



รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี*
THE PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT MODEL OF PRIVATE SCHOOL IN THE
DIGITAL AGE UNDER OFFICE OF THE PRIVATE EDUCATION COMMISSION IN
CHONBURI PROVINCE

¹จिरายู คุณสืบพงษ์พันธ์ Jirayu Koonsuebpongphan, ²ณรงค์ พิมสาร Narong Pimsan,
³ไพฑูรย์ พิมดี Paitoon Pimdee
^{1,2,3}มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ North Bangkok University, Thailand
E-mail: Aomz_aha@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี เพื่อพัฒนาและทดลองรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี และเพื่อประเมินการใช้รูปแบบด้านความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี มีการดำเนินการดังนี้ (1) สร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ (2) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะ (3) ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) ติดตามและประเมินผล ส่วนแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้าน ควรมีการวางแผน (Planning) มีการจัดแผนกประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ (Organizing) มีการนำไปปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (Leading) และมีการควบคุมการดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Controlling) 2) ผลการพัฒนาและทดลองใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ได้รูปแบบประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังนี้ (1) งานการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (2) กระบวนการบริหาร (3) ปัจจัยที่ส่งเสริม และ 3) ผลการประเมินการใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ด้านความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ พบว่า ในภาพรวมของแต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบ, การบริหารงานประชาสัมพันธ์, โรงเรียนเอกชน, ยุคดิจิทัล, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, จังหวัดชลบุรี

* Received: November 30, 2020, Revised: December 21, 2020, Accepted: December 21, 2020.



Abstract

The objectives of this research were to study the status and guideline of public relations management of private schools in digital age under office of the Private Education Commission in Chonburi Province, to develop and try out the public relations management model of private schools in digital age under office of the Private Education Commission in Chonburi Province, and to evaluate the model in terms of feasibility and utility. The research results were as following: 1) the status and guideline of public relations management of private schools in digital age under office of the Private Education Commission in Chonburi Province were organized by using (1) school public relation network, (2) providing information to public, (3) giving information service, and (4) monitoring and evaluation whereas the manage process consisting of planning, organizing, leading, and controlling. 2) The developed model composed of 3 components which were (1) tasks of public relation, (2) management process, and (3) supporting factors. 3) The model evaluation results of the public relations management model of private schools in digital age under office of the Private Education Commission in terms of feasibility and utility were both at the most levels.

Keywords: Model, Public Relations Management, Private School, Digital Age, Private Education Commission, Chonburi Province

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้ให้ความสำคัญต่อชุมชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ดังจะเห็นได้จากมาตราต่างๆ เช่น มาตรา 8 ระบุให้การศึกษาต้องเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับประชาชน และให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา มาตรา 9 การจัดระบบโครงสร้าง และกระบวนการจัดการศึกษาให้มีการกระจายอำนาจการจัดการศึกษาให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่นจัดการศึกษา มาตรา 23 การจัดกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง ครอบครัว สังคมและชุมชน มาตรา 24 การจัดกระบวนการเรียนรู้ควรจัดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง มาตรา 25 รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุน การจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต มาตรา 29 สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่นจัดการศึกษาส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2547, หน้า 32)

เหตุนี้ การจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างโรงเรียนกับชุมชนจึงเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการศึกษาโดยทั่วไปยังไม่ได้ดำเนินการอย่างจริงจังและกว้างขวาง เช่น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน การประชาสัมพันธ์ การให้บริการ การมีส่วนร่วมกับชุมชน การดำเนินงานการสร้าง ความสัมพันธ์กับชุมชนยังไม่เป็นระบบ ทำให้เกิดปัญหาด้าน การประสานงานกับชุมชน นอกจากนี้ยังพบสภาพ ปัญหาว่า คณะครูและผู้บริหารโรงเรียน ยังไม่เข้าใจวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนทำให้โรงเรียน

ไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควรและสภาพการบริหารงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนนั้น ผู้ปกครองนักเรียนก้าวทำงานในหน้าที่ของโรงเรียนมากเกินไป ผู้บริหารและครูมีความสัมพันธ์กับผู้ปกครอง และชุมชนน้อย คือ การบริหารด้านความสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชนไม่เป็นระบบ (สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ, 2543, หน้า 142)

โรงเรียนจึงต้องหาแนวทางหรือวิธีการให้เกิดความสัมพันธ์กับชุมชนอาจจะดำเนินการได้หลายวิธี เช่น การทำการประชาสัมพันธ์ก็เป็นแนวทางหนึ่งที่เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีกับสมาชิกภายในองค์กรและประชาชนภายนอกองค์กร ดังที่ ลักษณะ สตะเวทิน (2554, หน้า 64) ได้กล่าวไว้ว่า การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อาจกระทำได้หลายวิธี เช่น การใช้สื่อต่างๆ เป็นเครื่องมือสื่อสารนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าองค์กรไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้วก็จะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่ประสบผลสำเร็จ ในทำนองเดียวกัน อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553, หน้า 64) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพราะการบริหารงานมิได้อาศัยเฉพาะคน เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการเท่านั้น หากแต่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ การสนับสนุนจากบุคคล ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในทุกวงการ ซึ่งในปัจจุบันสังคมเป็นสังคมข้อมูลข่าวสาร (Information society) มีเครือข่ายแห่งการสื่อสารครอบคลุมและโยงใยเข้าการพัฒนาการแห่งเทคโนโลยีที่ทันสมัย ยุคทุนเหตุการณ์เป็นตัวเร่งให้ประชาชนตื่นตัวในสิทธิแห่งการรับรู้ (the people's right to know) และเปิดรับต่อข่าวสารในหลากหลายรูปแบบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยตามกระแสสังคมยุคใหม่ การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดี โดยเฉพาะโรงเรียนเป็นองค์กรหนึ่งในสังคมทำหน้าที่ให้การศึกษาอบรมแก่เยาวชน เพื่อให้เป็นผู้มีความรู้ เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งให้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม งานหลักของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย คือ การสอน การแนะแนวการศึกษา และอาชีพกิจกรรมต่างๆ ของนักเรียนและบริการของโรงเรียนเพื่อสนองความสนใจ และความต้องการอันจำเป็นของนักเรียน ชุมชน หรือสังคมใกล้โรงเรียนและประเทศชาติ (จันทร์านิสงวนนาม, 2551, หน้า 5)

จากผลการวิจัยของเยาวภา บัวเวช (2550, หน้า 59) ที่ได้ศึกษาปัญหาด้านการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ กล่าวคือ ผู้บริหารขาดความเข้าใจในความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง ขาดการดูแลเอาใจใส่ และไม่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะในระดับผู้บริหารขาดเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่จำเป็นในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ขาดการบริหารอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมักจะขาดการวางแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมทั้งการขาดการประสานงานด้านวางแผนประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นยังมีปัญหาของการขาดการแบ่งงานภายในหน่วยงานที่ไม่มีลักษณะเป็นสัดส่วนแน่นอน จึงทำให้เกิดความยุ่งยากในการประชาสัมพันธ์ ขาดการวางแผนและวิจัยประเมินผล จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ทำไปอย่างเลื่อนลอย สลวยเปล่า และสิ้นเปลือง และขาดการประสานงานภายในหน่วยงานเอง ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน เข้าใจผิดพลาด ความห่างเหินขาด

ความร่วมมือกันการบริหารของหน่วยงานจึงด้วยประสิทธิภาพนำไปสู่ความยุ่งยากในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

จากสภาพความเป็นจริงโรงเรียนไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนภาครัฐหรือเอกชนมีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อและประสานงานกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อการจัดการเรียนการสอนและจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชน เช่น เทศกาลสงกรานต์ ปีใหม่ เข้าพรรษา ลอยกระทง เป็นต้น การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ กับผู้ปกครองชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งจำเป็น (จำเนียร พลหาร, 2553, หน้า 25) การประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอสารสนเทศต่อประชาชนด้วยวิธีติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์การสถาบัน จึงไม่ใช่เป็นเพียงแต่งงานประจำเท่านั้น แต่เป็นงานสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องการประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความนิยมให้แก่กลุ่มประชาชนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร หรือสถาบันด้วยวิธีการบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งต่างๆ ที่องค์กรหรือสถาบันได้ทำลงไป การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน (ระพีพรรณ ร้อยพิลา, 2553, หน้า 23) โดยการประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชนอย่างดียิ่ง เพราะเป็นการให้ข้อมูลแก่ประชาชนได้ทราบถึงกิจการของโรงเรียนหรือข่าวสารภายในโรงเรียน (จันทร์ธานี สงวนนาม, 2551, หน้า 231)

ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาท ความสำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไปนำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นในเรื่องของการลดต้นทุน ช่วยลดค่าใช้จ่าย สามารถทำการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มิปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้เกิดการรับรู้การยอมรับ เป็นที่รู้จักภายใต้บริบทในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่อาศัยการเชื่อมต่อแบบไร้สายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในรูปแบบใหม่ เรียกว่า สื่อใหม่ (New Media) เป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ผ่านอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น เป็นอุปกรณ์การสื่อสารพกพาส่วนบุคคล สามารถนำติดตัวผู้ใช้ไปได้ทุกที่หยิบใช้ได้ตลอดเวลา สะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย ตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ได้ทุกรูปแบบ จากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาจึงเป็นสาเหตุให้ความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้งานเปลี่ยนแปลงไป และนับวันจะเพิ่มบทบาทความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ (สำนักประชาสัมพันธ์, 2561) สอดคล้องกับความเห็นที่ว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบัน โดยมีการใช้กันอย่างแพร่หลายภายใต้การพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ซึ่งมีแนวโน้มจะกลายเป็นสื่อหลักสำหรับผู้คนในโลกอนาคต (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554, หน้า 99)

ดังนั้น งานการประชาสัมพันธ์จึงเป็นภารกิจของโรงเรียนที่จะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะถ้าจัดทำดีจะมีผลดีต่อชื่อเสียง ความนิยมชมชอบ และเกียรติคุณของโรงเรียน และจะต้องให้ความสำคัญมากเท่าๆ กับการบริหารโรงเรียนด้านอื่นด้วย โดยการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเริ่มจากผู้บริหารจนถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงาน เพราะเมื่อทุกคนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องจะได้แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่ดี เมื่อมี

พฤติกรรมที่ดีแล้วก็จะก่อให้เกิดความสามัคคีและความราบรื่นในการปฏิบัติงาน และเป็นเครื่องมือในการสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชน หรือการจูงใจคนในชุมชนให้เห็นถึงประโยชน์ของโรงเรียนอันจะนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกัน โรงเรียนเอกชนที่ต้องสร้างความเชื่อถือให้กับประชาชน อีกทั้งยังต้องแข่งขันกับโรงเรียนของรัฐแทบทุกสังกัด นอกจากนี้ โรงเรียนเอกชนยังต้องแข่งขันกันทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ ด้านความแตกต่างกันของขนาดพื้นที่ จำนวนบุคลากร การเงิน คุณภาพในการบริหารจัดการ และคุณภาพเชิงวิชาการระหว่างโรงเรียนของรัฐบาล และโรงเรียนของเอกชนด้วยกัน มีผลทำให้โรงเรียนเอกชนที่ด้อยคุณภาพปรับตัวไม่ทัน ต้องประสบปัญหาขาดทุน และล้มเลิกไปในที่สุด เมื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการบริหารงานของโรงเรียน โดยเฉพาะในยุคภาวะเศรษฐกิจถดถอยและสังคมที่มีการแข่งขันทางด้านสื่อและเทคโนโลยีอย่างเข้มข้นดังที่กล่าวมาแล้ว

จากการที่การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารงานของโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี มีโรงเรียนเอกชน ตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 56 โรงเรียน ซึ่งจะต้องมีการแข่งขันกันสูงมาก ดังนั้น แต่ละโรงเรียนจะต้องมีแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในโรงเรียนของตนได้ อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มจำนวนนักเรียนให้พอเพียงที่จะดำเนินการต่อไปได้ ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรีจึงมีความสนใจที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี อันจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อพัฒนาและทดลองรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อประเมินการใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methodology Research) ใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพ และแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี มีวิธีดำเนินการ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาเอกสาร ข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน

1. แหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงตำรา/เอกสารหรือที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาวิเคราะห์



เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ ตัวบ่งชี้ด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

ส่วนที่ 2 ศึกษาสภาพการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถาม

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ที่เปิดสอนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จังหวัดชลบุรี รวมทั้งสิ้น 102 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ที่เปิดสอนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จังหวัดชลบุรี อนาคตกลุ่มตัวอย่าง หาได้จากการใช้ตาราง Krejcie; & Morgan (1970) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 88 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา คือ (1) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ (2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ (3) การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) การติดตามและประเมินผล

ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญ

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คนประกอบด้วย 1) ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน จำนวน 3 คน และผู้ที่สอนเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ ในสถาบันอุดมศึกษาที่หรืออาจารย์ผู้สอนในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling)

2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ แนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน (1) การสร้างเครือข่ายและประชาสัมพันธ์ (2) การเผยแพร่ข่าวสาร (3) การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) การติดตามและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาและทดลองรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ดำเนินการ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ยกร่างรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยนำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับหลักการ แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาไว้แล้วในบทที่ 2 มาเป็นข้อมูลสำหรับยกร่างรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 2 ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ (1) ผู้บริหารโรงเรียนเอกชนที่ดำรงตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี (2) ผู้อำนวยการโรงเรียนระดับเชี่ยวชาญของโรงเรียนสังกัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (3) อาจารย์มหาวิทยาลัย มีการศึกษาระดับปริญญาเอกทางการบริหารการศึกษาหรือหลักสูตรและการสอน



2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ ความถูกต้องและความเหมาะสม

ส่วนที่ 3 ทดลองใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยมีสถานที่ทดลอง ได้แก่ โรงเรียนพงศ์สิริวิทยา จังหวัดชลบุรี และมีระยะเวลาในการทดลอง 1 ภาคการศึกษา ระบุวันที่ 1 พ.ย. 2562 ถึงวันที่ 30 เม.ย. 2563

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยการใช้แบบประเมิน ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. สรุปและปรับปรุงแก้ไขรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี หลังจากการทดลองใช้แล้ว

2. นำร่างรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ที่ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาและทดลองรูปแบบที่สมบูรณ์ แล้วจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 2 มาประเมินโดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ

3. ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ที่เปิดสอนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จังหวัดชลบุรี รวมทั้งสิ้น 102 คน

4. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชน ที่เปิดสอนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อนาคตกลุ่มตัวอย่าง หาได้จากการใช้ตาราง Krejcie; & Morgan (1970) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 88 คน

5. ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพและแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถาม ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปฏิบัติการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม

การบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี	ระดับการปฏิบัติ (n = 88)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	4.36	0.57	มาก
2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะ	4.27	0.79	มาก
3. การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร	4.55	0.60	มากที่สุด
4. การติดตามและประเมินผล	4.26	0.71	มาก
รวม	4.36	0.67	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.55$) และอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมา คือ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะ ($\bar{X} = 4.27$) และด้านการติดตามและประเมินผล ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ

2. ผลการพัฒนาและทดลองรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

2.1 รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ 1) งานการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล 2) กระบวนการบริหาร 3) ปัจจัยที่ส่งเสริม โดยมีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียน

1. การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ มีแนวทางในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) กำหนดจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์หรือเครือข่ายประชาสัมพันธ์เดียวกันที่ชัดเจน 2) กำหนดแนวทางการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารชัดเจนเป็นที่ยอมรับ 3) มีกิจกรรมที่ให้เครือข่ายประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 4) มีการยอมรับและมองเห็นประโยชน์ของการเข้าร่วมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ 5) มีสื่อ/อุปกรณ์งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ทันสมัยครบถ้วน

2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ มีแนวทางในการดำเนินการ ประกอบด้วย 1) มีการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ผู้รับสารวิธีการส่งสารได้อย่างถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้อย่างอิงข้อมูลข่าวสารได้ 2) มีการบริการข้อมูลข่าวสารในหลายช่องทาง เช่นแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ เป็นต้น 3) มีระบบการตรวจสอบการข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนครบถ้วน

3. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร มีแนวทางในการดำเนินการ ประกอบด้วย 1) มีการวางแผนในการให้บริการในช่องทางสื่อและวิธีการต่างๆ 2) มีการควบคุมทางด้านช่องทางการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารหรือช่วงเวลาขอรับบริการด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ชัดเจน 3) มีระบบการโต้ตอบอัตโนมัติที่ให้บริการบริการข้อมูลข่าวสารและจากสื่อประเภทบุคคล 4) มีการติดตามตรวจสอบการบริการด้านข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน 5) มีการนำผลการบริการด้านข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

4. การติดตามและประเมินผล มีแนวทางในการดำเนินการ ประกอบด้วย 1) มีการดำเนินการและตรวจสอบคุณภาพข้อมูลข่าวสารหรือสื่อที่ออกแบบไว้ก่อนเผยแพร่ 2) มีการติดตามและการประเมินผลหลากหลายมิติของผู้ให้บริการและผู้รับบริการข้อมูล 3) มีการนำข้อมูลและผลการประชาสัมพันธ์มาปรับปรุงการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ต่อไป 4) ควรมีการติดตามและการประเมินผลเป็นระยะสำหรับเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 5) มีเครื่องมือในการติดตามผลให้เหมาะสมในกิจกรรมในแต่ละครั้ง โดยประเมินผลรายบุคคลหรือประเมินผลตามกระบวนการทำงานต่างๆ 6) มีการประเมินผลทุกภาคส่วน เช่น จาก



ผู้บังคับบัญชาหรือผู้อำนวยการโรงเรียนหรือหัวหน้าแผนกงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนร่วมงาน และจากผู้ใช้บริการเป็นต้น

องค์ประกอบที่ 2 กระบวนการบริหาร

1. การวางแผน มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 การจัดบุคลากร (Staffing) มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้ 1) ครูและบุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 2) กำหนดแนวทางการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไว้ชัดเจน 3) การจัดโครงสร้างการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 4) กำหนดภารกิจ หน้าที่ของบุคลากร และมีคำสั่งแต่งตั้งการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนชัดเจน

1.2 การจัดงบประมาณ (Budgeting) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) มีแผนการใช้งบประมาณตามภารกิจ เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) มีการระดมทรัพยากร จากชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) มีระบบการตรวจสอบการใช้งบประมาณอย่างโปร่งใส

2. การจัดองค์กร (Organizing) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 การพัฒนาบุคลากร (Personal Developing) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) วางแผนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามนโยบาย ตามโครงการหรือกิจกรรม 2) มีแผนการสร้างการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเชิงรุก 3) บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ ในข้อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.2 การอำนวยการ (Directing) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) จัดระบบการให้บริการประชาสัมพันธ์และจัดทำแบบฟอร์มการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 2) มีคำสั่งและกำหนดภารกิจ หน้าที่ของครูและบุคลากรตามโครงสร้างการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 3) จัดหาอุปกรณ์ให้ผู้รับผิดชอบในการให้บริการประชาสัมพันธ์ 4) จัดทำหลักฐานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ 5) มีอาคาร สถานที่ เครื่องอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 6) มีการติดต่อประสานงานภายในองค์กร ที่สะดวก รวดเร็ว และเป็นประโยชน์ 7) มีการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 8) มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน

3. การนำ (Leading) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

3.1 การบังคับบัญชา (Commanding) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) กำหนดทิศทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการ และนโยบายของรัฐ 2) มีการบริหารด้วยหลักคุณธรรม และจรรยาบรรณของวิชาชีพ 3) มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ร่วมงานให้เหมาะสมกับภารกิจ

3.2 การประสานงาน (Coordinating) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร และเทคโนโลยี ในการติดต่อประสานงานภายในโรงเรียนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) ใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ส่วนตัวในการประสานงาน และติดตามผลการดำเนินงาน 3) ประสานสัมพันธ์กับหน่วยงาน ในชุมชน และองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

4. การควบคุม (Controlling) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

4.1 การกำกับติดตาม (Monitoring) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) มีแนวทางหรือวิธีการ ในการกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญ ในการติดตาม ประเมินผลการการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) มีการ



กำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรตามภารกิจ หน้าที่ และความรับผิดชอบ 3) มีการทบทวน ปรับปรุงแนวทาง ในการกำหนดตัวชี้วัดและแผนการประเมินให้เหมาะสม 4) มีการนิเทศ ติดตาม ประเมินผลอย่างเหมาะสม

4.2 การรายงาน (Reporting) มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้ 1) มีการจัดทำข้อมูลสารสนเทศที่เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และเชื่อถือได้ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 2) มีการรายงานผลการปฏิบัติงานของบุคลากร การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเชิงรุก 3) มีการนำผลการปฏิบัติงาน เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง แก้ไข และยกย่องชมเชย 4) มีการเผยแพร่ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน และรายงานผู้บังคับบัญชาตามกำหนด

องค์ประกอบที่ 3 ปัจจัยที่สนับสนุนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 1) นักประชาสัมพันธ์ 2) ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ 3) นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ 4) การติดตามและประเมินผลของผู้ใช้และผู้รับข้อมูล 5) .ข่าวสารที่เผยแพร่ต้องสามารถตรวจสอบได้และมีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน

2.2 ผลการตรวจสอบโดยใช้แบบสัมภาษณ์ความถูกต้องและเหมาะสม จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิ 10 คน มีความคิดเห็นว่า ร่างรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี เป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย มีรูปแบบบริหารที่มีแนวคิดทฤษฎีที่ถูกต้อง ตรงกับหลักในการประชาสัมพันธ์ และมีปัจจัยส่งเสริมที่ทันสมัย เหมาะสมกับในยุคดิจิทัล สามารถนำไปใช้ได้ และทำให้เกิดประโยชน์สูง พร้อมนำข้อเสนอแนะ มาปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2.3 ผลการทดลองใช้ รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ผลปรากฏว่าทำให้โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบมากขึ้น มีการแต่งตั้งคณะทำงาน และผู้ดูแลที่ชัดเจน มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย สามารถเผยแพร่ข้อมูลเข้าถึงคนจำนวนมาก โรงเรียนเป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์ของโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดี สามารถเข้าถึงกิจกรรมและความเคลื่อนไหวของโรงเรียนได้ง่าย มีผู้ให้ข้อมูล เพื่อติดต่อสอบถาม ผู้ปกครองไม่ต้องเข้ามาในโรงเรียนด้วยเอง อาจจะติดต่อกันในรูปแบบช่องทางออนไลน์ที่ทางโรงเรียนจัดไว้ให้ เพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว มีช่องทางให้ผู้ปกครองสามารถประเมินผลและความคิดเห็น เพื่อให้ทางโรงเรียนได้มีแก้ไขปรับปรุงพัฒนาได้ทันทีได้รับความสนใจ ได้ผลตอบรับดี จากผู้ปกครองและบุคคลที่มาติดต่อกับทางโรงเรียน

3. เพื่อประเมินการใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี

การประเมินความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรีในยุคดิจิทัล ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผลการประเมินการประเมินความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรีในยุคดิจิทัล ไปใช้

รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัด ชลบุรีในยุคดิจิทัล	ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	$\bar{X}$.	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$.	S.D.	แปลผล
ด้านการบริหาร	4.56	0.22	มากที่สุด	4.62	0.10	มากที่สุด
1. การวางแผน	4.58	0.34	มากที่สุด	4.59	0.28	มากที่สุด
2. การจัดองค์กร	4.51	0.34	มากที่สุด	4.66	0.28	มากที่สุด
3. การนำ	4.53	0.34	มากที่สุด	4.65	0.25	มากที่สุด
4. การควบคุม	4.54	0.36	มากที่สุด	4.64	0.27	มากที่สุด
ด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน	4.53	0.16	มากที่สุด	4.58	0.11	มากที่สุด
1. การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์	4.54	0.34	มากที่สุด	4.54	0.28	มากที่สุด
2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ	4.50	0.31	มากที่สุด	4.56	0.29	มากที่สุด
3. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร	4.51	0.37	มากที่สุด	4.59	0.29	มากที่สุด
4. การติดตามและประเมินผล	4.56	0.36	มากที่สุด	4.61	0.29	มากที่สุด
รวม	4.55	0.10	มากที่สุด	4.58	0.06	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ในการนำรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรีในยุคดิจิทัลไปใช้ โดยภาพรวมพบว่ามีความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลการประเมินในแต่ละด้าน พบว่า

1. ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรีในยุคดิจิทัลไปใช้ โดยภาพรวมพบว่ามีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการบริหารอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

2. ความเป็นประโยชน์ในการนำรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรีในยุคดิจิทัล ไปใช้ โดยภาพรวมพบว่ามีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. สภาพการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในยุคดิจิทัล จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้ความสำคัญกับการวางแผนการทำงาน การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ การนำผลการประเมินการประชาสัมพันธ์ไปใช้เพื่อการ

ปรับปรุงและอย่างต่อเนื่อง จัดทำระบบโครงสร้างการบริหารการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอย่างชัดเจน มีแนวทางในการสื่อสารให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจ ส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สนับสนุนให้บุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง รวมทั้งใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ ของการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการทำงาน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นสาระประโยชน์ สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประเมิน มีการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน และใช้ข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวภา บัวเวช (2550, หน้า 142) ที่ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหาร ประกอบด้วยนโยบาย วัตถุประสงค์ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ การสร้างบรรยากาศการสื่อสารในองค์กร 2) ด้านระบบ การบริหารองค์การ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคลากรเข้าทำงาน ค่าตอบแทน การประสานงาน และงบประมาณ 3) ด้านบุคลากร ประกอบด้วยคุณลักษณะของบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา และความผูกพัน 4) ประเภทของสื่อ ประกอบด้วยสื่อบุคคล สื่อกิจกรรมพิเศษ สื่อเทคโนโลยี และสื่อเบ็ดเตล็ดภายในมหาวิทยาลัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนาภรณ์ สือโย (2553, หน้า 82-87) ที่ผลการวิจัยพบว่า ระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ในวงรอบที่ 1 โดยใช้กลยุทธ์การประชุมปฏิบัติการ และการนิเทศ ทำให้กลุ่มผู้ร่วมศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตามกรอบงานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น แต่ยังมีจุดที่ต้องแก้ไขระบบงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจึงมีการดำเนินการพัฒนาในวงรอบที่ 2 โดยได้ใช้กลยุทธ์การนิเทศ โดยกลุ่มผู้ศึกษาค้นคว้ามีการนำเสนอให้ความรู้ ความเข้าใจในเชิงรุกแล้ว เจ้าหน้าที่เป็นการประชาสัมพันธ์ต่างให้ความสนใจ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี สามารถนำความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปใช้ให้เกิดการพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องได้

2. รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

2.1 ด้านการบริหาร พบว่า การวางแผนอย่างมีอาชีพ โดยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน มีการกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการปฏิบัติตามแผน การดำเนินงาน จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม มีการนิเทศ กำกับ ติดตาม และปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการประเมินครบวงจร และนำผลไปใช้ประโยชน์จริง ผลการดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าว ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวภา บัวเวช (2550, หน้า 142) ที่ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วยด้านผู้บริหาร ประกอบด้วย นโยบาย วัตถุประสงค์ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ การสร้างบรรยากาศการสื่อสารในองค์กร และด้านระบบ การบริหารองค์การ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคลากรเข้าทำงาน ค่าตอบแทน การประสานงาน และงบประมาณ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกตัญญู เจริญรัตน์ (2552, หน้า 135-139) ที่ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านมาบกราดใน วงรอบที่ 1 โดยใช้กลยุทธ์การประชุมระดมความคิด การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการนิเทศกำกับ ติดตามผล โดยจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อยเพื่อศึกษาระบบ วิเคราะห์ระบบ และออกแบบระบบ ซึ่งมีผลทำให้ผู้ร่วมศึกษาค้นคว้ามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบ สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อสาธารณชนได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ สะดวกรวดเร็ว และเป็นปัจจุบัน แต่มีครูส่วนน้อยที่ยังไม่สามารถพัฒนาได้ จึงได้มีการพัฒนาในวงรอบที่ 2 โดยใช้กลยุทธ์การประชุมระดมความคิด การประชุมเชิงปฏิบัติการและการ



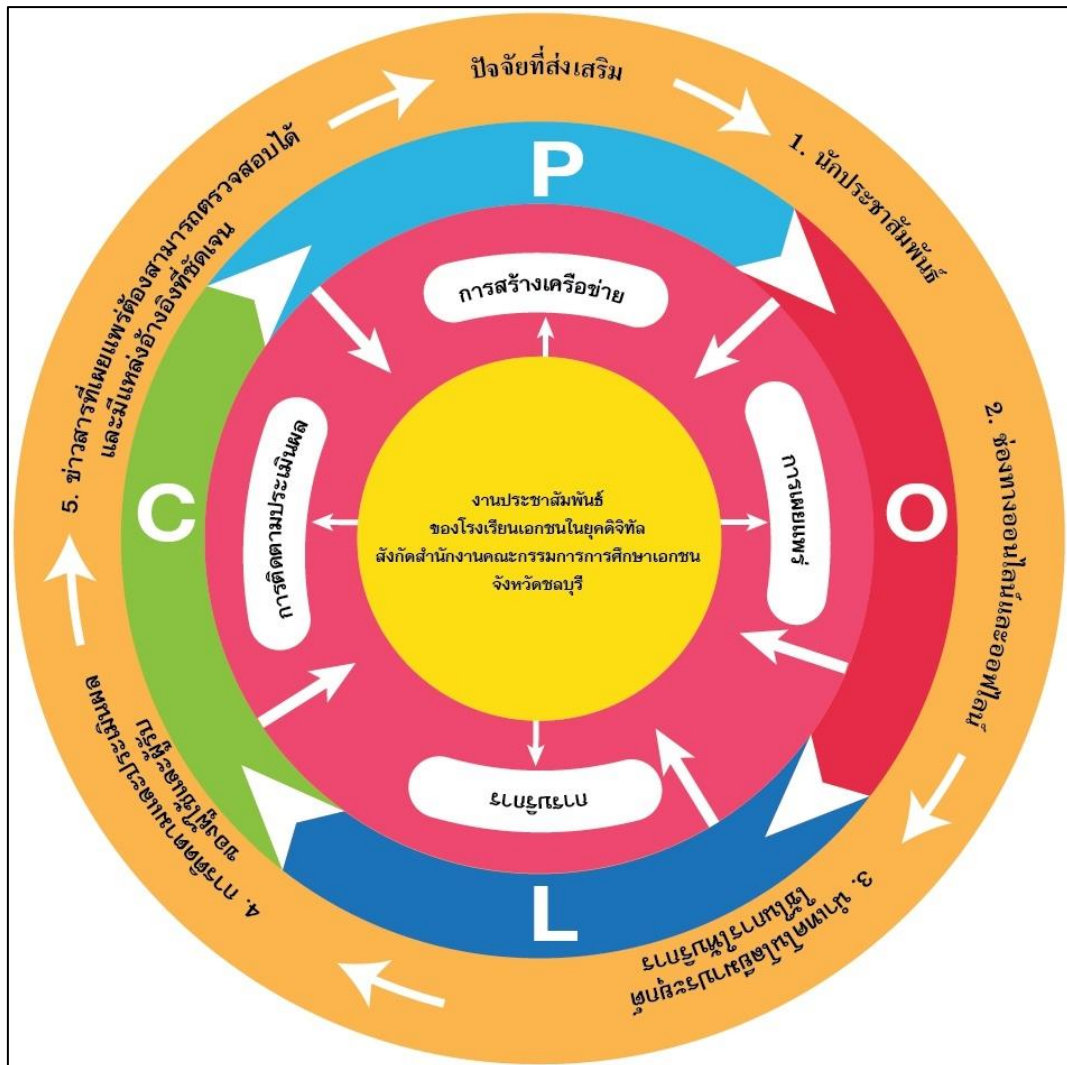
นิเทศ กำกับ ติดตามผล เพื่อทบทวนและเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์ ทำให้ครูเกิดทักษะความรู้ ความเข้าใจในระบบงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องก่อให้เกิดระบบงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

2.2 ด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า มีการการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร การติดตามและประเมินผลพัฒนาครู บุคลากร ทุกฝ่าย ต้องร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจในการทำงาน โดยเฉพาะการสร้างความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยใช้หลากหลายช่องทางใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชิต ปัญญาประชุม (2552, หน้า 128-134) ที่ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน สกลนครพัฒนศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เป็นกระบวนการพัฒนาระบบ Systems Development Life Cycle โรงเรียน (SDLC) 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การศึกษาระบบ (Systems Investigation) การวิเคราะห์ระบบ (Systems Analysis) การออกแบบระบบ (Systems Design) การใช้ระบบ (Systems Implementation) การดูแลรักษาและตรวจสอบระบบ โดยใช้กลยุทธ์การประชุมกลุ่มย่อยและกลยุทธ์การนิเทศจากการพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์

3. จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ในการนำรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ไปใช้ โดยภาพรวม พบว่า มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะรูปแบบที่สร้างขึ้นได้มาจากการนำหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ในการบริหารที่ชัดเจนและผ่านการตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบเกี่ยวกับโครงสร้างและแนวทางการดำเนินงานโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จึงทำให้ได้รูปแบบที่มีความเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติจริงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษาได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสร้างรูปแบบของ Keeves (1988, pp. 561-565) ที่กล่าวว่า การสร้างรูปแบบต้องอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษาได้อย่างชัดเจนเพื่อจะนำไปสู่การพยากรณ์ที่ตามมา ซึ่งสามารถรวบรวมได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ และรูปแบบที่ดีจะต้องผ่านการทดสอบหรือตรวจสอบก่อนนำไปใช้จริง เนื่องจากจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการสร้างรูปแบบ คือ การทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบที่สร้างขึ้นมาว่ามีความถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ต่อไปหรือไม่ จากการดำเนินการพัฒนารูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ตามขั้นตอนดังกล่าวจึงทำให้ผลการประเมินโดยผู้เกี่ยวข้องพบว่า รูปแบบที่พัฒนาครั้งนี้มีความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ระดับมากที่สุด

องค์ความรู้การวิจัย

องค์ความรู้การวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในยุคดิจิทัล จังหวัดชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สรุปองค์ความรู้การวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้การวิจัย

จากภาพที่ 1 องค์ความรู้การวิจัย อธิบายได้ว่า

องค์ความรู้การวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำรูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ไปใช้เป็นแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1. หลักการและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ควรมีการดำเนินการในเรื่อง 1) แต่งตั้งผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน 2) จัดทำแบบฟอร์มการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 3) จัดให้มีการประเมินผล และปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ 4) จัดอุปกรณ์ให้ รับผิดชอบอุปกรณ์ในการให้บริการประชาสัมพันธ์ 5) วางแผนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามนโยบาย ตามโครงการ หรือกิจกรรม 6) จัดระบบการให้บริการประชาสัมพันธ์ 7) จัดทำหลักฐานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ 8) จัดให้มีสถานที่ประชาสัมพันธ์เป็นสัดส่วน 9) จัดทำเอกสารเผยแพร่ และประสานงานกับหน่วยงานที่



เกี่ยวข้อง 10) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อนำมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์

2. งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล ไว้ว่า ด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 1) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 2) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่อสาธารณชน 3) การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร 4) การติดตามและประเมินผล

3. กระบวนการบริหารด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล เป็นกระบวนการบริหารงาน (management process) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน (planning) การจัดการองค์กร (organizing) การนำปฏิบัติ (Leading) และการควบคุม (Controlling)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การนำรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ไปใช้ให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรสร้างเข้าใจและความตระหนักให้กับครูและบุคลากรให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการนำรูปแบบไปปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ควรนำไปปรับใช้ในบริบทของโรงเรียน เช่น ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ในระดับต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

2.2 ควรศึกษาด้านผลกระทบของการประชาสัมพันธ์ตามบริบทของสถานศึกษาในระดับต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- กัตัญญู เจริญรัตน์. (2552). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านมาบกรวด อำเภอพระทองคำ จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสารคาม.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2547). ปฏิรูปการศึกษายุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- จันทรานี สงวนนาม. (2551). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บุคพอยท์.
- จำเนียร พลหาร. (2553). ปฏิบัติการประกันคุณภาพการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ชันพรี้นต้ง.
- นุชิต ปัญญาประชุม. (2552). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนสกลนครพัฒนาศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสารคาม.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร. (4)99.
- เยาวภา บัวเวช. (2550). รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ. คุษณินพนธ์ปรัชญา คุษณินบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- ระพีพรรณ ร้อยพิลา. (2553). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภาวะผู้นำในการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร
สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ลักขณา สตะเวทิน. (2554). สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้าพรินต์ติ้ง.
- วัฒนาภรณ์ สือโย. (2553). การพัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสารคาม.
สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2543). คู่มือการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สำนักประชาสัมพันธ์. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก
(Facebook). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Keeves, P.J. (1988). Educational research methoddogy and measurement: An
international handbook. Oxford: PergamonPress.
- Krejcie R. V. & Morgan D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement.