่วยงานภายนอกในการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.5.4 ประสานงานกับสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) ในการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพภายนอกของสถานศึกษา

2.5.5 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.5.6 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.5.7 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.5.8 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.6 งานส่งเสริมผลิตผล การค้าและประกอบธุรกิจ มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.6.1 ส่งเสริมให้ครู นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรในสถานศึกษาดำเนินงานส่งเสริมผลิตผล จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ส่งเสริมการทำธุรกิจขนาดย่อม การประกอบอาชีพอิสระเพื่อสร้างรายได้ให้สอดคล้องกับการเรียนการสอน

2.6.2 วางแผน ดำเนินงาน ประสานสัมพันธ์ ร่วมมือกับบุคคล ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถานประกอบการ หน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ เพื่อรับงานการค้า รับจัดทำ รับบริการ รับจ้าง ผลิตเพื่อจำหน่าย การหารายได้ระหว่างเรียน การประกอบธุรกิจและกิจกรรมสหกรณ์

2.6.3 ตรวจสอบผลิตผลทุกประเภทของสถานศึกษาให้ตรงกับโครงการฝึกจัดทำทะเบียนผลิตผล และจำหน่ายผลิตผล

2.6.4 กำกับ ติดตาม และจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของงานผลิตผล การค้าและธุรกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เป็นปัจจุบันและจัดทำรายงานประจำทุกเดือน

2.6.5 รวบรวมข้อมูล สถิติต่าง ๆ รายรับ-รายจ่ายในการดำเนินงานเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานให้เกิดประโยชน์ต่อสถานศึกษา

2.6.6 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

2.6.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

2.6.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

2.6.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2.7 งานฟาร์มและโรงงาน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

2.7.1 ประสานงานกับแผนก และงานต่าง ๆ ในสถานศึกษาและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการผลิตและจำหน่ายหรือบริการ เพื่อจัดทำโครงการในเชิงธุรกิจและพัฒนางานนั้นให้เข้าสู่มาตรฐานเพื่อเป็นตัวอย่างแก่นักเรียนนักศึกษา เกษตรกรและประชาชน ผู้สนใจทั่วไป

2.7.2 ร่วมกับงานพัสดุในการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้ได้วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และสิ่งต่าง ๆ ตามความต้องการในการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.7.3 ควบคุม กำกับ ดูแล ในการดำเนินงานการผลิตและจำหน่ายหรือบริการ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.7.4 จัดทำแผนการใช้แรงงาน กำหนดภารกิจหน้าที่ของบุคลากรแต่ละคน ที่อยู่ในความรับผิดชอบและควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ

2.7.5 ตรวจสอบและวางแผนการใช้วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรกล และอาคารสถานที่ ที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถานศึกษา

2.7.6 จัดทำทะเบียนประวัติ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เครื่องมือ เครื่องจักรกล การใช้งาน บำรุงรักษาที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เป็นปัจจุบัน

2.7.7 ควบคุมดูแลฟาร์มและอาคารสถานที่ ที่อยู่ในความรับผิดชอบให้อยู่ใน สภาพที่เหมาะสม สะอาด และปลอดภัย

2.7.8 เผยแพร่ความรู้และวิทยาการต่าง ๆ จากการดำเนินงานแก่นักเรียน นักศึกษา เกษตรกร และประชาชนผู้สนใจทั่วไป

2.7.9 วางแผนและจัดระบบในการรับนักเรียนนักศึกษา เกษตรกร ตลอดจน ประชาชนผู้สนใจทั่วไปเข้าฝึกงานหรือศึกษาดูงาน

2.7.10 จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของงานฟาร์มหรือโรงงานที่อยู่ใน ความรับผิดชอบให้เป็นปัจจุบัน และจัดทำรายงานเป็นประจำทุกเดือน

2.7.11 รวบรวมข้อมูล สถิติต่าง ๆ รายรับ-รายจ่าย ในการดำเนินการผลิต และจำหน่ายหรือบริการเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานฟาร์มให้เกิด ประโยชน์ต่อสถานศึกษายิ่งขึ้น

2.7.12 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงาน ตามลำดับขั้น

2.7.13 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับ มอบหมาย

2.7.14 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3. ฝ่ายพัฒนากิจการนักเรียนนักศึกษา แบ่งออกเป็น 6 งาน แต่ละงานมีหน้าที่ ดังต่อไปนี้

3.1 งานกิจกรรมนักเรียน นักศึกษา มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.1.1 ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งกิจกรรมชมรมต่าง ๆ ขึ้นภายใน สถานศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.1.2 ดำเนินการจัดตั้งและควบคุมดูแลองค์การวิชาชีพต่าง ๆ ขึ้นในสถานศึกษา เช่น องค์การเกษตรกรในอนาคตแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (อกท.) องค์การช่างเทคนิคในอนาคตแห่งประเทศไทย (อ.ช.ท.) องค์การนักคหกรรมศาสตร์ในอนาคตแห่งประเทศไทย (อคท.) องค์การนักธุรกิจในอนาคตแห่งประเทศไทย (อธท.) องค์การช่างศิลปหัตถกรรมในอนาคตแห่งประเทศไทย (อศท.) หรือองค์การที่เรียกชื่ออย่างอื่นในลักษณะเดียวกัน

3.1.3 จัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่สถานศึกษา สังคม ชุมชน และกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสำคัญของชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

3.1.4 จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพของนักเรียน นักศึกษา และผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายคุณธรรมพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ และตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งโครงการพัฒนานักเรียนนักศึกษาด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์

3.1.5 ควบคุมดูแลกิจกรรมลูกเสือเนตรนารีวิสามัญและนักศึกษาวิชาทหาร

3.1.6 ส่งเสริมการกีฬา นันทนาการ และศิลปวัฒนธรรมในสถานศึกษา

3.1.7 ควบคุมและดำเนินการให้มีการจัดกิจกรรมหน้าเสาธง

3.1.8 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

3.1.9 สรุปผลการประเมินและนำผลการประเมินเสนอฝ่ายบริหารและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

3.1.10 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

3.1.11 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

3.1.12 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2 งานครูที่ปรึกษา มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.2.1 เสนอแต่งตั้งครูที่ปรึกษา

3.2.2 ควบคุมดูแล ส่งเสริม การจัดทำ จัดเก็บ รวบรวมข้อมูลประวัติ ข้อมูลการเรียน และพฤติกรรมของนักเรียนนักศึกษา

3.2.3 ส่งเสริม ประสานงานครูที่ปรึกษาให้คำปรึกษาแนะนำนักเรียนนักศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.2.4 ส่งเสริม ประสานงาน ครูที่ปรึกให้ความคิดเห็นและข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดรายวิชาในการลงทะเบียนเรียนให้ความเห็นชอบแก่นักเรียน นักศึกษาในการลงทะเบียนรายวิชา การลงทะเบียนเทียบโอนความรู้และประสบการณ์ การขอเปลี่ยน ขอเพิ่ม และขอถอนรายวิชา การขาดพักการเรียน การโอนย้าย การลาออก การขอผ่อนผัน หรือยกเว้นการชำระเงินค่าลงทะเบียนรายวิชา ติดตาม แนะนำ ให้คำปรึกษาเกี่ยวการเรียน การคำนวณหาค่าระดับคะแนนเฉลี่ยแก่นักเรียนนักศึกษา

3.2.5 ประสานกับครู แผนกวิชา และงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของนักเรียน นักศึกษา และผู้เข้ารับการอบรมในสถานศึกษา

3.2.6 ติดตามและประเมินผลการการปฏิบัติงานของครูที่ปรึกษา สรุปผลการประเมินและนำผลการประเมินเสนอฝ่ายบริหารและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

3.2.7 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

3.2.8 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

3.2.9 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3.3 งานปกครอง มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.3.1 ปกครองดูแลนักเรียน นักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้อยู่ในระเบียบ วินัย ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 ประสานงานกับครูที่ปรึกษา แผนกวิชาและหัวหน้างานในการแก้ปัญหาของนักเรียนนักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรมในสถานศึกษา

3.3.3 ประสานงานกับพนักงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมความประพฤตินักเรียนนักศึกษา และเจ้าหน้าที่ จากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และผู้ปกครองในการแก้ปัญหาความประพฤติของนักเรียนนักศึกษา

3.3.4 เสนอแต่งตั้งคณะกรรมการงานปกครอง เพื่อพิจารณาการลงโทษนักเรียนนักศึกษา

3.3.5 พิจารณาเสนอระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์การตัดคะแนนความประพฤติและพิจารณาเสนอความเห็นในการลงโทษนักเรียนนักศึกษา

3.3.6 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา เพื่อป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ป้องกันและแก้ปัญหาการทะเลาะวิวาทการก่อความไม่สงบในสถานศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.3.7 จัดทำระเบียนนักเรียนนักศึกษาที่ได้รับการพิจารณาตัดคะแนนความประพฤติและลงโทษ กรณีกระทำความผิดต่อระเบียบวินัย ข้อบังคับ

3.3.8 สรุปผลการประเมินและนำผลการประเมินเสนอต่อฝ่ายบริหารและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

3.3.9 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

3.3.10 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

3.3.11 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3.4 งานอาชีพและการจัดหางาน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.4.1 ปฐมนิเทศและปัจฉิมนิเทศ นักเรียนนักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเรียนการสอน ความประพฤติ ระเบียบวินัยและข้อบังคับ

3.4.2 จัดทำคู่มือนักเรียนนักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.4.3 ดำเนินการงานกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาและจัดหางานแก่นักเรียนนักศึกษาและผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.4.4 ติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน สถานประกอบการ เพื่อจัดหางานให้แก่นักเรียนนักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.4.5 สร้างระบบเครือข่าย การแนะแนวอาชีพร่วมกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐเอกชน และชุชน

3.4.6 ดำเนินการแนะแนวอาชีพพร้อมทั้งส่งเสริมอาชีพ ศึกษาต่อและประกอบอาชีพอิสระ

3.4.7 จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลนักเรียนนักศึกษาและผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่สำเร็จการศึกษา โดยติดตามการมีงานทำ การศึกษาต่อและการประกอบอาชีพ และการจัดทำรายงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.4.8 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและภายนอกสถานศึกษา

3.4.9 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

3.4.10 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.4.11 ปฏิบัติอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3.5 งานสวัสดิการนักเรียน นักศึกษา มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.5.1 จัดและควบคุมดูแลสวัสดิการและการให้บริการด้านต่าง ๆ ภายในสถานศึกษา เช่น ร้านอาหาร น้ำดื่ม การทำบัตรประกันสุขภาพ การทำประกันอุบัติเหตุ การทำใบอนุญาตขับขี่ การขอใช้สิทธิลดค่าโดยสารและยานพาหนะต่าง ๆ การตรวจสุขภาพประจำปีและตรวจหาสารเสพติด ของนักเรียนนักศึกษาและผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.5.2 จัดหาเครื่องมือและเวชภัณฑ์ เพื่อปฐมพยาบาลและการให้บริการสุขภาพแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.5.3 ดำเนินการเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล การบริการทางสุขภาพแก่นักเรียนนักศึกษาผู้เข้ารับการฝึกอบรม และบุคลากรของสถานศึกษา

3.5.4 ให้คำปรึกษาและทำหน้าที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพสิ่งเสพติดและโรคภัยร้ายแรงต่าง ๆ ทั้งการป้องกันและรักษา

3.5.5 จัดการตรวจติดตามและควบคุมดูแลการเข้าพักทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบ

3.5.6 จัดโรงอาหาร วางแผน จัดระบบและควบคุมดูแลการประกอบอาหารและการให้บริการแก่นักเรียนนักศึกษา และผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการที่ดี

3.5.7 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

3.5.8 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.5.9 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

3.5.10 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

3.6 งานโครงการพิเศษและบริการชุมชน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

3.6.1 จัดแผนปฏิบัติการฝึกอบรมและบริการวิชาชีพร่วมกับแผนกวิชาและงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการประจำปี

3.6.1 ดำเนินการโครงการตามพระราชดำริ เช่น โครงการฝึกอบรมวิชาชีพในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนหรือโครงการตามแนวพระราชดำริอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3.6.2 ดำเนินการโครงการฝึกอบรมและให้บริการวิชาชีพแก่ชุมชน และบุคลากรทั่วไป เช่น โครงการพัฒนาอาชีพแบบบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาความยากจน และ 108 อาชีพ เป็นต้น

3.6.3 ดำเนินการโครงการฝึกอบรมและบริการวิชาชีพเคลื่อนที่ร่วมกับจังหวัด ท้องถิ่น และหน่วยงานอื่น ๆ

3.6.4 ดำเนินการจัดกิจกรรมและการให้บริการที่ตอบสนองต่อชุมชน และสังคม ตามนโยบาย เช่น โครงการศูนย์ซ่อมสร้างเพื่อชุมชน โครงการอาชีวะร่วมด้วยช่วยประชาชน โครงการอาชีวะบริการ และโครงการช่วยเหลือให้บริการอื่น ๆ กรณีเกิดภัยพิบัติ หรือเหตุเร่งด่วนตามที่ได้รับมอบหมาย

3.6.5 เผยแพร่องค์ความรู้ ทักษะวิชาชีพแก่ประชาชน เพื่อการมีงานทำ และประกอบอาชีพป้องกันโรคเอดส์ งานอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง

3.6.6 ดำเนินงาน ประสานงาน ป้องกัน และปราบปรามสารเสพติด งานแก้ปัญหา ป้องกันโรคเอดส์ งานอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง

3.6.7 ส่งเสริมเผยแพร่ความรู้ตลอดจนข่าวสารและเสนอแนะแนวทางในการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชนผู้สนใจโดยผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ

3.6.8 ติดตามการประเมินผลการฝึกอบรมและประสานความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องในการให้คำแนะนำ ในการประกอบอาชีพแก่ผู้ผ่านการฝึกอบรม

3.6.9 จัดทำปฏิบัติการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

3.6.10 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

3.6.11 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4. ฝ่ายวิชาการ แบ่งออกเป็นแผนกและงาน 6 งาน แต่ละงานมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

4.1 แผนกวิชา มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

4.1.1 การจัดแผนการจัดการเรียนการสอน ตารางเรียน ตารางสอน บัญชีวิชาเลือก จัดตารางสอนรวมและตารางสอนส่วนบุคคลของแผนกวิชา

4.1.2 ควบคุมดูแล ส่งเสริม กำกับ ติดตามการจัดการเรียนการสอน แก้ปัญหา เกี่ยวกับการเรียนการสอน การฝึกงาน การวัดผลประเมินผลและการวิจัยในแผนกวิชาให้เป็นไปตามหลักสูตรและระเบียบแบบแผนของทางราชการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.1.3 วางแผนและดำเนินงานด้านมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษาของแผนกวิชา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาอย่างต่อเนื่องและรองรับการประเมินคุณภาพภายนอกได้

4.1.4 จัดหาดูแลรักษาวัสดุ ครุภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือของแผนกวิชาให้ใช้งานเป็นปกติ และมีเพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน

4.1.5 สนับสนุนการพัฒนาการเรียนการสอน นวัตกรรม เทคโนโลยี และสิ่งประดิษฐ์การใช้อุปกรณ์การเรียนการสอน การเขียนตำรา เอกสาร และใบช่วยสอนต่าง ๆ

4.1.6 ติดตามและแนะนำเกี่ยวกับการทำโครงการฝึก โครงการสอน แผนการเรียนรู้คู่มือครู ใบงาน ตลอดจนแฟ้มสะสมงาน โดยบูรณาการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้สอดคล้องกับหลักสูตรและแผนการจัดการเรียนการสอน

4.1.7 ควบคุมการใช้วัสดุการศึกษา และลงทะเบียนผลิตผลของแผนกวิชาให้เป็นไปตามใบงาน

4.1.8 ควบคุมดูแลและพัฒนาสำนักงาน ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ให้สะอาดเรียบร้อยทันสมัยอยู่เสมอ

4.1.9 ปกครองดูแลบุคลากรในแผนกวิชาให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนของทางราชการ และเสนอความดีความชอบของบุคลากรในแผนกวิชา

4.1.10 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

4.1.11 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.1.12 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

4.1.13 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4.2 งานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อไปนี้

4.2.1 จัดทำ รวบรวม และตรวจสอบแผนการเรียนของทุกแผนกวิชาให้ตรงกับโครงสร้างของหลักสูตร

4.2.2 จัดทำตารางสอน ตารางเรียนร่วมกับแผนกวิชาต่าง ๆ และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4.2.3 จัดทำแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานหลักสูตรการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.2.4 พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนฐานะสมรรถนะร่วมกับสถานประกอบการและหน่วยงานภายนอกเพื่อจัดรายวิชาและสาขางานให้สอดคล้องกับนโยบาย ความต้องการของตลาดแรงงาน ชุมชน ท้องถิ่น สภาพเศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

4.2.5 จัดหา รวบรวมและพัฒนาหลักสูตรที่จัดขึ้นเพื่อความรู้หรือทักษะในการประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อซึ่งจัดเป็นโครงการหรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

4.2.6 ส่งเสริมสนับสนุนให้ครูและผู้สอนในสถานศึกษา ได้มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ จุดหมายและหลักเกณฑ์การใช้หลักสูตร ตลอดจนระเบียบการจัดการศึกษา

4.2.7 ประสานงานแผนกวิชาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ทั้งระบบการเทียบโอนความรู้และประสบการณ์วิชาชีพ และสะสมหน่วยกิต

4.2.8 ส่งเสริมและพัฒนาการเรียนการสอนให้ตรงตามหลักสูตร

4.2.9 ส่งเสริมสนับสนุนให้ครูและผู้สอนจัดทำเอกสารประกอบการสอนและจัดการเรียนการสอน สื่อและเทคโนโลยีการสอนที่ทันสมัย

4.2.10 รวบรวม และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณค่าต่อการจัดการเรียนการสอนเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

4.2.11 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

4.2.12 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงานเสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.2.13 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

4.2.14 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4.3 งานวัดผลและประเมินผล มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อไปนี้

4.3.1 ส่งเสริมสนับสนุนครูและผู้สอนให้มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามระเบียบการวัดผลและประเมินผล

4.3.2 กำกับ ดูแล จัดการเรียนการสอน การวัดผลและประเมินผลในสถานศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบ

4.3.3 ดำเนินการเกี่ยวกับการโอนผลการเรียน

4.3.4 ตรวจสอบผลการเรียนให้ระดับคะแนนก่อนเสนอคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา และอำนวยการวิทยาลัย เพื่ออนุมัติผลการเรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.3.5 รวบรวมผลการเรียนที่ได้รับการอนุมัติแล้วส่งงานทะเบียน

4.3.6 จัดสอบมาตรฐานวิชาชีพร่วมกับแผนกวิชาและรายงานผลการประเมินตามระเบียบ

4.3.7 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อสอบและจัดทำข้อสอบาตรฐาน

4.3.8 เก็บรักษาและทำลายเอกสารหลักฐานการประเมินผลการเรียนและเอกสารเกี่ยวกับงานวัดผลและประเมินผลการเรียนตามระเบียบ

4.3.9 ดำเนินการเกี่ยวกับการเทียบโอนผลการเรียนเทียบโอนความรู้และประสบการณ์

4.3.10 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

4.3.11 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงานเสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.3.12 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

4.3.13 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4.4 งานวิทยบริการและห้องสมุด มีหน้าและความรับผิดชอบดังต่อนี้

4.4.1 วางแผนพัฒนาการบริการห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเองให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย

4.4.2 จัดระบบการบริการให้ได้มาตรฐาน

4.4.3 ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

4.4.4 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงานเสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.4.5 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

4.4.6 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4.5 งานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

4.5.1 จัดการศึกษาวิชาชีพโดยร่วมมือกับสถานประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถไปประกอบอาชีพได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.5.2 จัดทำแผนและคู่มือการฝึกตามโครงสร้างของหลักสูตรร่วมกับสถานประกอบการในการวิเคราะห์จุดประสงค์รายวิชาและมาตรฐานรายวิชาที่จะฝึกอาชีพ

4.5.3 วางแผนร่วมกับสถานประกอบการในการนิเทศ ติดตาม การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการและมีการวัดผลและประเมินผล ควบคุมกำกับดูแล และแก้ปัญหาต่าง ๆ

4.5.4 ประชุมสัมมนาครูฝึก ครูนิเทศ เพื่อร่วมกับวางแผนพัฒนาการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี

4.5.5 ติดต่อประสานงานกับแหล่งงานและสถานประกอบการ เพื่อการจัดหาที่ฝึกงานให้กับนักเรียนนักศึกษา

4.5.6 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงานเสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.5.7 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

4.5.8 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

4.6 งานสื่อการเรียนการสอน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

4.6.1 วางแผนจัดหา จัดทำ การให้บริการ สื่อการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเรียนรู้

4.6.2 จัดหารวบรวมวัสดุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้บริการในการศึกษาค้นคว้าของครู นักเรียนนักศึกษาและประชาชนทั่วไปให้สอดคล้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษา

4.6.3 อำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ครูในการจัดทำสื่อการเรียนการสอน

4.6.4 พัฒนาองค์ความรู้ให้แก่ครูในการใช้และผลิตสื่อด้านเทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษาทางไกล การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

4.6.5 จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงานเสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น

4.6.6 ดูแล บำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

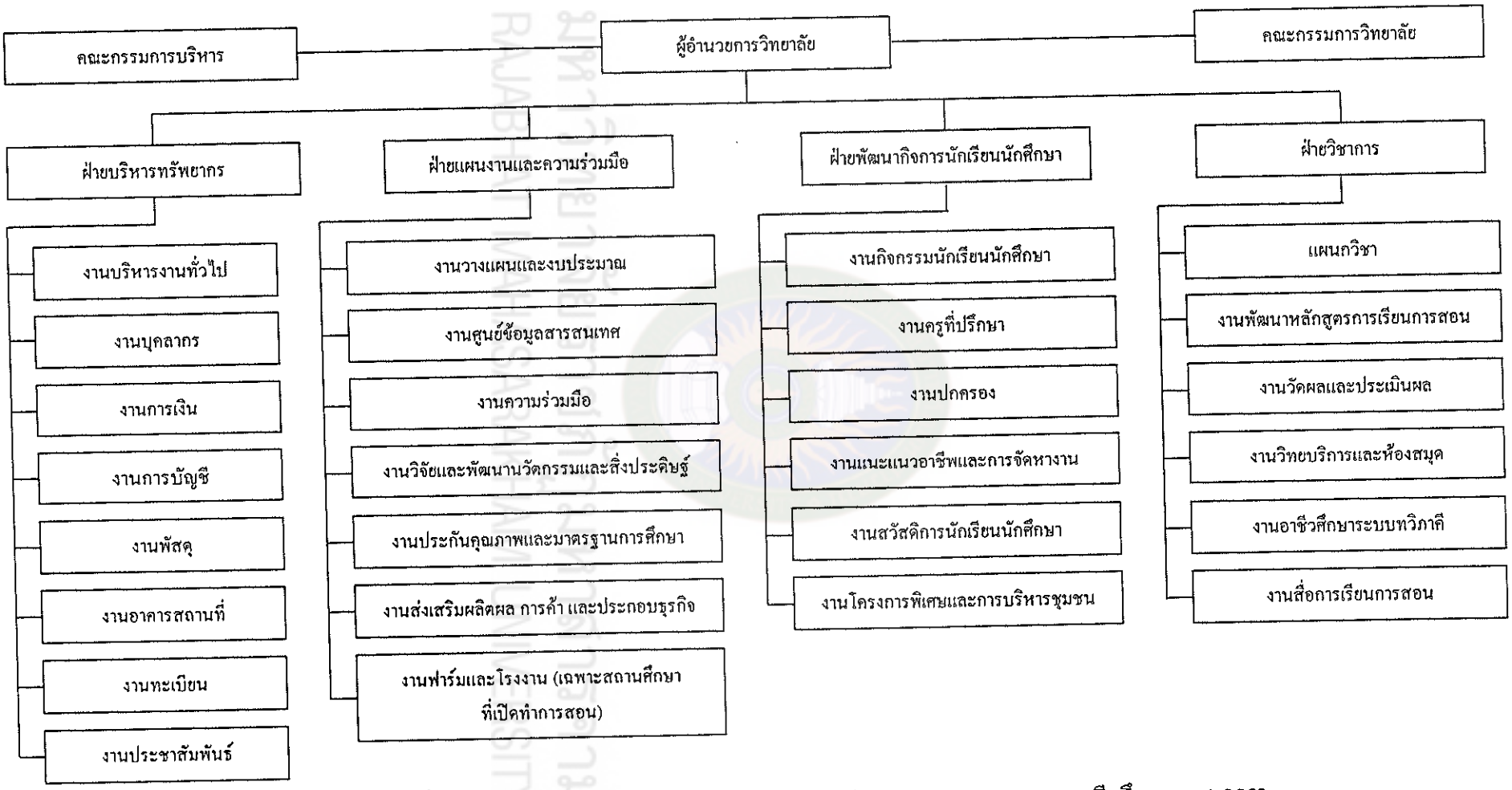
4.6.7 ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

จากการบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สรุปได้ว่าเป็นการบริหารงานเพื่อการผลิตและพัฒนากำลังคน สนองตอบต่อความต้องการกำลังคนในการพัฒนาประเทศ ขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึง เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ให้กับการอาชีวศึกษา เพื่อสร้างความนิยมในการเรียนวิชาชีพให้กับสังคม มีเป้าหมาย
เพื่อเพิ่มปริมาณผู้เรียน นอกจากนี้ยังได้เน้นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือกับทุกภาคส่วน
ให้เข้ามาร่วมรับผิดชอบและมีบทบาทในการจัดการอาชีวศึกษาร่วมกันมากขึ้นอีกด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



แผนภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิบริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2552

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษา

ภารกิจของสถานศึกษาหรือโรงเรียนที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ซึ่งมีหน้าที่ให้การบริการด้านการศึกษาแก่ชุมชน รวมทั้งเป็นแบบอย่างที่ดีของสถาบันอื่น ๆ เพราะเป็นแหล่งปลูกฝังความรู้ ความคิดและนิสัยใจคอแก่นักเรียนอันจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต โดยการดำเนินงานหรือกิจการใด ๆ ของสถานศึกษาจะต้องเป็นที่ยอมรับของประชาชน ดังนั้น ความเคลื่อนไหวทางการจัดการศึกษาของสถานศึกษาชุมชนจึงควรมีส่วนร่วมให้ความร่วมมือสนับสนุนทางด้านการเงิน กำลังกาย และกำลังสติปัญญา ดังนั้น กระบวนการติดต่อสื่อสารควรจะเป็นการติดต่อสื่อสารสองทางคือ สถานศึกษาแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวการดำเนินงานให้ชุมชนทราบ และชุมชน ควรให้ข้อคิดเสนอแนะให้การสนับสนุนแก่สถานศึกษาในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นภารกิจของทั้ง 2 ฝ่ายที่มีต่อกัน เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี เกิดความรัก เชื่อถือและศรัทธา อันจะทำให้การศึกษาของชาติเจริญก้าวหน้ามีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

บุษบา สุธีธร (2543 : 129) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนงานและการกระทำอย่างต่อเนื่อง ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิด ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องมากกว่าที่จะเป็นการทำงานในลักษณะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หรือใช้เป็นยาสมานสถานการณ์ที่เลวร้ายขององค์การไปวันหนึ่ง ๆ แต่เป็นงานที่ต้องแสวงหาข้อมูลด้วยวิธีการทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อมาประมวลสถานภาพขององค์การ ต้องมีการวางแผนตัดสินใจ สามารถคาดคะเนทำนายสถานการณ์ในอนาคต เป็นการวางแผนเพื่อให้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร และช่วยแก้ปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่

มงคล ยิ้มประยูร (2543 : 11) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ การดำเนินการอะไรก็ตาม ถ้ามีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน เผยแพร่เรื่องราวออกไปให้ประชาชนทราบ ให้ประชาชนมีส่วนรู้เห็นในการดำเนินงานของเรา ประชาชนก็จะให้การสนับสนุน

เตโช ณ บางไทร (2543 : 12) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือ คน เหตุการณ์ สังคม จะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้น สถาบัน หน่วยงาน จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จึงจะมีเสถียรภาพ สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์

สรุปแนวคิดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ว่า คือ กิจกรรมทุกอย่างในกระบวนการสื่อสารที่มีขั้นตอนและเป็นระบบที่องค์การปฏิบัติ เพื่อเสริมสร้างทัศนคติ ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีของหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบข่ายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษา

ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่าด้วย การบริหารสถานศึกษา พ.ศ. 2552 ได้กล่าวถึงขอบข่ายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาในภาพรวม ดังนี้

1. การรวบรวมข่าวสาร

ภาณิชา อินทร์ช้าง (2548 : 61) กล่าวว่า การรวบรวมข่าวสาร ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา เพื่อแจ้งให้นักเรียน นักศึกษาทราบ เป็นการแจ้งให้นักเรียนนักศึกษาทราบและเข้าใจในระเบียบ เหตุผล เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติและเป็นการรายงานให้ทุกคนได้รับทราบถึงข่าวสาร การดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา ตลอดจนการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติ ระเบียบกฎเกณฑ์ของสถานศึกษาให้ทุกคนทราบ

จึงสรุปได้ว่า การรวบรวมข่าวสาร คือ ข้อคิด ระเบียบของสถานศึกษา แจ้งให้นักเรียนนักศึกษาทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องราวที่ได้แจ้งให้ทราบเพื่อให้มีแนวปฏิบัติและความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน

2. การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชน

สื่อในการประชาสัมพันธ์คือ การแจ้ง การแถลงเรื่องราวต่าง ๆ และประชาชนนั้นจำเป็นต้องใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดและนำข่าวสารนั้น ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งอาจเป็นองค์กรที่จัดทำขึ้นเอง เช่น สื่อมวลชน จำแนกดังนี้

2.1 สื่อประเภทการพูด ได้แก่ การพูดทั่ว ๆ ไป การติดต่อสนทนา การปราศรัย การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวให้โอวาท การอบรมสั่งสอน การพูดโทรศัพท์ การประชุม การอภิปราย ข่าวลือ รวมทั้งการพูดปากต่อปาก การบอกต่อ ๆ กันไป ซึ่งการสื่อสารข้อความด้วยวาจา คำพูด ทำได้สะดวก ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และมีประสิทธิภาพ

2.2 สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

2.2.1 สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ในหน่วยงาน โดยมีจุดมุ่งหมายในการปรับปรุงความสัมพันธ์ และเพื่อขจัดความเข้าใจผิด

2.2.2 สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน เป็นวารสาร สิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคลภายนอกหน่วยงานจะต้องทำเป็นรูปเล่ม ประณีต และระมัดระวังในการใช้ถ้อยคำ

มหาวิทยาลัยพายัพ PAYAP UNIVERSITY

2.2.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสม ใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกในเล่มเดียวกัน

2.3 สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ที่ถ่ายทอดข่าวสารด้วยการรับฟังและการมองเห็นด้วยตา รวมทั้งประเภทจัดทำเองและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เครื่องขยายเสียง ป้ายโฆษณา

2.4 สื่อประเภทกิจกรรม คือ การที่หน่วยงานหรือองค์กรจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมและใกล้ชิดกับหน่วยงาน ซึ่งอาจจะพิจารณาดำเนินการตามความพร้อมของแต่ละหน่วยงาน เช่น กิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมวันสำคัญตามประเพณี การประกวด การรณรงค์ ตลอดจนการแสดงผลงานขององค์กรในโอกาสต่าง ๆ

3. การเผยแพร่ข่าวสาร

ภาณิชา อินทร์ช้าง (2548 : 59 -60) กล่าวว่า ควรมีการจัดประชุมเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คำแนะนำ คำชี้แจงให้ครูในโรงเรียนทราบ การชี้แจง การทำแผ่นป้ายประกาศ ตามบอร์ดหรือแจ้งให้ครูผู้เกี่ยวข้องทราบโดยตรง

วิระ ชัยบุตร (2547 : 54) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในส่วนของการเผยแพร่ข่าวสารระเบียบข้อบังคับ คำสั่ง คำแนะนำ คำชี้แจง ไว้ดังนี้

1. เพื่อให้นักเรียน ครู อาจารย์ ตลอดจนบุคลากรในสถานศึกษาได้เข้าใจระเบียบเหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบให้รู้ให้เข้าใจอันหนึ่งอันเดียวกัน และเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน

2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของทางโรงเรียน

จึงสรุปได้ว่า การเผยแพร่ข่าวสาร ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คำแนะนำ คำชี้แจง ประกาศให้ครูในสถานศึกษาทราบ คือ การดำเนินงานแจ้งสิ่งที่ต้องการให้บุคลากรทราบเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจอันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคคลและหน่วยงาน

4. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน -ภายนอกสถานศึกษา

วิระ ชัยบุตร (2547 : 54) ได้เสนอวิธีการติดต่อสื่อสารในโรงเรียนที่น่าสนใจดังนี้

มหาวิทยาลัยบูรพา ใกล้ชิดมหาวิทยาลัยคาม
BURAPHA UNIVERSITY

1. จัดให้มีเจ้าหน้าที่เดินหนังสือเพื่อแจ้งให้ครูทุกคนได้ทราบเรื่องต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร

2. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถาม รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในส่วนที่เป็นสายวิชาหรือหมวดวิชา และจัดให้เป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ในบุคลากรในหมวดหรือฝ่ายได้รับทราบข้อมูล

3. จัดให้มีเครื่องขยายเสียงและต่อลำโพงไปยังห้องต่าง ๆ เพื่อจ้างข่าวสารต่าง ๆ ให้ครูอาจารย์และบุคลากรทุกฝ่ายได้รับทราบอย่างทั่วถึงกัน โดยจัดให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์รับผิดชอบ

4. ติดตั้งโทรศัพท์ภายในไปตามสำนักงานของหมวดหรือฝ่ายและหัวหน้างาน

5. จัดทำแผ่นประกาศไว้ใกล้ๆ กับโต๊ะลงเวลาปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเมื่อมาลงเวลาปฏิบัติงาน

6. จัดทำหนังสือ คำสั่ง สำหรับแจกจ่ายให้บุคลากรที่มีรายชื่อในคำสั่งหรือส่งไปตามหมวด/ฝ่าย/หัวหน้างาน เพื่อแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทราบ

7. จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่

8. จัดทำป้ายประกาศไว้ตามอาคารเรียนต่าง ๆ หรือตามสถานที่ที่นักเรียนผ่านเป็นประจำ

9. จัดกิจกรรมเพื่อพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

10. การเชิญวิทยากรมาบรรยายเรื่องที่อยู่ในความสนใจ

11. จัดให้มีการประชุม สัมมนาทั้งในระดับสายวิชาและในระดับโรงเรียนเมื่อสิ้นภาคเรียนอย่างต่อเนื่อง

12. จัดให้มีการประชุมนักเรียน เพื่อชี้แจง เสนอแนะ อบรมความประพฤติและแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้นักเรียนได้รับทราบ

13. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมระหว่างครูกับนักเรียน

14. จัดให้มีตู้สำหรับรับเรื่องราวและความคิดเห็นจากนักเรียน

15. จัดให้มีชั่วโมงโฮมรูม

บุญจันทร์ จันทร์ชมภู (2547 : 62) ได้เสนอแนวทางสำหรับการติดต่อประชาสัมพันธ์ภายนอกสถานศึกษาไว้ว่า

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1. ควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างครูและผู้ปกครอง เพื่อรับทราบเรื่องราว ปัญหาด้านการเรียน พฤติกรรมของผู้เรียนและประสานความร่วมมือในการดูแลและอบรมนักเรียน

2. การจัดตั้งคณะกรรมการที่มาจากประชาชนบุคคลภายนอกเพื่อเป็นที่ปรึกษาโรงเรียน

3. การจัดตั้งสมาคมครูและผู้ปกครอง

4. การสำรวจประชามติและความคิดเห็นจากบุคคลภายนอกโรงเรียน

5. การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานศึกษา

6. การจัดกิจกรรมและให้ความร่วมมือในการส่งนักเรียนเป็นตัวแทนของสถานศึกษาในกิจกรรมของชุมชนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

7. มีกิจกรรมและการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความก้าวหน้าของสถานศึกษาพัฒนาการ กิจกรรมดีเด่น นักเรียนดีเด่นและเกียรติประวัติของสถานศึกษาให้ชุมชนได้รับทราบ

8. แจ้งข้อมูลข่าวสารเรื่องสวัสดิการและทุนการศึกษาให้ชุมชนได้รับทราบ

9. การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบการแต่งกายที่ถูกต้องให้นักเรียนได้รับทราบ

10. มีการรายงานเกี่ยวกับการดำเนินงานภายในโรงเรียน เช่น การเพิ่ม - ลดของจำนวนนักเรียน ความร่วมมือและความช่วยเหลือจากผู้ปกครอง

11. การแจ้งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารงานภายในโรงเรียนสายงานการบังคับบัญชา

12. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชนและกิจกรรมพัฒนาสังคม

จึงสรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์การติดต่อภายใน - ภายนอกสถานศึกษา จะต้องใช้หลักการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การชี้แจง การเผยแพร่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้อาจจะดำเนินการโดยเป็นหนังสือ คำสั่ง ประกาศ หนังสือเวียนประชุม การชี้แจงเป็นรายบุคคลเพื่อสร้างความเข้าใจที่เป็นแนวเดียวกัน เป็นการแก้ไขปัญหาและความไม่เข้าใจกัน และยังเป็นการประสานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชนได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

5. การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อตัดสินคุณค่าของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการนำเอาสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมานั้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ไบรอัน อาร์ เฟลย์ และ โทมัส ดี คุ๊ก (Bryan R. Flay and Thomas D. Cook อ้างถึงใน วิระ ชัยบุตร. 2547 : 59 – 63) ได้กล่าวถึงแนวทางในการวัดผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การติดตามตรวจสอบ เป็นการดำเนินงานเพื่อติดตามดูว่า มีพฤติกรรมใดบ้างที่เป็นเครื่องแสดงว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น ประสิทธิภาพของพนักงานดีขึ้น มีการซื้อสินค้ามากขึ้น หุ้นมีราคาสูงขึ้น

2. การวัดจากชิ้นงานประชาสัมพันธ์โดยกลวิธีการโฆษณา เป็นการวัดผลการรับรู้ข่าวสารมากกว่าการวัดพฤติกรรม

3. การทดสอบในห้องทดลอง เป็นการวัดผลโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้รับข่าวสารหรือการกระทำบางอย่าง ซึ่ง เฟลย์ และ คุ๊ก ให้ความเห็นว่า สามารถวัดได้ทั้งการรับรู้และพฤติกรรมไปพร้อมกัน วิธีนี้จึงดีกว่าวิธีที่ 1 และวิธีที่ 2 แต่เป็นวิธีที่ต้องใช้เวลานาน สำหรับการวัดพฤติกรรมและกรรมวิธีค่อนข้างสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย

เมื่อมีการวัดผลแล้ว จะต้องมีการทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา โดยจะต้องมีการติดตามการปฏิบัติงานตลอดเวลา จะต้องมีการติดตามและประเมินผล จะต้องมีการวิเคราะห์วิจัย จะต้องมีการศึกษาเปรียบเทียบว่าผลที่ได้รับกับผลที่คาดหมายไว้แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด จะต้องมีการทบทวนการปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้เป็นการเตรียมข้อมูลสำหรับการทำงานครั้งต่อไป และจะช่วยให้ฝ่ายบริหารได้รับทราบผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเป็นการเปิดโอกาสให้มีการเสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมในโครงการและงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการวางแผนอย่างต่อเนื่องในการทำงานได้

จึงสรุปได้ว่า การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการติดตามเพื่อดูผลการปฏิบัติงานที่ได้ดำเนินงานตามแผนแล้วนั้นว่าเป็นอย่างไร ต้องมีการทบทวน สรุปผลการทำงาน นำผลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อให้งานมีการพัฒนามากยิ่งขึ้นต่อไป

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ยึดแนวคิดของการรวบรวมข่าวสาร การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชน การเผยแพร่ข่าวสาร การดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน – ภายนอกสถานศึกษา และการติดตามประเมินผล ดังที่กล่าวมาข้างต้น มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

3. กลวิธีในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือสถานศึกษา

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2542 : 138-139) ได้กล่าวเกี่ยวกับกลวิธีในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า ผู้บริหารสามารถที่จะทำการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ โดยอาศัยสื่อและกลวิธีในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้หลายรูปแบบ เรียงลำดับตามความจำเป็นพอสรุปได้

1. จัดตั้งแผนกประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจการของโรงเรียน

2. จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมเกี่ยวกับการศึกษา สมาคมเกี่ยวกับครู และสมาคมเกี่ยวกับกิจกรรมหย่อนใจต่าง ๆ สำหรับประชาชน

3. ดำเนินการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน หรือกิจกรรมระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เช่น การแสดงของนักเรียน การแข่งขันกีฬาภายใน วันสำคัญทางศาสนาหรือประเพณีต่าง ๆ

4. จัดทำสิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจการของโรงเรียนหรือจัดทำแบบสำรวจความเห็นของประชาชน

5. ติดต่อสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อการเผยแพร่กิจการของโรงเรียน

6. ใช้อุปกรณ์โสตทัศนศึกษาต่าง ๆ เช่น เครื่องฉายสไลด์ ในการเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียน หรือเพื่ออำนวยความสะดวกแก่สมาคม หรือชมรมต่าง ๆ

7. ใช้ป้ายนิเทศ แผ่นโปสเตอร์ หรือแผ่นภาพต่าง ๆ

8. ผลการดำเนินภารกิจต่าง ๆ ของโรงเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการเรียนการสอนให้ได้ผลดี ย่อมเป็นสื่อหรือเครื่องมือใช้ชุมชนเข้าใจ ศรัทธาต่อโรงเรียนมากขึ้น

การบริหารการประชาสัมพันธ์ (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2542 : 146-200) ได้กล่าวเกี่ยวกับ การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า เป็นงานที่สำคัญยิ่งของผู้บริหารโรงเรียนที่จะต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดกับคณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นงานที่ต้องเอาใจใส่ติดตามตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มีปัจจัยเช่นเดียวกับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การบริหารงานทั่ว ๆ ไป คือ ใช้หลัก 4Ms' ได้แก่ Management Man Material และ Money เมื่อนำไปใช้กับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะหมายถึง

1. การจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร (Management) การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การบริหารงานประชาสัมพันธ์มีการดำเนินงานเป็นวิธีการปฏิบัติขั้นตอน ซึ่งสามารถสรุปหลักการสำคัญ ๆ คล้ายคลังกับที่ คลัทลิบ เซนเตอร์ และ บลูม (Cutlip, Center & Broom. 1985 : 200) ได้กำหนดและยึดถือปฏิบัติมี 4 ขั้นตอน คือ

1.1 การหาข้อมูล (Defining Public Relations Problems) การหาข้อมูลในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือยุคไอที (Information Technology) จึงจำเป็นต้องพึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างมาก เพื่อความสะดวกต่อการหาข้อมูล การจัดเก็บและการเรียกใช้เป็นอย่างยิ่ง และการหาข้อมูลดังกล่าว สามารถจัดกระทำได้ดังต่อไปนี้

1.1.1 เทคนิคการรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) สอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น ครูที่เกษียณอายุ ผู้ปกครอง ประชาชนในชุมชน เจ้าอาวาส ฯลฯ

2) รวบรวมข้อมูลเอกสาร เช่น ข่าวตัด (Clipping) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนและการศึกษา

3) การคาดเหตุการณ์ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของนักประชาสัมพันธ์โรงเรียน และนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ จากตำราการประชาสัมพันธ์

4) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธี

4.1) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

4.2) สำรวจทัศนคติ ปฏิกิริยาของประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย

4.3) สำรวจความนิยม และสำรวจประชามติ

1.1.2 หลักในการศึกษาข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอกโรงเรียนควรทำดังนี้

1) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรเฝ้าดูความเป็นไปในโรงเรียนในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะ "Radar Scanning" คือ คอยเฝ้าดูตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ในการเตรียมการแก้ปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันท่วงที

2) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถตัดสินใจให้ได้ว่าจะหาข้อมูลด้วยวิธีไหนจึงเหมาะสม

3) รวบรวมข้อมูลเก็บเข้าคอมพิวเตอร์ และเรียกข้อมูลจากอินเตอร์เนต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4) วิเคราะห์ข้อมูลในแง่ที่เกี่ยวกับโรงเรียน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับโรงเรียนได้โดยตรง

5) นำข้อมูลนั้นไปไว้ในหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียน

6) ข้อมูลควรเก็บอย่างมีระบบ เพื่อความรวดเร็วเมื่อต้องการใช้

7) นำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริง

1.1.3 แฟ้มข้อมูลขั้นพื้นฐานที่จำเป็น ประกอบด้วย

1) ตัวเลขที่เกี่ยวกับสถิติทุกชนิดของโรงเรียน เช่น จำนวนนักเรียน ชาย – หญิง ของแต่ละห้องเรียน แต่ละระดับ ฯลฯ

2) กฎระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียนซึ่งมีอยู่ในคู่มือนักเรียน

3) สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้ทำขึ้น

4) ภาพถ่าย เช่น อาคารเรียน ห้องสมุด กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน นักกีฬาของโรงเรียน วงดุริยางค์ ฯลฯ บุคลากรที่อ่านหนังสือไม่ได้ก็สามารถมองภาพแล้วเข้าใจได้

5) ประวัติและภาพของผู้บริหารโรงเรียนหรืออาจารย์ที่เกษียณอายุไปแล้ว

6) ข่าวตัด รายงานการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียนจากสื่อมวลชน

7) หนังสืออ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์

8) เกณฑ์มาตรฐานของโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ

9) แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของนักเรียน ระบุ โทรศัพท์ที่บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงานของบิดามารดา

10) แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของบุคลากรภายในโรงเรียน ระบุโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงานของสามีและภรรยา

11) รายชื่อผู้อุปการะโรงเรียน พร้อมหมายเลขโรงเรียน

12) รายชื่อหน่วยราชการและข้าราชการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับโรงเรียน พร้อมหมายเลขโทรศัพท์

13) รายชื่อบุคคลในวงการสื่อสารมวลชน และโทรศัพท์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ บรรณาธิการ และนักข่าวของหนังสือพิมพ์ และวารสาร บุคคลที่มีชื่อเสียงทางการศึกษา การเมือง การกีฬา การบันเทิง ทั้งดาราภาพยนตร์ ดาราทีวี นักร้อง โดยเฉพาะบุคคลที่มีชื่อเสียง ที่เป็นศิษย์เก่าของโรงเรียน

1.2 การวางแผน (Planning and Programming)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การวางแผนนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของโรงเรียน เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการวางแนวทางสำหรับดำเนินงานและควบคุมให้งานดำเนินไปได้ด้วยดี และมีลักษณะของแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรจะมีลักษณะดังนี้

1.2.1 แสดงที่เห็นถึงความจริงใจในเจตนารมณ์และการบริหาร คุณลักษณะนี้ อาจสร้างได้จากการวางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจสามารถนำมาปฏิบัติได้ เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน มีระบบการประเมินผลที่ดี เป็นต้น

1.2.2 มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และลักษณะของโรงเรียน และมีความคงที่แผนงานที่ดีควรใช้ได้ชั่วระยะเวลาหนึ่ง นานพอที่จะมองเห็นเหตุแห่งความล้มเหลว หรือเหตุแห่งความสำเร็จได้

1.2.3 มีความมั่นคงและวิธีการที่จะนำมาใช้ ตลอดจนภาพพจน์ที่ประจักษ์แก่ตาผู้อื่นจะต้องดี แผนงานจะมีลักษณะดังกล่าวได้ จะต้องเป็นแผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ถูกวางขึ้นโดยคนหลายคน หรือหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องและมีความรู้ในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ อีกทั้งเป็นที่ยอมรับของผู้บริหารสูงสุดและผู้รับผิดชอบในงาน

1.2.4 เป็นแผนการที่คนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้ และมีความต่อเนื่องในการปฏิบัติแผนงานจะมีลักษณะเช่นนี้ได้ ก็ต่อเมื่อบ่งบอกวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนเงื่อนไขต่าง ๆไว้อย่างชัดเจน และได้รับการปฏิบัติต่อกันไปตลอด มีความสอดคล้องกันระหว่างวัตถุประสงค์และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในแผนงาน

1.2.5 มีความชัดเจนและสามารถมองเห็นภาพพจน์ได้ คือ บ่งบอกถึงสิ่งที่จะทำได้อย่างชัดเจน

1.2.6 เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร แผนงานที่ดีควรเป็นประโยชน์ทั้งฝ่ายบริหารและบุคลากรในโรงเรียน หรือถ้าเป็นการติดต่อกับบุคคลภายนอกก็ควรเป็นประโยชน์ต่อทั้งโรงเรียนของเราและหน่วยงานภายนอก

1.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร (Taking Action and Communication)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ถ้าจะให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดี ควรจะต้องยึดหลักการดังต่อไปนี้

1.3.1 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินการก่อนงานทุกชนิดเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน

1.3.2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ถูกต้องและชัดเจน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.3.3 ต้องมีการบอกกล่าวเผยแพร่เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี

1.3.4 ถ้าเกิดการเข้าใจผิด ต้องรีบหาทางแก้ไขโดยเร็ว

1.3.5 การประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องพูดความจริง และเผยแพร่ความดี

1.3.6 การประชาสัมพันธ์ต้องทำกับกลุ่มชนเป้าหมายภายในและภายนอกสถาบัน

1.3.7 ต้องมีการวางแผนงานในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม

1.3.8 ต้องร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้นำในท้องถิ่นนั้น

1.3.9 ใช้กระบวนการสื่อสารสองทางในการประชาสัมพันธ์

1.3.10 ต้องทำไปตามลำดับขั้นตอน

1.3.11 การทำให้เกิดความประทับใจครั้งแรก จะสร้างศรัทธาได้มาก

1.3.12 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีคุณสมบัติที่ดีและมีความรู้กว้างขวาง โดยเฉพาะเรื่องการประชาสัมพันธ์และเรื่องของสถาบัน

1.3.13 การรณรงค์ การเขียนคำขวัญ และการเผยแพร่ ควรจะหาวิธีการที่ง่าย เร้าและดึงดูดใจ และสายตาคนให้มากที่สุด

1.4 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สามารถกระทำได้ 2 ระดับ คือ

1.4.1 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในระดับโรงเรียน กระทำได้ด้วยการกำหนดมาตรฐานของงานในเชิงปริมาณและคุณภาพรวมของโรงเรียนในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ผลงานเผยแพร่ข่าวของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องได้ปริมาณข่าวทุก ๆ วัน วันละอย่างน้อย 1 ข่าว

1.4.2 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นรายบุคคล การควบคุมและการติดตามการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคลนี้ แท้จริงก็เป็นการควบคุมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานของโรงเรียนรวมนั่นเอง การควบคุมและติดตามเป็นรายบุคคลจะทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไข ชะลอหรือเร่งรัดผลการปฏิบัติงานได้ในแต่ละจุด สะดวกในการปรับปรุงประสิทธิภาพผู้ปฏิบัติงานด้วย วิธีการควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานก็เช่นเดียวกับระดับโรงเรียน กล่าวคือ ต้องกำหนดมาตรฐานของงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพต่อวัน ต่อสัปดาห์ หรือต่อเดือน แล้วแต่ขนาดของโรงเรียน ต้องมีการกำหนดภาระหน้าที่ความรับผิดชอบกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน การทำแผนการปฏิบัติแต่ละสัปดาห์และการรายงานการปฏิบัติงานรายสัปดาห์ ตลอดจนการบันทึกรายการการปฏิบัติงานแต่ละวัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2. การบริหารบุคลากร (Man) ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน การบริหารบุคลากรของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีสิ่งที่จะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 การจัดบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การจัดบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีข้อความพิจาณาเบื้องต้น ดังนี้คือ

1. ลักษณะงาน ผู้บริหารโรงเรียนต้องมีนโยบายที่แน่ชัดเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดบ่งชัดถึงขอบเขตอำนาจหน้าที่และลักษณะของงานที่ต้องรับผิดชอบ เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนสำหรับการจัดหาบุคลากรให้เหมาะสมกับงานดังกล่าว

2. ความรู้ความสามารถในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจด้วยรูปแบบต่าง ๆ ได้ ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องพิจารณาความรู้ความสามารถไปพร้อม ๆ กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย

3. ประสบการณ์ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องอาศัยไหวพริบปฏิภาณในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ผู้มีประสบการณ์จึงจำเป็นอย่างยิ่ง

4. บุคลิกภาพและทัศนคติต่อหน้าที่ การงาน เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับบุคคลในวงการต่าง ๆ อย่างกว้างขวางทุกระดับครูประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นผู้มีความอดทน สามารถปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้ และต้องทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยใจรัก

2.2 การจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน การจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไม่ว่าโรงเรียนจะมีขนาดเท่าใด จะต้องพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

2.2.1 ลักษณะของหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องมีลักษณะดังนี้

1) มีวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้แน่นอน และการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้นมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ที่บุคคลแต่ละฝ่ายจะต้องปฏิบัติ

2) มีลักษณะซับซ้อน บุคลากรต่าง ๆ มากมาย แตกต่างกันทั้งในอำนาจหน้าที่ ความสามารถ และประสบการณ์

3) จะต้องมีผู้นำสูงสุดเพื่ออำนวยการ ประสานงาน และควบคุมกิจกรรมของฝ่ายต่าง ๆ ให้ดำเนินไปอย่างมีระบบมีประสิทธิภาพ

4) มีระเบียบของการปฏิบัติการของฝ่ายต่าง ๆ เอาไว้ชัดเจน

2.2.2 หลักการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องคิดถึงสิ่งต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1) จัดสายบังคับบัญชาและการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งต่าง ๆ ให้แน่นอนลงไป และให้บุคลากรทุกคนในโรงเรียนได้ทราบอย่างชัดแจ้งการแต่งตั้งบุคลากรใดให้ดำรงตำแหน่งอะไร มีหน้าที่อะไรบ้าง ต้องติดต่อสัมพันธ์กับหน่วยใดบ้าง กำหนดไว้ ตรงจุดใดในแผนภูมิของโรงเรียน (Organization Chart) จะต้องประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน

2) เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) บุคลากรแต่ละคนควรมีผู้บังคับบัญชาแน่ชัดลงไปว่า มีเพียงคนเดียว ต้องให้รู้แน่ลงไปว่าใครเป็นผู้บังคับบัญชาใครบ้าง ใครขึ้นตรงต่อใคร การติดต่อรายงานเรื่องต่าง ๆ จะต้องผ่านใคร ต้องให้รู้กันโดยทั่วถึง

3) ช่วงของการบังคับบัญชา หรือช่วงของการควบคุม (Span of Control) การติดต่อสื่อสารสัมพันธ์จะต้องพยายามให้สั้นที่สุด อย่าให้วกวน จนฝ่ายปฏิบัติกับฝ่ายสั่งการห่างกันเกินไป เพื่อป้องกันไม่ให้คำสั่ง หรือข่าวสารต้องบิดเบือนไปจากต้นกำเนิดมากเกินไปควรสั้นและแคบที่สุดเท่าที่จะทำได้

4) การติดต่อสั่งงาน หรือสื่อสารภายในโรงเรียนจะต้องกระทำตามลำดับขั้นและเต็มอัตรา ไม่มีการข้ามขั้น (No Jumping of The Line) ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนทราบว่าหัวหน้าสายงานมีอำนาจและมีความหมาย ผู้ใดจะทำการข้ามมิได้

5) หัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน หรือระดับต่ำทุกคนควรมีความสามารถเฉพาะตำแหน่งและมีประสบการณ์อย่างแท้จริง ผู้ช่วยของหัวหน้าฯ ควรมีความชำนาญเฉพาะอย่างมากพอที่จะกรองงานได้

6) ให้มีตัวตายตัวแทนได้ทุกเมื่อ สายการบังคับบัญชาและสายการสัมพันธ์ติดต่อสื่อสาร ควรปฏิบัติหน้าที่ต่อเนื่องกันไปไม่หยุดยั้งและไม่ขาดสาย จึงควรมีวิธีการฝึกอบรม เตรียมคนที่มีประสิทธิภาพไว้รับงานของโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง เมื่อตำแหน่งใดว่างลงสามารถบรรจุใหม่ได้ทันที

7) พิธีการมอบหมายงานหรือตำแหน่งควรจัดอย่างเปิดเผยและให้รู้กันทั่วไปว่า มีการมอบหมายให้ผู้ใดรับผิดชอบสิ่งใด เขาควรมีอำนาจหน้าที่บริหารเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อความสำเร็จของงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกคน ควรได้รับทราบว่า บัดนี้ คน ๆ นี้ มารับผิดชอบงานนี้ และมีอำนาจเต็มในกิจการอันเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

8) ต้องมีแผนผังของหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเพื่อให้บุคคลภายนอกโรงเรียนที่มาติดต่อสื่อสารสัมพันธ์เข้าใจสายการบังคับบัญชา แผนผังที่ควรมี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ได้แก่ แผนผังสถานที่ตั้งของหน่วยงาน แผนผังสายบังคับบัญชา แผนผังเกี่ยวกับการกระจายงาน ฯลฯ

9) การเปลี่ยนแปลงหน้าที่และความรับผิดชอบต้องทำอย่างระมัดระวัง

10) การแบ่งเฉลี่ยความรับผิดชอบต้องสมดุลทุกคนต้องมีโอกาสรับผิดชอบงานตามความสามารถ

11) มีการประเมินผลงานเป็นระยะ ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขได้ทันท่วงทีเมื่อมีสิ่งใดบกพร่อง

12) ต้องพยายามทุกวิธีทางในการสร้างขวัญของหน่วยงานด้วยการให้ทุกคนเห็นจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน ให้รู้ว่า งานของทุกคนมีความสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยงาน ความสำเร็จของหน่วยงาน คือ ความสำเร็จของทุกคน ทุกคนมีส่วนเสียสละเท่ากัน มีส่วนได้รับประโยชน์เท่ากัน

13) หน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีขนาดใหญ่ ต้องมีหน่วยงานครบทั้งสามประเภท คือ หน่วยงานหลัก หน่วยงานที่ปรึกษาและหน่วยงานบริการหน่วยงานหลัก คือ หน่วยงานย่อยที่จะรับผิดชอบหน้าที่เฉพาะอย่าง หน่วยงานที่ปรึกษา เช่น คณะกรรมการที่ปรึกษา มีหน้าที่ให้คำปรึกษาในวิชาการด้านต่าง ๆ เป็นงานเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อันจะนำไปใช้ประกอบในการปฏิบัติงานหน่วยงานหลัก หน่วยงานบริการเป็นหน่วยงานให้บริการแก่หน่วยงานหลัก ได้แก่ งานสารบรรณ งานพัสดุ งานติดต่อ ฯลฯ

3. การบริหารเครื่องมือ (Material) ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ คือ สิ่งที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อได้เลือกมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารจากโรงเรียนไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นี้สามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภท คือ

3.1 สื่อบุคคล

3.2 สื่อมวลชน

3.3 กิจกรรม ได้แก่ การจัดการแข่งขันกีฬาภายใน การประกวดบทความ การจัดเหตุการณ์พิเศษในวันสถาปนาหน่วยงาน ฯลฯ

3.4 เอกสารและสิ่งพิมพ์

3.5 สื่อโสตทัศนศึกษา

3.6 การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. การบริหารการเงินหรืองบประมาณ (Money) ของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จึงสรุปได้ว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาหรือในโรงเรียนนั้น มีความสำคัญต่อบุคลากรภายในโรงเรียนและบุคลากรภายนอกโรงเรียน ได้แก่ ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไปได้รับทราบถึงนโยบายการดำเนินงาน ผลงานที่มีชื่อเสียงของโรงเรียน ผ่านทางเครื่องมือสื่อสาร (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2542 : 2)

4. ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือสถานศึกษา

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2542 : 32) ได้กล่าวเกี่ยวกับประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ว่า การประชาสัมพันธ์จะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้าโรงเรียนยินดีรับฟังข่าวสารและข้อคิดเห็นจากชุมชนแทนที่จะเป็นผู้ให้ข่าวสารแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อโรงเรียนหลายอย่าง ดังนี้

1. โรงเรียนสามารถทราบผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ผลหรือไม่ โรงเรียนกับชุมชนต่าง ๆ ใจตรงกันหรือไม่

2. โรงเรียนสามารถปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์

3. สถานการณ์เปิดโอกาสให้โรงเรียนทำการแก้ข่าวหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับโรงเรียนได้ทันต่อเวลา และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็นยิ่งขึ้น

4. โรงเรียนทราบข้อมูลต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนและการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

สมศักดิ์ รุ่งเรือง (2550 : 73-76) ได้ศึกษาการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก ที่พัฒนาตรงความต้องการ มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการเตรียมการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย จัดประชุม เพื่อให้คณะกรรมการสถานศึกษาเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ แต่งตั้งคณะกรรมการสำรวจข้อมูล การประชาสัมพันธ์ ขั้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย จุดมุ่งหมาย ขอบข่าย การจัดระบบการจัดเก็บข้อมูลในการวางแผนโครงการพัฒนาบุคลากรและเตรียมทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์

ขั้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การปฏิบัติตามโครงการ การจัดกิจกรรมตามแผน การผลิตสื่อพัฒนาบุคลากรและผู้รับผิดชอบและสร้างเครือข่าย การประสานงานประชาสัมพันธ์ ขั้นการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ เกณฑ์ในการประเมิน ระยะเวลาในการประเมิน การประเมินผลและการรายงานผลการประเมิน ขั้นการปรับปรุงพัฒนา การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและมีคุณภาพ ประกอบด้วย นำผล การประเมินมาหาสาเหตุ และแนวทางการปรับปรุงการแก้ไขให้เหมาะสม และรายงานผล การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์

รุ่งนภา งามจบ (2548 : 86 – 88) ได้ศึกษาค้นคว้าการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุรินทร์ เขต 2 ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และขาดเจ้าหน้าที่ที่ รับผิดชอบโดยตรง โดยใช้กลยุทธ์ 2 วิธี คือ การฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน ในการพัฒนา ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกเขตพื้นที่การศึกษา การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน และการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ปรากฏว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ให้บริการในการติดต่อประสานงานทั้งภายใน และภายนอก และสามารถจัดทำสื่อในการประชาสัมพันธ์สำนักงานพื้นที่การศึกษาได้อย่างเหมาะสม สามารถดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ทุกฝ่ายได้รับทราบอย่างถูกต้อง ทั่วถึง และรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เป็นไปอย่างต่อเนื่องได้ ด้วยวิธีการที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสิทธิ์ ปรมะ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยสารพัดช่างชัยภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์วิทยาลัยสารพัดช่างชัยภูมิ โดยการอบรมครู – อาจารย์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การศึกษาดูงานประชาสัมพันธ์ การศึกษาเอกสารเพิ่มเติม ทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการสื่อสารมีความครอบคลุมและทั่วถึงมากขึ้น แต่มีจุดอ่อนคือ การรวบรวมและเผยแพร่ ข่าวสารและการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัย ควรมีการปรับปรุงโดยการจัดส่งครู – อาจารย์ผู้รับผิดชอบ เข้ารับการประชุมสัมมนา อบรม หรือการศึกษาดูงานเพิ่มเติม เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผล อย่างมีประสิทธิภาพและมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

วิระ วิชัยบุตร (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยพลศึกษา จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยพลศึกษา จังหวัดชัยภูมิ โดยการอบรมครู – อาจารย์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ดูงานประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และการสื่อสาร มีการครอบคลุม และทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ส่วนในด้านการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดส่งครูผู้รับผิดชอบ เข้ารับการอบรมสัมมนาหรือการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ และทำให้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

บุญจันทร์ จันทร์ชมภู (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนหัวนาศึกษาวิทย์ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน โดยการใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาคือ เทคนิคการระดมสมองและเทคนิคการศึกษาดูงาน ทำให้ในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้ปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ได้กำหนดแนวปฏิบัติและได้แจ้งให้ผู้ปกครองและประชาชนได้ทราบ คณะทำงานประชาสัมพันธ์ได้เอาใจใส่งานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี มีการกำหนดแนวปฏิบัติที่สามารถปฏิบัติได้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง มีการวิเคราะห์ข่าวสารก่อนนำออกประชาสัมพันธ์เป็นประจำ และนำเสนอข้อมูล การประชาสัมพันธ์เป็นที่น่าสนใจและทันสมัย ในด้านการบริการทำให้ผู้มาติดต่อได้รับความสะดวกคล่องตัวและรวดเร็ว มีการจัดทำป้ายนิเทศ ป้ายประกาศ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน มีการจัดเก็บข้อมูล เอกสารและหลักฐานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ และจัดทำเอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา และแจ้งให้บุคลากรได้รับทราบ

ศรีสุดา สิงนิสัย (2547 : 173 -178) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเมืองร้อยเอ็ด อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใช้กลยุทธ์คือ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การมอบหมายงาน การนิเทศ ปรากฏว่า ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ใช้กิจกรรมการจัดทำจุลสารหรือวารสาร สิ่งพิมพ์การจัดทำป้ายนิเทศเผยแพร่ข่าวสารของโรงเรียน และการออกเยี่ยมเยือนชุมชน และผู้ปกครองนักเรียน ซึ่งสามารถปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการและปฏิทินการดำเนินงานได้กำหนดไว้ด้วยความสำเร็จ และในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้ร่วมกันปฏิบัติตามกรอบงาน 3 กรอบงาน ทำให้ทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถที่จะปฏิบัติกิจกรรมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ตามแผนปฏิบัติการที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้ และมีความกระตือรือร้น ด้วยความมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบในการปฏิบัติกิจกรรมได้ด้วยความถูกต้อง รวดเร็วและเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ทุกประการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ปาลิดา เดชพิมล (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า

1. สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ได้มากที่สุด คือ เอกสารเผยแพร่ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์/แผ่นโฆษณา/ป้ายประชาสัมพันธ์ ชุดนิทรรศการ นิตยสาร/วารสาร ตามลำดับ

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ได้มากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง คอมพิวเตอร์/อินเตอร์เน็ต และวีดีทัศน์ ตามลำดับ

3. สื่อบุคคล ที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ได้มากที่สุด คือ อสร./ปอร./บอ. รองลงมา ได้แก่ พ่อแม่/ลูกญาติพี่น้อง/เพื่อนบ้าน กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/คณะกรรมการหมู่บ้าน/ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของส่วนราชการอื่น ๆ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง/ตัวแทน เจ้าหน้าที่ สนง.กกต. และเจ้าหน้าที่ขององค์การเอกชนตรวจสอบการเลือกตั้ง ตามลำดับ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

แซนดร้า (Sanders. 2002 : 211) ได้ศึกษาความต้องการความร่วมมือและการเพิ่มการสื่อสารระหว่างบ้านกับโรงเรียน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของการเรียนของนักเรียนอัฟริกัน-อเมริกันโดยการจัดรายวิชาที่เกี่ยวกับการลงมือปฏิบัติเพิ่มพูนความร่วมมือและการสื่อสารระหว่างกัน จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา โดยเฉพาะในสถานศึกษาภายใต้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ผลิตบุคลากรสนองรับความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งหากสถานศึกษาภายใต้สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ดีก็จะส่งผลดีทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา กล่าวคือ บุคลากร และนักศึกษาในสถานศึกษาจะได้รับความรู้ และแนวคิดในการนำไปปฏิบัติงานทั้งในการเรียนและการประกอบอาชีพ ตลอดจนผู้สอนก็จะเข้าใจและรับรู้แนวคิด นโยบาย ตลอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนางานต่อไป และบุคลากรภายนอกสถานศึกษาจะได้รับทราบข่าวสารของสถานศึกษาอันส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานศึกษา แต่การจะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบ้าน กับโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่งในประเทศอเมริกา การวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ปกครอง นักเรียน และบุคลากรของโรงเรียน โดยผู้เข้าร่วมในโครงการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการต้องปฏิบัติตามขั้นตอน 4 ขั้น คือ ปัญหา การสำรวจ การลงมือปฏิบัติและการประเมินผล ผลของการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

พบว่า เมื่อผู้ปกครองมีส่วนร่วมในโรงเรียนมากขึ้น จะทำให้การเพิ่มการสื่อสารและความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองมากยิ่งขึ้น นักเรียนก็มีผลการเรียนเพิ่มขึ้น

เทริก (Turk. 2001 : 340) ได้ทำการวิจัยเรื่องผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในสถาบันการศึกษาขั้นอุดมศึกษา : การศึกษารูปแบบการทำงานแบบร่วมมือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์และบทบาทในการประชาสัมพันธ์ พบว่า ไม่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์หรือบทบาทในการประชาสัมพันธ์แบบใด ที่เป็นรูปแบบหรือบทบาทที่สำคัญในสถาบันการศึกษาขั้นอุดมศึกษา แต่จะเป็นการผสมรวมของรูปแบบและบทบาทเหล่านั้น ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าน่าจะขึ้นอยู่กับปัญหาหรือโอกาสมากกว่า และมีความเป็นไปได้อย่างมากที่วิธีการทำงานแบบร่วมมือจะมีประโยชน์ในระดับปานกลางต่องานด้านการประชาสัมพันธ์ และต่อผู้ปฏิบัติงานเหล่านั้น ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และ/หรือแสดงบทบาทในการเป็นผู้บริหารจัดการแบบ 2 ทาง

เกรียร์ (Grier. 2001 : 204) ได้ทำการวิจัยเรื่องการสำรวจทัศนคติและการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยและขวัญกำลังใจของบุคลากร พบว่า การวิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบจัดสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จในด้านการตลาดและการจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งประเด็นไปที่บุคลากรและทัศนคติของพวกเขา ในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของสถาบัน และผลการวิจัยซึ่งได้จากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้วิจัยเองรวมกับการศึกษาเพื่อวางรูปแบบของวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบภายในและการตลาดในสถาบันการศึกษาขั้นอุดมศึกษา ดังนี้ (1) หัวหน้าพนักงานฝ่ายบริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ มีความจริงใจ และมีความมั่นใจในความสามารถด้านการเป็นผู้นำของตนเองและมีความมั่นใจในคุณค่าของสถาบันของตน เมื่อออกสู่สังคมภายนอก (2) หัวหน้าพนักงานฝ่ายบริหารรวมทั้งผู้บริหารคนอื่น ๆ ควรจะใช้รูปแบบวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัยของตน เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรเกิดความสนใจผู้ร่วมงานของตนในทุกระดับชั้น เช่น การใช้วิธีการจัดประชุมทั้งการจัดประชุมแบบเป็นทางการและการประชุมแบบเป็นกันเอง (3) สถาบันควรจะให้การสนับสนุนวัฒนธรรมในด้านกล่าวชมเชย ซึ่งเป็นการให้โอกาส (ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ) ในการสร้างความเข้าใจ และเป็นการให้เกียรติกับบุคลากรที่ประสบผลสำเร็จด้วย แต่ควรทำในลักษณะที่สม่ำเสมอ ยุติธรรม และเหมาะสมกับวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย (4) แต่ละสถาบันควรจะมีหลักมโนทัศน์ที่ชัดเจนและน่าจดจำหรือควรจะมีคำขวัญสำหรับคณะผู้ทำงาน เพื่อให้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวอันทรงคุณค่า แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของสถาบัน ซึ่งควรเผยแพร่ให้ได้รับรู้กันอย่างทั่วถึง และมีการนำไปใช้ควบคู่กับการปฏิบัติงานของบุคลากร ในมหาวิทยาลัยได้จริง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

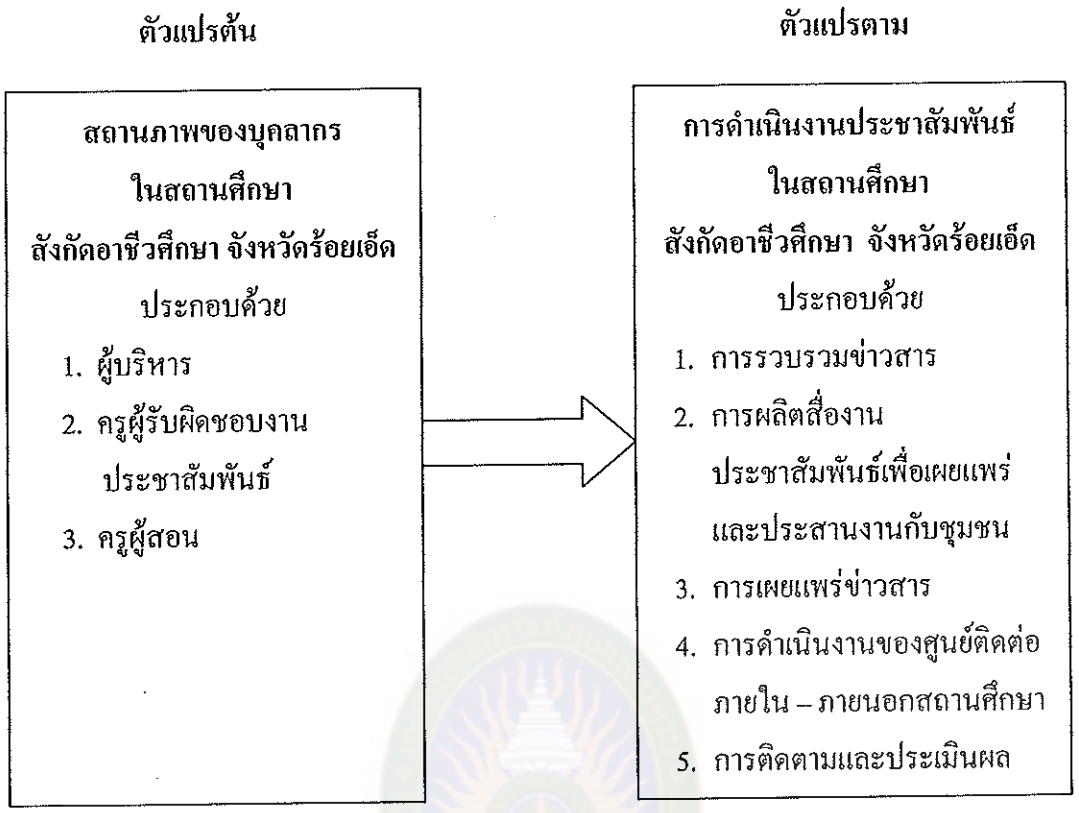
(5) หัวหน้าพนักงานฝ่ายบริหารและหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรจัดให้มีการพบปะกันบ้าง ทั้งนี้ ก็เพื่อการอภิปรายถึงปัญหาของงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายในรวมทั้ง เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับบุคลากรขององค์กรด้วย

สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาประสบผลสำเร็จบุคลากรในสถานศึกษาที่มีหน้าที่รับผิดชอบทั้งในส่วนผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และครูผู้สอน ต้องมีการรับรู้ว่า กิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นดำเนินงานได้ครบถ้วนและสม่ำเสมอ แต่ในความเป็นจริงอาจมีเพียงผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และผู้บริหารเท่านั้นที่รับทราบข้อมูลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดว่าต้องดำเนินการตามระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่ประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ

1. การรวบรวมข่าวสาร
2. การผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชน
3. การเผยแพร่ข่าวสาร
4. การดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน – ภายนอกสถานศึกษา
5. การติดตามและประเมินผล

โดยในแต่ละด้านต้องใช้แนวทางการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามหลักวงล้อของเดมมิ่ง ที่ประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข สำหรับตัวแปรต้นผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของบุคลากรในสถานศึกษาประกอบด้วยผู้บริหาร ครูผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ และครูผู้สอน เกี่ยวกับการรับรู้ว่า สถานศึกษามีการปฏิบัติหรือดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในแต่ละด้านในระดับใด เพื่อนำไปสู่การได้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของบุคลากรทั้ง 3 ฝ่าย ตลอดจนได้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดที่ได้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อตอบสมมติฐานที่ว่า ผู้บริหาร ครูผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ และครูผู้สอน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



แผนภาพที่ 4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY