

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

Development of a Public Relations Model to Promote the Services of the
Teachers' Council of Thailand at the Khon Kaen Provincial Education Office

สยามพร สีนพานิช

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

Sayomporn Sinpanich

Khon Kaen Provincial Education Office

Corresponding Author, Email: Big_crazie@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 7 คน ส่วนการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาในทุกสังกัด ทุกระดับการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งสิ้น 380 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) และการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยสนับสนุน (2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ (3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ และ (4) ผลของการประชาสัมพันธ์

* ได้รับบทความ: 1 ตุลาคม 2568; แก้ไขบทความ: 10 ตุลาคม 2568; ตอรับตีพิมพ์: 2 ธันวาคม 2568

2. ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 4.39$) กระบวนการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.18$) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.04$) และปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.01$) ตามลำดับ ถือว่าเป็นแนวทางที่สามารถนำไปใช้จริงในบริบทสำนักงานศึกษาธิการระดับจังหวัดได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: โมเดลประชาสัมพันธ์; งานครูสภา; การวิจัยวิธีผสมผสาน

Abstract

The research entitled “Development of a Public Relations Model to Promote the Services of the Teachers’ Council of Thailand at the Khon Kaen Provincial Education Office” employed a mixed-methods approach, combining both quantitative and qualitative methodologies. The objectives were to develop an effective public relations model and to examine its appropriateness for promoting the services of the Teachers’ Council of Thailand at the provincial level. The expert panel for evaluating the draft model was selected through purposive sampling and comprised educational administrators and scholars with expertise in educational administration ($n = 7$). The participants for assessing the appropriateness of the model developed were teachers, educational personnel, and stakeholders involved in educational management across all affiliations and levels in Khon Kaen Province during the fiscal year 2024, totaling 380 individuals. Data analysis for model development employed content analysis, while the evaluation of appropriateness utilized descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The findings revealed that:

1. The effective public relations model consisted of four key components: (1) supporting factors, (2) scope of public relations, (3) public relations processes, and (4) outcomes of public relations.

2. The overall appropriateness of the public relations model for promoting the services of the Teachers’ Council at the Khon Kaen Provincial Education Office was rated

at a high level (mean = 4.25). When analyzed by dimension, the results indicated high levels in all aspects, ranked from highest to lowest as follows: outcomes of public relations (mean = 4.39), public relations processes (mean = 4.18), scope of public relations (mean = 4.04), and supporting factors (mean = 4.01). These findings suggest that the developed model is practical and suitably applicable in the context of provincial education offices

Keywords: Public Relations Model; Teachers' Council Services; Mixed Methods Research

บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารองค์กรโดยถูกกำหนดไว้ในพันธกิจหลัก องค์กรจำเป็นที่จะต้องให้ข้อมูลและเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ อันจะทำให้เกิดผลดีต่อองค์กรในระยะยาว ซึ่งหากไม่มีการแจ้งข้อมูลให้ทราบ ไม่มีการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องหรือดำเนินกิจการโดยไม่สนใจผู้คนในสังคม อาจส่งผลเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2551) หน่วยงานจึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่ โดยการจัดบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ด้วยเหตุนี้หน่วยงานยุคใหม่จึงเล็งเห็นความสำคัญของการนำเสนอบริการและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นที่รับรู้ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ รวมถึงการทำให้ตระหนักรู้ว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงานสมัยใหม่มีความแตกต่างจากหน่วยงานแบบเดิม โดยใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ มาช่วยพัฒนาการดำเนินงานบริการสารสนเทศและกิจกรรมของหน่วยงาน เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการกิจกรรมและการให้บริการ (ดรุณี ณ ลำปาง, 2555) การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการใช้บริการของหน่วยงาน จะต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การกำหนดเป้าหมาย การลงมือปฏิบัติ และการประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะช่วยให้สามารถพลิกวิกฤตเป็นโอกาสในสถานการณ์ของสังคมและเทคโนโลยีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

“คุรุสภา” เป็นองค์กรในฐานะสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา ตามพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 โดยมีวัตถุประสงค์ 1) กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ ออกและเพิกถอนใบอนุญาต กำกับ ดูแลการปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพรวมทั้งการพัฒนาวิชาชีพ 2) กำหนดนโยบายและแผนพัฒนาวิชาชีพ และ 3) ประสานส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพคุรุสภา และได้ดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ ซึ่งสำนักงานเลขาธิการคุรุสภาเป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน มีแผนพัฒนาวิชาชีพคุรุและบุคลากรทางการศึกษา

ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 และแผนยุทธศาสตร์ครุสภา เพื่อเป็นกรอบทิศทางในการดำเนินงาน ประกอบด้วย พันธกิจ 4 ด้าน ดังนี้ 1) พัฒนามาตรฐานวิชาชีพ และกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพ 2) พัฒนาวิชาชีพ และส่งเสริมครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาชีพ 3) ประสานส่งเสริม การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ และ 4) พัฒนาระบบบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาจึงเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวิชาชีพทางการศึกษา ซึ่งได้มีการส่งเสริมผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาให้มีประสิทธิภาพในการพัฒนาผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็นที่ประจักษ์ ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาได้มีโครงการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการพัฒนาวิชาชีพ และผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาโดยผ่านกระบวนการตามแผนงาน/โครงการ และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ของหน่วยงานเป็นตัวชี้วัด จากภารกิจที่สำคัญดังกล่าวสำนักงานเลขาธิการคุรุสภาและหน่วยงานในสังกัดต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งการปฏิบัติงาน การให้บริการ การแจ้งวิธีการปฏิบัติงาน และอื่น ๆ ให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา และสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา ได้มีการจัดทำ Mobile Application เพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือโครงการความร่วมมือจัดทำเครื่องมือเพื่อการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้กับครูและบุคลากรทางการศึกษา ผ่านรูปแบบ Mobile Application กับบริษัท วี บิลด์ แอนด์ โอเพอเรต จำกัด ทั้งนี้ คุรุสภาได้ดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของคุรุสภา ในฐานะสภาครูและบุคลากรทางการศึกษามีความตระหนัก และพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งพัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยในยุคดิจิทัล และหลากหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา และผู้ประสงค์จะประกอบวิชาชีพ ซึ่งเป็นสมาชิกคุรุสภามากกว่าเก้าแสนรายที่อยู่ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งการศึกษาของ อนิรุต ไสสอาด (2563) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของจุดบริการงานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภูเก็ต โดยมีกรอบในการศึกษา 5 ด้าน คือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรม 2) ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นของการบริการ และ 5) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ โดยผลการศึกษาเมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า การมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการตามที่คุรุสภาประชาสัมพันธ์ไว้ รวมถึงจากการประชุมวิชาการมีการสัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องของโรงเรียนในสังกัดหน่วยงานทางการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น พบว่า ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาทุกสังกัดทั้งจังหวัด โดยในปี พ.ศ. 2565 มีผู้ส่งผลงานเข้ารับการคัดเลือกผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาเพื่อรับรางวัลคุรุสภา จำนวน 249 คน ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวน 199 คน และในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวน 207 คน รวม 3 ปี มีผู้ส่งผลงานเข้ารับการคัดเลือกผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาเพื่อรับรางวัลคุรุสภาทั้งหมด จำนวน 655 คน

ซึ่งจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 19,720 คน (สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น, 2567) ซึ่งเมื่อเทียบเป็นร้อยละจำนวนผู้ส่งผลเข้ารับการคัดเลือกคิดเป็นร้อยละ 3.32 ซึ่งเป็นสัดส่วนจำนวนที่น้อยมาก ซึ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานดังกล่าวภายในพื้นที่จังหวัดอาจเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ส่งผลงานเข้ารับการคัดเลือกด้วย

จากข้อมูลและเหตุผลความจำเป็นที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน รวมถึงการให้บริการแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพทางการศึกษา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยผู้ศึกษากำหนดองค์ประกอบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพทางการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลต่อเป้าหมายของการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล
2. เพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล ได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการพิจารณารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 7 คน

การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาในทุกสังกัด ทุกระดับการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จำนวน 31,725 คน (ข้อมูลสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น ประจำปี พ.ศ. 2567 จำนวนทั้งสิ้น 380 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (1970) จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) (อ้างถึงใน วาโรเพ็งสวัสดิ์, 2551) โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) แบ่งตามสถานภาพของตำแหน่งในกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

2.1 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ เป็นแบบสอบถามชนิดเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น พร้อมกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ที่ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามรูปแบบที่ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาขึ้น โดยตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเป็นชนิดตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 สอบถามตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) และแบบสอบถามนี้ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ในข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง อยู่ระหว่าง 0.712-0.979 และ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Crobach's Alpha) เท่ากับ 0.995

3. การรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการสร้างร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการบริหารการศึกษาและการวิจัยทางการศึกษา จำนวน 7 คน โดยการกำหนดคำถามที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ทำการบันทึกและถอดความ (transcription) การตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้ให้ข้อมูล (member checking)

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยจัดส่งหนังสือราชการของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจาก

กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ และดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ที่ <https://forms.gle/F5Uf6oo7stJWAj3i7> ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2568 กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน ได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล โดยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาใน 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

4.1.1 เตรียมข้อมูล (preparation) โดยมีการแยกส่วนของข้อมูลตามประเด็นการศึกษาอย่างชัดเจนตามองค์ประกอบที่ต้องการศึกษา

4.1.2 การเข้ารหัส (coding) โดยการกำหนดเค้าโครงเพื่อการจำแนกค่าและเนื้อหาสาระของข้อมูลในการสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.1.3 การจัดหมวดหมู่ (categorization) โดยใช้ข้อมูลผลจากการศึกษาในระยะที่ 1 มากำหนดการสอบถามแนวทางการพัฒนาทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ได้แก่ 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 2) ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ 4) ผลของการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งพิจารณาบริบทแวดล้อม (context) ของเนื้อหาเพื่อเพิ่มความถูกต้อง โดยไม่ได้เลือกใช้เฉพาะคำสำคัญหรือวลีสั้น ๆ เท่านั้น

4.1.4 การสังเคราะห์เป็นประเด็น (themes) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนับความถี่ของเนื้อหา แล้วสรุปบรรยายเพื่อค้นหาแนวทาง แนวโน้ม หรือแก่นเรื่องที่ปรากฏซ้ำ ๆ ในข้อมูลให้ผู้ทรงคุณวุฒิให้สัมภาษณ์ในประเด็นนั้น ๆ

4.2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) เพื่อจัดกลุ่มและสรุปการพัฒนารูปแบบที่สำคัญสอดคล้องกับองค์ประกอบ

ผลการวิจัย

1. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล

สร้างร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับองค์ประกอบในร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยพิจารณาโดยใช้เกณฑ์เห็นด้วยร้อยละ 80 ขึ้นไป สรุปได้ ดังนี้

- 1) ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคน เห็นด้วย (ร้อยละรวม 100)
- 2) ขอบข่ายงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคน เห็นด้วย (ร้อยละรวม 100)
- 3) กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคน เห็นด้วย (ร้อยละรวม 67.27) มีความเหมาะสม จำนวน 18 ข้อ และไม่มีความเหมาะสม 37 ข้อ โดยให้มีการปรับปรุงข้อความก่อนเก็บข้อมูล

4) ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนเห็นด้วย (ร้อยละรวม 100) ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับองค์ประกอบในร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น และมีข้อเสนอแนะการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด ตอนที่ 3 ดังต่อไปนี้

1. ด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ให้ตัดออกชั้นย่อยของ ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูล และรับฟังความคิดเห็น ขั้นที่ 2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 3 การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร) และขั้นที่ 4 การประเมินผล โดยปรับให้อยู่ในองค์ประกอบย่อย เหมือนกับด้านอื่น ๆ ที่ทำเป็นแบบสอบถาม เพื่อให้มีรูปแบบของแบบสอบถามที่เหมือนกัน

2. ปรับข้อความที่เหมือนกันและสามารถปรับให้อยู่ในข้อเดียวกัน
3. ควรมีการเน้นความทันสมัยในการใช้โซเชียลมีเดีย
4. บางครั้งการประชาสัมพันธ์ใน facebook มันไม่แจ้งเตือน ส่วนเว็บหลักนาน ๆ ที่จะเข้าไปน่าจะมีช่องทางอื่นที่ แจ้งเตือนได้ตลอด อย่างเช่นไลน์ ที่สร้างเว็บหลักแล้ว ให้คนมาติดตามคล้ายแชทข่าว line ที่แจ้งแบบ real-time

5. Line เป็นสื่อ Social media ที่เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ในองค์กร แต่หากต้องการประชาสัมพันธ์ สู่ภายนอกควรมีการสร้างรูปแบบที่ดึงดูดแล้วมีความน่าสนใจ และใช้หลายสื่อควบคู่กัน โดยจำเป็นต้องส่งออกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

2. ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยแสดงข้อมูลดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

คุณภาพการให้บริการ	ค่าสถิติ (n = 380)		ระดับความเหมาะสม
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	
ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์	4.01	0.66	มาก
ขอข่ายการประชาสัมพันธ์	4.04	0.77	มาก
กระบวนการประชาสัมพันธ์	4.22	0.72	มาก
ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล	4.39	0.65	มาก
โดยภาพรวม	4.25	0.71	มาก

จากตารางที่ 1 ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ($\bar{x} = 4.39$) กระบวนการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.18$) ขอข่ายการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.04$) และปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.01$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิผล โดยผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ขอข่ายการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ และผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ซึ่งการศึกษาการประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ พบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการและสาธารณชนนั้น องค์กรควรมีการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ซึ่งหมายถึง ลักษณะเฉพาะขององค์กรหรือตัวตนที่เป็นคุณลักษณะพิเศษที่ทำให้แตกต่างจากองค์กรอื่น หากต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ อัตลักษณ์ขององค์กรจึงต้องมีการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสิ่งเหล่านี้

1) การแสดงออกและการปฏิบัติตัว ได้แก่ การแสดงออกและการปฏิบัติตัวของเจ้าหน้าที่ระดับต่าง ๆ

การใช้ชีวิต การมีปฏิสัมพันธ์ การแสดงความคิดเห็นที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและสอดคล้องกับองค์กร
2) การสื่อสารด้วยข้อความและคำพูด เช่น การสื่อสารแนวคิดหลักขององค์กรผ่านข้อความหรือคำพูด
รวมทั้งการพูดคุยให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องขององค์กร การเล่าเรื่อง (Narrative) เกี่ยวกับตัวองค์กร
3) การใช้สิ่งต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ ภาพ สี แบบของตัวอักษรและการพิมพ์ขององค์กร
(ไพโรจน์ วิไลสุข, 2557) โดยมีองค์ประกอบหลักของการประชาสัมพันธ์องค์กรที่ให้ประสิทธิผลประกอบด้วย ปัจจัยสนับสนุน (เช่น ปรัชญาการจัดการ, การสื่อสารสองทาง) ขอบข่าย (เนื้อหาที่น่าเชื่อถือ, ชัดเจน, สม่าเสมอ) กระบวนการ (การวิจัย, การวางแผน, การปฏิบัติ, การประเมินผล) และ ผลลัพธ์ (ความเข้าใจ, ภาพลักษณ์ที่ดี, ความสัมพันธ์ที่มั่นคง).

1. ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ปรัชญาสังคมแห่งการจัดการ (Social Philosophy of Management) ซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ดีย่อมมาจากวิสัยทัศน์และปรัชญาองค์กรที่สนับสนุนการสื่อสารสองทางและความรับผิดชอบต่อสังคม การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นหัวใจสำคัญคือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างต่อเนื่องระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

2. ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารต้องมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) เนื้อหาและช่องทางต้องเหมาะสมกับสถานการณ์และผู้รับ ซึ่งเนื้อหาสาระ (Content) คือ ข้อมูลที่สื่อสารต้องมีสาระที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ มีความชัดเจน (Clarity) การสื่อสารต้องเข้าใจง่าย ความต่อเนื่องและสม่าเสมอ (Continuity and Consistency) การสื่อสารต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและมีทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยมีช่องทาง (Channels) คือ การเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงขีดความสามารถของผู้รับ (Capability of Audience) โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถและภูมิหลังของผู้รับสารด้วย

3. กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล โดยใช้การวิจัย (Research) ซึ่งจะทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันและกลุ่มเป้าหมาย การวางแผน (Planning) โดยการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และกิจกรรม ใช้การปฏิบัติ (Action/Implementation) ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามแผนที่วางไว้ แล้วดำเนินการประเมินผล (Evaluation) เพื่อตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นว่าตรงตามเป้าหมายหรือไม่ และนำไปปรับปรุง

4. ผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล โดยการสร้างความเข้าใจและความตระหนักให้กับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจในสิ่งที่องค์กรต้องการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร โดยพฤติกรรมต้องการให้กลุ่มเป้าหมายมีการกระทำที่สอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรคาดหวัง เช่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความสัมพันธ์ที่ดีและมั่นคงกับกลุ่มเป้าหมาย (5wpr, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับ ธนาภรณ์ เก้าสำราญ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนและผู้ปกครอง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการดำเนินการในระดับปานกลางทุกด้าน 2) เปรียบเทียบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนและผู้ปกครอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ด้านการจัดองค์การการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัญหาที่พบ ได้แก่ นโยบายการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีการดำเนินงานเป็นแบบราชการ ยังไม่มีภาพของความทันสมัย ทำตามกรอบหน้าที่และขาดความเป็นเอกภาพ และข้อเสนอแนะคือโรงเรียนควรมีการสร้างพันธมิตรและเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน และสอดคล้องกับ สุวิทย์ หอมสมบัติ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล และผลการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา

2. ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภา ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัยความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น พบว่า ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น มีความเหมาะสมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล กระบวนการประชาสัมพันธ์ ขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิสาข์ เหล่าเกิด (2551) ได้ศึกษาการนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) การรวบรวมข้อมูล 2) การวางแผน 3) การติดต่อสื่อสาร 4) การประเมินผล อีกทั้ง นิตยา วิเศษรัตน์กุล ได้ศึกษาวิจัยแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชน

อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการยอมรับ เชื่อถือ ศรัทธา และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน การศึกษาปัญหา อุปสรรค ความต้องการ และสภาพการประชาสัมพันธ์ รวมถึงภาพลักษณ์ในปัจจุบันของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านโป่ง และการวิเคราะห์ผลที่ได้เพื่อนำมาวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ (นิตยา วิเศษภูริตันกุล, 2560) ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพโดยการนำเอาการวางแผนกลยุทธ์และการดำเนินงานอย่างมีระบบเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีรวมถึงการกำหนดขอบเขตของการปฏิบัติงานโดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน การวางแผนการกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม การวางแผนโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (ภายใน – ภายนอก) การวางแผนโดยกำหนดจากระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ (แผนระยะสั้น-แผนระยะยาว) การวางแผนกำหนดงบประมาณ รวมทั้งการวางแผนผู้รับผิดชอบปฏิบัติกิจกรรมนั้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น นำเสนอรูปแบบกิจกรรมสิ่งใหม่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม เป็นกรอบการดำเนินงานกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินการสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนสำคัญต่อการส่งสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในวงกว้าง และเกิดประสิทธิภาพ การสื่อสารสังคมออนไลน์สร้างสรรค์ ส่งเสริมทัศนคติและเจตคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร สร้างแรงจูงใจและการโน้มน้าวที่จะส่งผลต่อการยอมรับและสนับสนุนกิจกรรมและความร่วมมือขององค์กร ผู้ส่งสาร องค์กรหรือนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องการสื่อความหมายในการสื่อสาร สาร ข้อมูลหรือสิ่งที่ต้องการส่งไปยังผู้รับจะต้องมีความถูกต้องชัดเจนและทันต่อเหตุการณ์ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีร่วมสมัยหรือสื่อสมัยใหม่ (Social media) รวมทั้งมีความพร้อมในการผลิตสื่อมาประยุกต์ใช้ร่วมกับงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ในส่วนการรับรู้ส่วนบุคคลด้านผู้รับสารปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ การเข้าถึง ความรู้ ความเข้าใจในการรับเทคโนโลยี โดยวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) การเข้าถึง (Reach) เป็นการที่นักประชาสัมพันธ์ต้องหาช่องทางในการใช้สื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของสื่อระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอสื่อ ตลอดจนข้อดี ข้อจำกัดในการใช้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ 2) ความถี่ (Frequency) เป็นการเลือกใช้ความถี่เหมาะสม โดยกำหนดระยะเวลาในการเผยแพร่สื่อ สื่อบางประเภทต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับสื่อทุกวัน สื่อบางประเภทอาจใช้เพื่อการย้ำเตือนไม่ให้ผู้รับเกิดความเบื่อหน่าย 3) ผลกระทบของการสื่อสาร (Impact) หรือผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสาร โดยนักประชาสัมพันธ์ควรมีการประเมินความสำเร็จในการใช้สื่อว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ มีข้อเสนอแนะหรือข้อปรับปรุงใด ๆ เพื่อนำมาใช้ในการนำเสนอครั้งต่อไป 4) ความต่อเนื่อง (Continuity) เป็นการกำหนดระยะเวลาในการใช้สื่อต่าง ๆ ที่พอเหมาะและเพียงพอที่จะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสาร หรือการตอบ

สนองที่มีต่อพฤติกรรมการรับรู้จากการรับสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการประเมินผล – การติดตาม เพื่อตรวจสอบความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อภาพลักษณ์ รวมไปถึงการประเมินกระบวนการและผลลัพธ์ การประเมินกลุ่มเป้าหมาย (ภายใน-ภายนอก) การประเมินช่องทางการสื่อสาร การประเมินการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย การประเมินตัวชี้วัดของกิจกรรม เพื่อเป็นการวัดผลและติดตามผลการดำเนินการว่าได้ผลอย่างไร สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย การวางแผนกิจกรรมที่กำหนดไว้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือไม่ งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมเหมาะสมและเพียงพอหรือไม่ เพื่อนำผลตอบกลับทั้งหมดนี้ไปพัฒนาต่อยอด หรือแก้ไขปรับปรุงในการดำเนินกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไปให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่พัฒนาขึ้นไปนี้ ไปใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อศึกษาผลที่เกิดขึ้น

1.2 ควรมีการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับรูปแบบหรือกิจกรรมในการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างชัดเจนและเกิดประโยชน์สูงสุด

1.3 ควรมีการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์ โอกาส ปัญหาและอุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงทดลองโดยนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับหน่วยงานอื่น และศึกษาผลที่เกิดขึ้น

2.3 ควรทำการวิจัยเชิงประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของงานครูสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่นที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น เพื่อจะนำข้อค้นพบที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงรูปแบบต่อไป

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

เอกสารอ้างอิง

- ดร.ณิ ญ ลำปาง. (2555). การสำรวจความต้องการของสังคมภาคเหนือต่อการเปิดหลักสูตรบรรณารักษศาสตร์มหาบัณฑิต. (รายงานการวิจัย). คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาภรณ์ แก้วสำราญ. (2557). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตราชภัฏวชิรบูรณะ กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- นิตยา วิเศษรัตน์กุล. (2560). แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ไพโรจน์ วิไลนุช. (2557). การบริหารการสื่อสารขององค์กร: การสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2551). คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการเลือกรับเข้าทำงานขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 1(2), 69–80.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). วิจัยวิทยการวิจัย. สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น. (2567). ข้อมูลพื้นฐานการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น.
- สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. (2554). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพระบบการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.
- สุวิทย์ หอมสมบัติ. (2565). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุวิสาข์ เหล่าเกิด. (2551). การนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับงานประชาสัมพันธ์. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อนิรุต ไสสอาด. (2563). การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของจุดบริการงานคุรุสภาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภูเก็ต. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภูเก็ต.
- 5W Public Relations. (2025). What is public relations? <https://www.5wpr.com/new/what-is-public-relations-and-why-it-important>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.