



รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา
สังกัดกรุงเทพมหานคร*

A MODEL OF PUBLIC RELATION ADMINISTRATION ACCORDING TO
PAṬISANTHĀRA DHAMMA OF PRIMARY SCHOOLS UNDER BANGKOK
METROPOLITAN ADMINISTRATION

¹พระครูสถิตธรรมมานุสาส์ก (เสถียร ถาวรธมโม) Phrakru Sathitthammanusask (Sathian Thāvaradhammo),

²สุทธิพงษ์ ศรีวิชัย Sudhipong Srivichai, ³สมศักดิ์ บุญปู Somsak Boonpoo

^{1,2,3}มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Corresponding Autor E-mail: konkuandee@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยแบบผสมวิธี โดยมีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 390 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) พัฒนารูปแบบ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 19 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และ 3) เสนอรูปแบบ ด้วยการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 9 รูป/คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย หลักการ จุดมุ่งหมาย วิธีดำเนินการ ตัวแบบการดำเนินการ การประเมินผล และเงื่อนไขความสำเร็จ โดยมีจุดเน้นสำคัญ 3 หลัก ได้แก่ 1) การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน เป็นการดำเนินงานที่ได้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน (2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ (3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ (4) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ (5) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (6) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 2) หลักปฏิสัมพันธ์ธรรม หมายถึง การต้อนรับ การรับรอง การทักทายปราศรัย ได้แก่ (1) อามิสปฏิสัมพันธ์ คือ การรับรองด้วยอามิส หรือสิ่งของต่างๆ (2) ธัมมปฏิสัมพันธ์ คือ การรับรองด้วยธรรม หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ 3) โรงเรียน โดยการพัฒนาการบริหารงานด้านวิชาการ บริหารบุคคล งบประมาณ และทั่วไป โดยอาศัยงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เน้นการมีส่วนร่วมกันระหว่างโรงเรียน คือ ผู้บริหาร ครู กรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง นักเรียน ชุมชน

คำสำคัญ: การบริหารงานประชาสัมพันธ์, ปฏิสัมพันธ์ธรรม, โรงเรียนประถมศึกษา



Abstract

This research article aimed to propose a model of public relations management according to Pathisanthrandhamma of Primary Schools under Bangkok Metropolitan Administration. Mixed methods research was designed, and there were 3 research steps: 1) to study the condition of public relations management of Bangkok Metropolitan Administration, and a questionnaire was used for collecting data from 390 samples. The data were analyzed using statistical methods such as frequency, percentage, mean and standard deviation; 2) the model was developed by interviewing 19 key informants, and the data was analyzed by content analysis; and 3) the model was proposed with focus group discussion of 9 experts. Data was analyzed by content analysis. Results showed that a model of public relation administration according to Paṭṭisānṭhāra Dhamma of primary schools under Bangkok metropolitan administration consists of principles, objectives, process, models, evaluations, and success conditions. There are 3 main focus points: 1) Public Relations Administration is public relations management in schools It is the operation of an elementary school under Bangkok that has established public relations guidelines consisting of 6 areas: (1) study the need for disseminating news, information and results (2) planning public relations (3) establishing a public relations coordinating network (4) developing personnel responsible for the work Public relations (5) Create public relations activities (6) Monitor and evaluate public relations results 2) PAṬṬISANTHĀRA DHAMMA is the principle of dharma means welcoming, accepting, greeting and speaking of elementary school Under the Bangkok Metropolitan Administration, there are two factors: (1) Amispatisantharn (Amis certification or things) (2) Dhammapatisantharn (Dharma certification or information) 3) Primary School is schools by developing management in academic, personnel, budget, and general by using public relations work according to the principles of moral principles of primary schools under Bangkok. That should emphasize the participation between schools, namely administrators, teachers, school committees, parents, students, and communities.

Keywords: Public Relations Administration, Paṭṭisānṭhāra Dhamma, Primary Schools



บทนำ

ตามที่พระพุทธดำรัสในวันที่ส่งพระสาวกออกไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคแรกมีใจความว่า “ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงเที่ยวไป เพื่อประโยชน์เกื้อกูลแก่พหุชน เพื่อความสุข แก่พหุชน เพื่ออนุเคราะห์โลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูล เพื่อความสุขแก่เทวดาและมนุษย์ทั้งหลาย ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงแสดงธรรมอันงามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง งามในที่สุด จงประกาศพรหมจรรย์ พร้อมทั้งอรรถและพยัญชนะอันบริสุทธิ์บริบูรณ์โดยสิ้นเชิง” (วิ.ม. (ไทย) 4/32/40) ซึ่งพระพุทธพจน์นี้เป็นเครื่องชี้ชัดถึงบทบาทสำคัญของการสื่อสารหลักธรรมในพระพุทธศาสนา โดยเป็นหลักการและนโยบายในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของเหล่าพุทธสาวกจนตราบเท่าปัจจุบันนี้และถือว่าเป็นหลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพระพุทธศาสนาในปัจจุบันอีกด้วย

โลกในยุคปัจจุบันเป็นสังคมโลกาภิวัตน์เป็นสังคมยุคของการสื่อสาร หลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มาก ไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านธุรกิจ งานทางด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านการศึกษาและงานสังคมสงเคราะห์ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนอันจะส่งผลให้งานขององค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานพัฒนา ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน สร้างสรรค์การดำเนินการร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนอย่างมีสัมพันธ์ภาพราบรื่น บนรากฐานความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กร สถาบัน หน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิจิตร อวาทกุล, 2541)

การประชาสัมพันธ์นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการทำงาน เนื่องจากเป็นงานที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน และยังเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดระหว่าง หน่วยงานองค์กร และชุมชนให้เกิดความศรัทธา ควรทำอย่างต่อเนื่องยาวนานไม่ใช่งานเฉพาะกิจและเป็นงานที่ต้องทำในลักษณะสองทิศทางเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชนทำให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนส่งเสริมบรรยากาศของความเป็นประชาธิปไตย เพราะเป็นการสื่อสารสองทางและสามารถโน้มน้าเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ทศนคติของคนโดยสันติ ทำให้เกิดการยอมรับและลดปัญหาความขัดแย้งต่างๆ ได้ การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเข้าใจความรู้สึกต่อกลุ่มเป้าหมายจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้เวลาในการสร้างความคุ้นเคยความไว้วางใจ จะนำมาสู่ความร่วมมือในที่สุด (ภักทริยา สุมะโน, 2542) ทั้งนี้ การทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นผู้มีความเป็นกัลยาณมิตร จำเป็นที่จะต้องฝึกฝนอบรมตนเองให้มีคุณสมบัติตามคุณธรรมของหลักปฏิสันถารธรรม ซึ่งเป็นหลักธรรมนิยมอันดีงามของคนในสังคม เมื่อแขกไปมาหาสู่ถึงบ้านเรือนหรือเคหสถานย่อมจัดแจงสิ่งของไว้ต้อนรับโดยการปฏิสันถารธรรมนี้ เป็นการให้ การแบ่งปัน ในสิ่งที่เป็นวัตถุ และสิ่งที่มีใจวัตถุ เช่น คำสอน คำแนะนำ เป็นต้น

สถานศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องใช้งานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารสถานศึกษา เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน หรือเพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารออกไปให้ประชาชนได้รับทราบ และเข้าใจการดำเนินงานของสถานศึกษาเพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมได้รับรู้มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชนได้ทราบถึงสภาพความเป็นอยู่ และผลการดำเนินงานของสถานศึกษา สภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดจนความต้องการของสถานศึกษาในการระดมทรัพยากรเพื่อปรับปรุง และพัฒนากิจการของสถานศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และการปรับตัวในการจัดการเรียนการสอนให้นักเรียนมีคุณภาพได้มาตรฐาน (นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์, 2540)



จากความสำคัญข้างต้น การบริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องมีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับหลักในการบริหารตามคู่มือการบริหารสถานศึกษาที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งมีแนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ทั้งนี้ผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจำเป็นต้องนำหลักปฏิสัมพันธ์ธรรม (อง.ทศ. (ไทย) 20/40/117) ซึ่งปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การหักทลายปราชัย การต้อนรับแขก มี 2 อย่างคือ 1) อามิสปฏิสัมพันธ์ ต้อนรับด้วยสิ่งของ 2) ธรรมปฏิสัมพันธ์ ต้อนรับด้วยธรรม คือ กล่าวแนะนำในทางธรรม (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), 2556) เข้ามาควบคุมการทำงานประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้งานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระบบบริหารองค์การให้บริการงานอื่นๆ บรรลุผลตามมาตรฐานคุณภาพและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการกำหนดและพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methodology Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มีแหล่งข้อมูลเป็นเอกสาร ตำรา ข้อมูล สถิติ รายงานการวิจัย รายงานของหน่วยงานต่างๆ บทความทางวิชาการ คุชชินีพนธ์ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ มีเครื่องมือวิจัยเป็นแบบศึกษาเอกสาร และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

2. ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาสภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างการวิจัยที่เป็นครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (อ้างใน ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) ซึ่งเป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับค่าความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์เอกสารที่เป็นหนังสือ ตำรา งานเขียน บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบ แนวคิดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มีเครื่องมือวิจัยเป็นแบบศึกษาเอกสาร และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 19 คน ด้วยการเลือกเจาะจง (Purposive Selection) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ 1) เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนประถมศึกษา หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน 2) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท มีเครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 เสนอรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การยกร่างเสนอรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มีแหล่งข้อมูลเป็นเอกสารร่างรูปแบบฯ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การจัดสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 9 รูป/คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนประถมศึกษา หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านหลักพุทธธรรม มีเครื่องมือเป็นแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน 2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ 3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ 4) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 5) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 6) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร	n = 390			
	ระดับการปฏิบัติ			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และผลงาน	4.39	0.74	มาก	5
2. ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์	4.45	0.71	มาก	1
3. ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์	4.40	0.69	มาก	4
4. ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์	4.44	0.64	มาก	2



5. ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์	4.42	0.67	มาก	3
6. ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์	4.38	0.76	มาก	6
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.41	0.69	มาก	

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงานและด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

2. ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสันถารธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

2.1 ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะต้องปฏิบัติโดยการศึกษา และสำรวจค้นหาปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติ ท่าที ความรู้สึกและอื่นๆ ของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือนโยบายของโรงเรียนเพื่อประมวลข้อมูลที่ได้ ซึ่งรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสถาบันด้วย อันจะนำมาซึ่งขั้นตอนต่อไปในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.2 ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือจะกระทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำแต่ที่ภูมุนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

2.3 ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ ควรจัดให้มีในฝ่ายประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดบริการต่างๆ ภายในโรงเรียน และผู้มาติดต่อ ให้ได้รับความสะดวกและประทับใจ นอกจากนี้ก็ควรมีเอกสารและภาพถ่ายอื่นๆ ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ให้บริการด้วย ซึ่งการจัดบริการต่างๆ นั้น ยังขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละโรงเรียนในด้านประชาสัมพันธ์ที่ตั้งขึ้นด้วย เพราะถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับประชาชนแล้วก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ ความสัมพันธ์นั้นจะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และให้ความสำคัญต่อปฏิกริยาโต้ตอบของประชาชนด้วย

2.4 ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความสนใจมีความรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ และมีพลังด้านจิตใจในการที่จะทำงานด้านปรับสภาพของสังคมให้มีความกลมเกลียว ราบรื่น ส่วนในด้านบุคลิกภาพและจิตใจนั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความคล่องแคล่วเป็นนิสัยประจำตัว มีความเด็ดเดี่ยวหนักแน่นในการทำงาน มีอารมณ์มั่นคงโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ได้เสียของประชาชนเป็นสำคัญ นอกจากนั้นยังจะต้องมีนิสัยเรียนรู้พฤติกรรมต่างๆ ของสังคม ตลอดจนจนสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่เสมอ

2.5 ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน จึงควรสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอยู่เสมอ เพราะการที่จะมีทัศนคติที่ดี



นั้นหมายถึงการมีความรู้การเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนหรือร่วมมือที่ดีของภาคประชาชน

2.6 ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ การติดตามประเมินผล กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเน้นดูว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง จุดมุ่งหมายของการประเมินผลแบบนี้เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

3. ผลการเสนอรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่

3.1 หลักการ ประกอบด้วย 2 หลักการ คือ 1) การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเป็นการดำเนินงานของโรงเรียน 2) หลักปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การต้อนรับ การรับรอง การทักทายปราศรัยของโรงเรียน

3.2 จุดมุ่งหมาย คือ ให้ผู้บริหาร ครู บุคลากรในสถานศึกษา ในสังกัดกรุงเทพมหานครนำรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์

3.3 วิธีดำเนินการ ประกอบด้วย 1) การแต่งตั้งคณะกรรมการที่รับผิดชอบ 2) ประชุมชี้แจงในทิศทางนโยบายและมาตรการการ 3) นำเสนอรูปแบบ 4) คณะกรรมการสถานศึกษาเห็นชอบ 5) ประชุมชี้แจงคณะครู กรรมการ และชุมชนเครือข่ายรับฟังความคิดเห็นและวางแผน 6) ร่วมสร้างการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามแผนงานที่กำหนดร่วมกัน 7) ตรวจสอบอย่างเป็นระบบ สุจริต โปร่งใส 8) ประเมินผล สรุปรายงานผลการดำเนินการในภาพรวม และเผยแพร่ให้แก่ทุกภาคส่วนต่อไป

3.4 ตัวแบบการดำเนินการ ประกอบด้วยการดำเนินการตามองค์ประกอบหลัก 6 ด้าน ได้แก่ 1) หลักบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย (1) ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน (2) ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ (3) ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ (4) ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ (5) ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (6) ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 2) การประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย (1) อามิสปฏิสัมพันธ์ เป็นการต้อนรับด้วยอามิส คือ การต้อนรับหรือรับรองบุคคลที่มาเยี่ยมเยือนด้วยสิ่งของ (2) ธัมมปฏิสัมพันธ์ เป็นการต้อนรับด้วยธรรม คือ การปราศรัยหรือการรับรองบุคคลที่มาหาสู่โดยให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

3.5 การประเมินผล คือ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อการตัดสินใจ โดยให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ผู้ปกครอง ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมิน ประเมินผลจากความพึงพอใจของนักเรียน ครู บุคลากรในโรงเรียน รวมถึงการประเมินเปรียบเทียบก่อนและหลังการนำรูปแบบไปใช้

3.6 เงื่อนไขความสำเร็จ คือ รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ทำให้เกิดผลสำเร็จ โดยเพิ่มจุดเน้นสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) จำนวนครูที่ได้รับการพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 2) การมีส่วนร่วมกันมากขึ้นตั้งแต่ต้น คือ (1) ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน (2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ (3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ (4) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ (5) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (6) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 3) โรงเรียนมีการเน้นย้ำการประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ 2



ประการ ได้แก่ (1) อามิสปฏิสันถาร (การรับรองด้วยอามิส หรือสิ่งของต่างๆ) (2) ธัมมปฏิสันถาร (การรับรองด้วยธรรม หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ) โดยใช้รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสันถารธรรม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสันถารธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มีประเด็นนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน 2) ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ 4) ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 5) ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 6) ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ส่วนรายด้าน อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมร่วมกันของผู้บริหาร ครู กรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง นักเรียน ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ เกรียงไกร สุพรรณ (2561) ที่ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์กรประกอบของรูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ พบว่า มี 12 องค์ประกอบ 2) รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานคร มี 3 กระบวน ประกอบด้วย กระบวนการที่ 1 การศึกษาหาข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น มี 3 ชั้น คือ ชั้นที่ 1 ศึกษาสภาพบริบททั่วไปของสถานศึกษา ชั้นที่ 2 ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสถานศึกษา ชั้นที่ 3. วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา กระบวนการที่ 2 วางแผนการประชาสัมพันธ์ มี 4 ชั้น คือ ชั้นที่ 4 กำหนดแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ปฏิทินการดำเนินงาน เป็นรายปี ชั้นที่ 5 กำหนดวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 6 กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 7 กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย วัสดุ อุปกรณ์ ชั้นที่ 8 ดำเนินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตามกำหนดเวลาในแผนปฏิบัติการ และกระบวนการที่ 3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษา มี 5 ชั้น คือ ชั้นที่ 9 จัดหาสื่อ วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 10 จัดเผยแพร่ ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ชั้นที่ 11 สร้างเครือข่ายการทำงาน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม ชั้นที่ 12 ติดตาม ดูแล ปรับปรุงแก้ไข ระหว่าง การดำเนินการเป็นระยะๆ 3) ประสิทธิภาพของ รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ พบว่า ในภาพรวมเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งถือว่าแต่ละด้านมีค่าอยู่ในระดับสูงนำไปใช้ได้ และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ จิรายุ คุณสีบพงษ์พันธ์ (2563) ที่ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี มีการดำเนินการดังนี้ (1) สร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ (2) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะ (3) ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) ติดตามและประเมินผล ส่วนแนวทางการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้าน ควรมีการวางแผน มีการจัดแผนก ประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมีการนำไปปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ และมีการควบคุมการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ 2) ผลการพัฒนาและทดลองใช้รูปแบบการบริหารด้านประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี ได้รูปแบบ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังนี้ (1) งานการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (2) กระบวนการบริหาร (3) ปัจจัยที่ส่งเสริม และ 3) ผลการประเมินการใช้รูปแบบการบริหาร



ด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัลด้านความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ พบว่า ในภาพรวมของแต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

2. รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 หลักการ หลักการในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 หลักการ คือ 1) การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน เป็นการดำเนินงานของโรงเรียน 2) หลักปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การต้อนรับ การรับรอง การทักทายปราศรัยของโรงเรียน ส่วนที่ 2 จุดมุ่งหมาย คือ ให้ผู้บริหาร ครู บุคลากรในสถานศึกษา ในสังกัดกรุงเทพมหานคร นำรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ส่วนที่ 3 วิธีดำเนินการ ประกอบด้วย 1) การแต่งตั้งคณะกรรมการที่รับผิดชอบ 2) ประชุมชี้แจงในทิศทางนโยบายและมาตรการการ 3) นำเสนอรูปแบบ 4) คณะกรรมการสถานศึกษาเห็นชอบ 5) ประชุมชี้แจงคณะกรรมการ และชุมชนเครือข่ายรับฟังความคิดเห็นและวางแผน 6) ร่วมสร้างการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามแผนงานที่กำหนดร่วมกัน 7) ตรวจสอบอย่างเป็นระบบ สุจริต โปร่งใส 8) ประเมินผล สรุปรายงานผลการดำเนินการในภาพรวม และเผยแพร่ให้แก่ทุกภาคส่วนต่อไป ส่วนที่ 4 ตัวแบบการดำเนินการ ประกอบด้วย การดำเนินการตามองค์ประกอบหลัก 6 ด้าน ได้แก่ 1) หลักบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย (1) ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน (2) ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ (3) ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ (4) ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ (5) ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (6) ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 2) การประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย (1) อามิสปฏิสัมพันธ์ เป็นการต้อนรับด้วยอามิส คือ การต้อนรับหรือรับรองบุคคลที่มาเยี่ยมเยือนด้วยสิ่งของ โดยโรงเรียนควรให้ความสำคัญสะดวกแก่ผู้ปกครอง หน่วยงาน ประชาชนที่มาติดต่ออย่างเหมาะสม และ (2) อัมมปฏิสัมพันธ์ เป็นการต้อนรับด้วยธรรม คือ การปราศรัยหรือการรับรองบุคคลที่มาหาสู่โดยให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยโรงเรียนควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนที่ถูกต้อง ชัดเจน ที่จะทำให้ผู้รับข่าวสารมีความรู้สึกที่ดีในการรับข้อมูลและไม่ปิดป้อง และไม่มีอคติ ส่วนที่ 5 การประเมินผล คือ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อการตัดสินใจ ส่วนที่ 6 เงื่อนไขความสำเร็จ คือ รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลสำเร็จ สอดคล้องกับการวิจัยของ เยาวภา บัวเวช (2550) ที่ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหาร ประกอบด้วย นโยบาย วัตถุประสงค์ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ การสร้างบรรยากาศการสื่อสารในองค์กร 2) ด้านระบบการบริหารในองค์กร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคลากรเข้าทำงาน ค่าตอบแทน การประสานงาน และงบประมาณ 3) ด้านบุคลากร ประกอบด้วย คุณลักษณะของบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา และความผูกพัน 4) ประเภทของสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรมพิเศษ สื่อเทคโนโลยี และสื่อเบ็ดเตล็ดภายในมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในขณะที่ระบบการบริหารองค์การไม่มีอิทธิพลต่อประเภทของสื่อต่างๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ Turk (2001) ได้ศึกษาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของการทำงานแบบร่วมมือ, รูปแบบการประชาสัมพันธ์, ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน รวมทั้งการแสดงบทบาทในการ



ประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัย และวิทยาลัยในอเมริกา ที่ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ หรือบทบาทในการประชาสัมพันธ์แบบใดที่เป็นรูปแบบและบทบาทที่สำคัญในสถาบันการศึกษาชั้นอุดมศึกษา แต่จะเป็นการผสมรวมของรูปแบบ และบทบาทเหล่านั้นมีความเป็นไปได้ว่าน่าจะขึ้นอยู่กับปัญหา และโอกาส มีความเป็นไปได้อย่างมากที่วิธีการทำงานแบบร่วมมือจะมีประโยชน์ในระดับปานกลางต่องานด้านการประชาสัมพันธ์ และต่อผู้ปฏิบัติงานเหล่านั้น และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ทรงวิทย์ แก้วศรี (2550) ที่ผลการวิจัยพบว่า พระพุทธเจ้าทรงประกาศพระพุทธศาสนา โดยการวิเคราะห์การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางการประกาศศาสนาของพระพุทธเจ้าโดยตีกรอบแนวความคิดเป็นจุดเดียว ทั้งนี้ทรงมี ยุทธศาสตร์ในการเผยแผ่ด้วยการกำหนดเป้าหมายในการประกาศพรหมจรรย์ด้วยมรรควิธี คือเส้นทางที่จะ อนุเคราะห์แก่ชาวโลก ที่ครอบคลุมพุทธบริษัทสี่ ด้วยพุทธวิธี ปากต่อปาก คนต่อคน กลุ่มต่อกลุ่ม เป็นปาก กระบอกเสียง อย่างกว้างขวาง โดยมีเครือข่าย คือ พระอรหันตสาวก อุบาสก อุบาสิกา บิดา มารดา ภรรยา เดิมของพระยสะพร้อมญาติพี่น้องตลอดจนคนในตระกูลของพระยสะได้ร่วมประกาศศาสนาด้วย พระองค์ทรง มีการกำหนดวิธีเผยแผ่พระศาสนาด้วยความรอบคอบอย่างยิ่ง โดยมีการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก ภายใน เพื่อหาช่องทาง โอกาส หลีกเลียงหรือแก้ไขปัญหายุ่งยาก ตรวจสอบจุดอ่อนจุดแข็ง มีการมองหาตัวบุคคล ที่เหมาะสมกับการเผยแผ่ก่อน โดยเริ่มจากพระอาจารย์กาลามโคตร และอุทกดาบส रामบุตร แต่เสียชีวิตไป ก่อน ทรงนึกถึงเบญจวัคคีย์ ซึ่งเคยอุปฐากพระองค์มาก่อนตรัสรู้ พระองค์ทรงแสดงหลักธรรมที่ลึกซึ้งแต่ไม่ ยากเกินไปตรงอภัยสัจของเบญจวัคคีย์ ทรงมีจุดมุ่งหมายหักล้างคำสอนเดิมของพวกพราหมณ์ ส่วนกรณีแสดง ธรรมกับชาวบ้านอื่นๆ ทรงแสดงธรรมง่าย ๆ เริ่มจากทาน ศีล สวรรค์ โทษของกามคุณ และอาณิสสการออก บวช เมื่อผู้ฟังมีใจชื่นชมบันเทิงใจแล้วก็จะแสดงสามกัณฑ์ธรรมเทศนา คืออริยสัจสี่ ซึ่งสูงยิ่งขึ้นไป

องค์ความรู้การวิจัย

องค์ความรู้จากการวิจัยเป็นรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของ โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เป็นการบริหารโรงเรียน ประกอบด้วย การบริหารงานด้าน วิชาการ ด้านบริหารบุคคล ด้านงบประมาณ และด้านทั่วไป ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นภาระงานที่สำคัญประการหนึ่ง เพราะการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ถือว่าเป็นหน้าเป็นตาของ โรงเรียน เปรียบเหมือนเครื่องประดับที่มีค่า ถ้าหากมีการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดีก็จะทำให้เป็นสนใจของ ประชาชนหรือผู้คนที่ทั่วไป ผู้วิจัยสรุปเป็น PPP Model อธิบายดังนี้

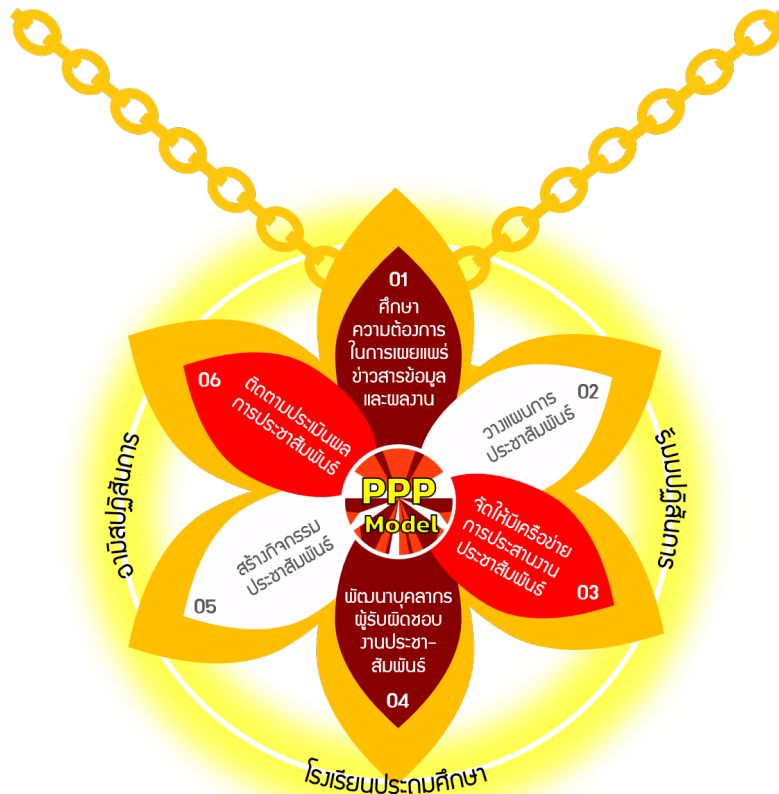
P (Public Relation Administration) การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน เป็นการ ดำเนินงานของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) ศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน (2) วางแผนการ ประชาสัมพันธ์ (3) จัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ (4) พัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ (5) สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (6) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์

P (PAṬISANTHĀRA DHAMMA) หลักปฏิสัมพันธ์ธรรม หมายถึง การต้อนรับ การรับรอง การ ทักทายปราศรัย ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร มี 2 ประการ ได้แก่ (1) อามิสปฏิสัมพันธ์ (การรับรองด้วยอามิส หรือสิ่งของต่างๆ) (2) ธัมมปฏิสัมพันธ์ (การรับรองด้วยธรรม หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ)

P (Primary School) โรงเรียน โดยการพัฒนาการบริหารงานด้านวิชาการ ด้านบริหารบุคคล ด้าน งบประมาณ และด้านทั่วไป โดยอาศัยงานประชาสัมพันธ์ตามหลักปฏิสัมพันธ์ธรรมของโรงเรียนประถมศึกษา



สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ควรเน้นการมีส่วนร่วมกันระหว่างโรงเรียน คือ ผู้บริหาร ครู กรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง นักเรียน ชุมชน ผู้วิจัยสรุปองค์ความรู้การวิจัยเป็น PPP Model ได้ดังในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านศึกษาความต้องการในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและผลงาน พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาจุดเด่นของโรงเรียนก่อนจะมีการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอก ดังนั้น โรงเรียนจะต้องศึกษาและสำรวจจุดเด่น ข้อได้เปรียบที่เป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสถาบันด้วย อันจะนำมาซึ่งขั้นตอนต่อไปในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1.2 ด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ มีการวางแผนเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ดังนั้น โรงเรียนควรมีแผนการเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน

1.3 ด้านจัดให้มีเครือข่ายการประสานงานประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ดังนั้น โรงเรียนควรเปิดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

1.4 ด้านพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ ส่งเสริมให้ครู หรือบุคลากรสามารถผลิตงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอยู่เสมอ ดังนั้น โรงเรียนควรสนับสนุน



ส่งเสริมให้ครู หรือบุคลากรในโรงเรียนร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานประชาสัมพันธ์ และยกย่องชมเชยเมื่อผลงานการประชาสัมพันธ์นั้นประสบความสำเร็จ

1.5 ด้านสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ มีการจัดมอบรางวัลให้แก่ผู้ทำคุณประโยชน์กับโรงเรียน หรือศิษย์เก่าดีเด่น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน ดังนั้น โรงเรียนควรจัดกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ที่ส่งเสริมให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียนอยู่เสมอ

1.6 ด้านติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ พบว่าข้อที่มีระดับน้อยที่สุดคือ มีการประเมินผลวิธีการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ เพื่อค้นหาวิธีการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น โรงเรียนควรจัดให้มีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ รับฟังความจากทุกภาคส่วน และนำมาปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอื่น มาประยุกต์ใช้การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เช่น อิทธิบาท 4 พรหมวิหาร 4 เป็นต้น

2.2 ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ในโรงเรียน หรือหน่วยงานต่อไป เพื่อจะได้พิจารณาผลสัมฤทธิ์ต่อการศึกษาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาของโรงเรียนต่อไป

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน เช่น การมีส่วนร่วม การพัฒนาการบริหาร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร สุพรรณ. (2561). รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตร์ดุฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

จิรายุ คุณสืบพงษ์พันธ์. (2563). รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชน จังหวัดชลบุรี. ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตร์ดุฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

ทรงวิทย์ แก้วศรี. (2550). การศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ของพระพุทธเจ้าในการประกาศพระพุทธศาสนา. ดุษฎีนิพนธ์พุทธศาสตร์ดุฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสฮาร์แอนด์ดี.

นพพงษ์ บุญจิตราดุล. (2540). การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต). (2556). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 25. กรุงเทพมหานคร: ผลิธัมม์.

ภัทริยา สุมะโน. (2542). สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์. ใน เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รุ่นที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สถาบันการประชาสัมพันธ์กรมประชาสัมพันธ์.

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



- เยาวภา บัวเวช. (2550). รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ. ดุษฎีนิพนธ์
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิจิตร อวาทกุล. (2541). การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- Turk, Esin C. (2001). Public Relation Practitioners in Higher Education: Dominant Coalition.
Public Relation Role. *Dissertation Abstracts International*. 61(9). 3400.