

วิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาและแนวทางแก้ไขการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ในโรงเรียน

Analyzing the factors of Problems and Recommendations in Public Relations Administration of Schools

ดร.จินดา ศรีญาณลักษณ์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาและแนวทางแก้ไขการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED.6208 ประจำภาคฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 จำนวน 46 คน ของมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น โดยการสุ่มแบบแบ่งหลายขั้นตอน (Satisfied Random Sampling) และแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth-interview questions) วิเคราะห์ข้อมูลโดย การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิธีการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) แบบใช้ทฤษฎี และวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบ (Constant Comparison)

ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบของปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดปัญหา ประกอบด้วย 6 กิจกรรม การวางแผน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 6 กิจกรรม และการประเมินผล 4 กิจกรรม
2. องค์ประกอบของแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดปัญหา ประกอบด้วย 3 กิจกรรม การวางแผน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 3 กิจกรรม และการประเมินผล 3 กิจกรรม

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์/ การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน/ แนวทางแก้ไขการบริหารงาน
ประชาสัมพันธ์โรงเรียน

Abstract

The purposes of this study were to investigate problems and to make recommendations about public relations administration of schools. The sample consisted of 46 students who were undertaking a course in Public Relations and School Community Relations Management at Western University. The sample was selected using both stratified random sampling and purposive sampling. The instrument used to collect data were in-depth interview questions. Also, memos and documents were analyzed using the content analysis method with typological analysis, based on Y's theory, and constant comparison analysis.

*อาจารย์ประจำสาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น จังหวัดกาญจนบุรี

The findings of this research were as follows:

1. A total of six activities were given by the students as factors defining public relations problems; four activities were mentioned for planning and programming; six activities were raised for taking action and communication; and four activities were suggested for evaluating the program.
2. The factors involved in the recommendations for public relations administration of schools consisted of defining public relations problems (three activities); planning and programming (four activities); taking action and communication (three activities); and evaluating the program (three activities).

Keywords : Public relations/ Public relations administration of schools/ Recommendations for public relations administration of schools

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลกระทบต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบันทุกระดับทุกประเภทต้องเพิ่มการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอและเร่งรีบเพื่อให้ทันกับเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทางสังคม จึงส่งผลกระทบต่อการทำงานหรือการบริหารงานขององค์กร หน่วยงาน และสถาบันทุกระดับทุกประเภทเกี่ยวกับ โครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงานต่าง ๆ ตลอดจนผลิตผลขององค์กร หน่วยงาน และสถาบันทุกระดับทุกประเภทยิ่งกลายเป็นองค์กรที่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทำให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาท หน้าที่เพิ่มมากขึ้นจนเป็นศาสตร์อีกสาขาหนึ่งที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อการบริหารงานและการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร ดังที่ วิรัช ลภีรัตนกุล (2553, หน้า 2) ได้กล่าวว่า งานการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานที่ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงานหรือองค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งความคิดเห็นของประชาชนหรือประชาคมที่ย่อมมีความสำคัญที่อาจจะก่อให้เกิดผลดีผลเสียแก่องค์กรสถาบันได้เสมอ

โรงเรียนเป็นสถาบันการศึกษาที่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนทำให้โรงเรียนมีบทบาทสำคัญ ดังที่ สุรศักดิ์ ปาเฮ (2555, หน้า 4) กล่าวว่า โรงเรียนเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญยิ่ง และมีบทบาทในการสร้างสรรค์สังคมด้านการจัดการศึกษาและการเรียนรู้ จึงต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนด้วยเหตุผลว่า ในสังคมประชาธิปไตย รัฐมีข้อผูกพันที่จะต้องแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินงานให้ประชาชนรับทราบ ซึ่งโรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของรัฐ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้กระทำลงไปให้ประชาชนได้ทราบกิจกรรมดังกล่าวจะสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจความเข้าใจ ความมั่นใจ และความร่วมมือร่วมแรงของประชาชน ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาหรือผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่นักเรียนได้รับนั้นต้องเกิดจากความช่วยเหลือ ร่วมมือระหว่างสังคมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของนักเรียน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดีย่อมทำให้ประชาชน และชุมชนได้รับข่าวสารซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะแก้ปัญหาจากอิทธิพลต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2)

พ.ศ. 2545 และ(ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ได้กำหนดให้มีการจัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษา โดยมีการบริหารงานแบบกระจายอำนาจให้กับสถานศึกษา เพื่อให้สถานศึกษามีความคล่องตัว มีอิสระในการบริหารจัดการตามหลักการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School Based Management: SBM) (น้ำหวาน พรหมณี, 2551, หน้า 1-2) จากสภาพดังกล่าวทำให้เห็นว่าโรงเรียนกลายเป็นสถาบันการศึกษาที่มีกระบวนการบริหารงานที่สลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นจึงทำให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทมากยิ่งขึ้นในด้านการให้ความรู้ เพื่อให้เกิดผลดีกับองค์กรจะต้องมีการสื่อสารที่ดีหรือการประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก จากการศึกษาผลงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า โรงเรียนส่วนใหญ่มีปัญหาโดยรวมในด้านการกำหนดปัญหา การวางแผน การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร และการประเมินผล ซึ่งเป็นปัญหามาจากข้อมูลในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนไปไม่ถึงชุมชนต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกับโรงเรียน ขาดการสื่อสารและการติดตามอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คัทลิปเซ็นเตอร์ และบรูม (Cutlip, Center & Broom, 2006, p. 200) ได้กล่าวถึงกระบวนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า มี 4 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดปัญหาของการประชาสัมพันธ์ (Defining Public Relation Problems) เป็นจุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ โดยการรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงที่มีอยู่เพื่อเป็นการเรียนรู้สถานภาพของหน่วยงานนั้น ๆ ว่าสมควรจะทำการประชาสัมพันธ์อย่างไร 2) การวางแผน (Planning and Programming) เป็นกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ วางแผนการตัดสินใจ ในการดำเนินงานอย่างมีระบบเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ 3) การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร (Taking Action and Communication) เป็นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนงานและขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ชูใจและให้ความบันเทิง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยหลักการสื่อสาร สร้างความน่าเชื่อถือในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของโรงเรียน และ 4) การประเมินผล (Evaluating the Program) เป็นการใช่วิธีการอย่างมีระบบในการหาคำตอบว่า การดำเนินงานตามแผนของโครงการต่าง ๆ ได้รับประโยชน์หรือบรรลุผลตามที่ไดวางไว้หรือไม่เพียงใด เพื่อนำคำตอบดังกล่าวมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขให้เกิดประโยชน์ บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนต่อไป

ปัจจุบันโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาและกระทรวงมหาดไทย เป็นสถาบันการศึกษาที่ภารกิจเกี่ยวกับงานวิชาการ งานกิจการนักเรียน งานบุคคล และงานบริหารทั่วไป ซึ่งแต่ละงานมีความสำคัญมาก ประกอบกับโรงเรียนใช้รูปแบบการบริหารงานของโรงเรียนโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School-Based Management: SBM) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จจากหลักการ วิธีการและกลยุทธ์ในการทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีลักษณะการบริหารงานแบบการกระจายอำนาจการจัดการศึกษาจากส่วนกลางไปยังสถานศึกษาโดยตรง สถานศึกษามีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ มีอิสระและความคล่องตัวในการตัดสินใจ โดยมีคณะกรรมการสถานศึกษามีส่วนร่วมในการบริหารงาน ด้วยลักษณะการบริหารงานที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เห็นได้ว่าเป็นการเพิ่มให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีบทบาทมากยิ่งขึ้น ซึ่งงานการประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งที่มีความสำคัญและเป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นโรงเรียนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งรวมทั้งการจัดการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรบุคคล เครื่องมือและอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ และการเงิน สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จากภารกิจของโรงเรียนและกระบวนการบริหารงานของโรงเรียนจึงทำให้โรงเรียนจะต้องมีการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทราบว่าที่ผ่านมาโรงเรียนต่าง ๆ มีปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างไรบ้าง ตามแนวคิดของ คัทลิปเซ็นเตอร์ และบรูม (Cutlip, Center & Broom, 2006, p. 200) และเมื่อมีปัญหาแล้วจะหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้อย่างไร จึงจะทำให้โรงเรียนมีการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้สอนวิชา ED.6208 การบริหารการประชาสัมพันธ์และความสัมพันธ์ชุมชน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาทางงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

คำถามในการวิจัย

1. องค์ประกอบของปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนตามความคิดเห็นของนิสิตที่เรียนระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED.6208 ภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 ประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง

1. องค์ประกอบของแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนตามความคิดเห็นของนิสิตที่เรียนระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED.6208 ภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 ประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนตามความคิดเห็นของครูผู้สอนที่เรียนระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED 6208 ภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559

2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนตามความคิดเห็นของครูผู้สอนที่เรียนระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED 6208 ภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะได้ทราบองค์ประกอบของปัญหาและแนวทางแก้ไขการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สถาบันการศึกษาโดยทั่วไป สามารถนำแนวทางการแก้ไขการบริหารการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนไปประยุกต์ใช้กับการบริหารงานการประชาสัมพันธ์ของสถาบันศึกษานั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี และตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ก็สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาหน่วยงานนั้น ๆ ได้เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ คัทลิปเซ็นเตอร์ และบรูม (Cutlip, Center & Broom, 2006, p. 200) เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัญหาและแนวทางแก้ไขการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 กำหนดปัญหาของการประชาสัมพันธ์ (Defining Public Relation Problems)
- 1.2 การวางแผน (Planning and Programming)
- 1.3 การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร (Taking Action and Communication)
- 1.4 การประเมินผล (Evaluating the Program)

2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนของโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงมหาดไทย ทั่วประเทศไทยที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น จังหวัดกาญจนบุรี ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED 6208 ประจำภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 จำนวน 25 ศูนย์ รวมนิสิตทั้งหมดจำนวน 415 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงมหาดไทย ทั่วประเทศไทย จำนวน 25 ศูนย์ ที่เข้าศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น จังหวัดกาญจนบุรี ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED 6208 ประจำภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 โดยการสุ่มแบบแบ่งหลายขั้นตอน (Satisfied Random Sampling) และแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 46 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยกำหนดให้นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ED 6208 ประจำภาคฤดูร้อน ปีการศึกษา 2559 ตอบแบบสอบถามปลายเปิดแยกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่เป็นปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในการบริหารงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่นิสิตปฏิบัติงานเป็นผู้ให้ข้อมูล จำนวน 46 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิธีการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) และการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบเหตุการณ์ (Constant Comparison) แบบใช้ทฤษฎีคัทลิปเซ็นเตอร์ และบรูม (Cutlip, Center & Broom, 2006, p. 200) เป็นกรอบการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน 1) กำหนดปัญหาของการประชาสัมพันธ์ 2) การวางแผน 3) การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร 4) การประเมินผล โดยจำแนกชนิดของข้อมูล 6 ประเภท ได้แก่ 1) การกระทำ (Acts) 2) กิจกรรม (Activities) 3) ความหมาย (Meaning) 4) ความสัมพันธ์ (Relationship) 5) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) และสภาพหรือสถานการณ์ (Setting) (กิริยา สังข์ทองวิเศษ, 2560, หน้า 5-6)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ปัญหาในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน จำแนกชนิดของข้อมูล 6 ประเภท ได้แก่ 1) การกระทำ (Acts) 2) กิจกรรม (Activities) 3) ความหมาย (Meaning) 4) ความสัมพันธ์ (Relationship) 5) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) และสภาพหรือสถานการณ์ (Setting) ดังนี้

1.1 ด้านการกำหนดปัญหาของการประชาสัมพันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริหารให้ความสำคัญการศึกษาข้อมูลที่เป็นปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนน้อยมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์มีน้อย ไม่เป็นระบบ ความชัดเจนในการกำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ การใช้ความรู้หรือประสบการณ์ของบุคลากรในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อ กำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์มีน้อย ขาดการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นของปัญหาการประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายต่าง ๆ

1.2 ด้านการวางแผน ความชัดเจนของการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มีน้อย ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่ปรากฏแผนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดการกำหนดรายละเอียดของกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์

1.3 ด้านการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ขาดบุคลากรปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ โรงเรียน ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนขาดมาตรฐาน จรรยาบรรณ มาตรการกำกับดูแลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีน้อย ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามแผน ผู้บริหารโรงเรียนไม่ได้เฝ้าติดตามระหว่างการทำงานและการติดต่อสื่อสารของการประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพน้อย เช่น การกระจายเสียง หอกระจายข่าวเสียงตามสาย ต้องจัดทำจุลสาร ใบแจ้งข่าว ใบปลิว เพื่อเป็นการสื่อสารในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำตลอดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น

1.4 ด้านการประเมินผล ผู้บริหารโรงเรียนควรกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ กำหนดวิธีการประเมินการปฏิบัติงาน ผลงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ควรรวบรวมผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นประจำทุกปี และต้องจัดให้มีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2. แนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน แบ่งเป็น 4 ด้านโดย จำแนกชนิดของข้อมูล 6 ประเภท ได้แก่ 1) การกระทำ (Acts) 2) กิจกรรม (Activities) 3) ความหมาย (Meaning) 4) ความสัมพันธ์ (Relationship) 5) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) และสภาพหรือสถานการณ์ (Setting) ดังนี้

2.1 ด้านการกำหนดปัญหา ควรกำหนดแนวทางแก้ปัญหการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยผู้บริหารโรงเรียนต้องกำหนดให้จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่มีการกำหนดภาระหน้าที่ของงานอย่างชัดเจน เพื่อปฏิบัติงานศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ จัดทำเอกสารกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่หลากหลาย

2.2 ด้านการวางแผน ผู้บริหารโรงเรียนต้องจัดตั้งคณะกรรมการกำหนดเป้าหมายการประชาสัมพันธ์โรงเรียน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน จัดทำแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินการปฏิบัติทั้งระยะสั้นและระยะยาว เป็นเอกสารแจกให้ผู้บริหาร คณะกรรมการสถานศึกษาและบุคลากรทุกคนในโรงเรียนให้รับทราบอย่างทั่วถึงกัน

2.3 ด้านการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหารโรงเรียนต้องดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการที่มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์รับผิดชอบการดำเนินงาน ต้องกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างชัดเจน และเพิ่มงบประมาณในการจัดหาสื่อที่มีคุณภาพมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ที่มีคุณภาพมาใช้ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.4 ด้านการประเมินผล ผู้บริหารโรงเรียนควรแต่งตั้งคณะกรรมการด้านการประเมินการประชาสัมพันธ์โรงเรียน กำหนดเกณฑ์การประเมินให้ชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน ต้องให้ผู้ที่ปฏิบัติงานและเกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ในการประเมินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. องค์ประกอบของปัญหาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดปัญหา ประกอบด้วย 6 กิจกรรม การวางแผน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 6 กิจกรรม และการประเมินผล 4 กิจกรรม
2. องค์ประกอบของแนวทางแก้ไขปัญหาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดปัญหา ประกอบด้วย 3 กิจกรรม การวางแผน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 3 กิจกรรม และการประเมินผล 3 กิจกรรม

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบของปัญหาการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้
 - 1.1 กำหนดปัญหา ประกอบด้วย 6 กิจกรรม ได้แก่ ผู้บริหารให้ความสำคัญการศึกษาข้อมูลที่เป็นปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียนน้อยมาก การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์มีน้อย ไม่เป็นระบบ ความชัดเจนในการกำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ การใช้ความรู้หรือ ประสบการณ์ของบุคลากรในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อ กำหนดปัญหาการประชาสัมพันธ์น้อย ขาดการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นของปัญหาการประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายต่าง ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารและบุคลากรในโรงเรียนไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีส่งเสริมให้ต่างคนต่างอยู่ เพียงแต่มีโทรศัพท์มือถือเครื่องเดียวก็ไม่จำเป็นต้องสนใจใครได้รับข่าวสารข้อมูลโดยตรง ประกอบกับผู้บริหาร ครูผู้สอนและบุคลากรทางการศึกษามีภาระงานสอนและงานในหน้าที่มากจึงทำให้งานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของน้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 88) พบว่า ด้านกำหนดปัญหามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.2 ด้านการวางแผน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ ความชัดเจนของการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มีน้อย ขาดการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่ปรากฏแผนการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดการกำหนดรายละเอียดของกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความไม่พร้อมของโรงเรียนในด้านบุคลากรด้านงบประมาณ รวมทั้งด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนจึงไม่สามารถดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 90) และอัญชรี บัวศรี (2550) พบว่า การวางแผนงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ในสภาพความเป็นจริงแล้วก็ทำเรื่อยโดยไม่เน้นประสิทธิภาพของงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - 1.3 ด้านการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 6 กิจกรรม ได้แก่ ขาดบุคลากรปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนขาดมาตรฐาน จรรยาบรรณ มาตรการกำกับดูแลการปฏิบัติงานด้านการ

ประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือของข่าวสารการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีน้อย ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามแผน ผู้บริหารโรงเรียนไม่ได้มีเทคนิคติดตามระหว่าง การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารของการประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารงานประชาสัมพันธ์มี ประสิทธิภาพน้อย เช่น การกระจายเสียง หอกระจายข่าวเสียงตามสาย ต้องจัดทำจุลสาร ใบแจ้งข่าว ใบปลิว เพื่อเป็นการสื่อสารในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำลดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงเรียนเพิ่ม มากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนผู้บริหารขาดหลักการบริหารจัดการ ที่ดี (Good Governance) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อัญชิรี บัวศรี (2550, หน้า 92) พบว่า ปัญหา การดำเนินงานและการติดต่อสื่อสารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีปัญหาตามที่กล่าวมา

1.4 ด้านการประเมินผล ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ผู้บริหารโรงเรียนควรกำหนดเกณฑ์ในการ ประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ กำหนดวิธีการประเมินการปฏิบัติงาน ผลงานการประชาสัมพันธ์ของ โรงเรียน ควรรวบรวมผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นประจำทุกปี และต้องจัดให้มีการวิเคราะห์ ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า จากผลการวิเคราะห์พบว่าระบบการ ดำเนินงานของโรงเรียนยังมีจุดอ่อนอีกมากมายหลายส่วน จึงทำให้ส่งผลการประเมินผลการปฏิบัติไม่สามารถ ดำเนินการได้เท่าที่ควรจะเป็น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของน้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 92) พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมีประสบการณ์ด้านการประเมินผลน้อยมาก เพราะผู้บริหารและข้าราชการ ครูโรงเรียนมีประสบการณ์ด้านการประเมินผลน้อย

2. แนวทางแก้ไขการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน แต่ละด้าน ประกอบด้วยปัจจัยที่สอดคล้องกับปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

2.1 ด้านการกำหนดปัญหา พบว่า ควรกำหนดแนวทางแก้ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียน โดยผู้บริหารโรงเรียนต้องกำหนดให้จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่มีการกำหนด ภาระหน้าที่ของงานอย่างชัดเจน เพื่อปฏิบัติงานศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอกโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ จัดทำเอกสารกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่ หลากหลาย จัดให้มีการเก็บเอกสารให้เป็นระบบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การกำหนดประเด็นปัญหาเป็น ขั้นตอนแรกของการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน จึงมีความจำเป็นที่จะสำรวจข้อมูลตามสภาพจริงว่า ปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่เป็นอย่างไร จึงนำมาเป็นแนวทางในแก้ปัญหาปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์ ของโรงเรียนได้อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของน้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 96) ที่พบว่าแนวทาง แก้ไขปัญหาการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องดำเนินงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อก่อให้เกิด การทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วม มีการตัดสินใจร่วม

2.2 ด้านการวางแผน พบว่า ผู้บริหารโรงเรียนต้องจัดตั้งคณะกรรมการกำหนดเป้าหมายการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน จัดทำแผนการปฏิบัติงานและปฏิทิน การปฏิบัติทั้งระยะสั้นและระยะยาว เป็นเอกสารแจกให้ผู้บริหาร คณะกรรมการสถานศึกษาและบุคลากร ทุกคนในโรงเรียนให้รับทราบอย่างทั่วถึงกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การวางแผนเป็นกระบวนการในการกำหนด ทางเลือกในการดำเนินงานในอนาคตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การบริหารงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (น้ำหวาน พรหมณี, 2551, หน้า 96-97 อ้างอิงใน ประชุม รอดประเสริฐ, 2533, หน้า 164) จึงทำให้ครูผู้สอน และผู้ปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเสนอเป็นแนวทางในการแก้ไขเพื่อตั้งคณะกรรมการกำหนด นโยบาย เป้าหมายที่ควรทำให้การวางแผนการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.3 ด้านการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร พบว่า ผู้บริหารโรงเรียนต้องดำเนินการจัดตั้ง คณะกรรมการที่มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์รับผิดชอบการดำเนินงาน ต้องกำหนดขั้นตอน การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างชัดเจน และเพิ่มงบประมาณในการจัดหาสื่อที่มีคุณภาพมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ที่มีคุณภาพมาใช้ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การมีคณะกรรมการรับผิดชอบการบริหารงาน ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนจะทำให้การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม มีการตัดสินใจร่วมกัน มีการทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ น้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 97) พบว่า การตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียน สามารถทำให้การบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 ด้านการประเมินผล พบว่า ผู้บริหารโรงเรียนควรแต่งตั้งคณะกรรมการด้านการประเมิน การประชาสัมพันธ์โรงเรียน กำหนดเกณฑ์การประเมินให้ชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน ต้องให้ ผู้ที่ปฏิบัติงานและเกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ในการ ประเมินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การประเมินผลทำให้ทราบว่าการทำงานและการ บริหารงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเป็นอย่างไร บรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถเป็น แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ น้ำหวาน พรหมณี (2551, หน้า 98) พบว่า แนวทางแก้ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนของในอำเภอเขา ฉกรรจ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 1 กำหนดให้มีคณะกรรมการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียน มีหน้าที่ประชุมร่วมกันพิจารณาตรวจสอบวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละกิจกรรมใน แผนงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นไปตามที่กำหนดไว้หรือไม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เป็นโรงเรียน ควรดำเนินการดังนี้

1.1 พัฒนาศักยภาพของบุคลากรตั้งแต่ผู้บริหารโรงเรียน ครูผู้สอน และบุคลากรทางการศึกษาที่ ปฏิบัติหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยการส่ง บุคลากรดังกล่าวเข้ารับการอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้นให้สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่าต้องจัดหางบประมาณเพิ่มมากขึ้นหรือของงบประมาณขึ้นไปยัง หน่วยงานให้จัดสรรงบประมาณด้านงานประชาสัมพันธ์ เครื่องมืออุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร พร้อมทั้งทำ แผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์นำเสนอให้ชัดเจนสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

1.3 จัดให้มีการพัฒนาระบบการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น

1.4 เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการบริหารงาน ประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของครูและผู้บริหารที่มีต่อการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อเป็นการติดตามผล

2.2 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริหารและครูผู้สอนที่มีต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.3 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

2.4 ควรศึกษารูปแบบการบริหารงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาและกระทรวงมหาดไทยที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กิริยา สังข์ทองวิเศษ. (2560). *การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ*. ขอนแก่น: สาขาวิชาพีชไร

ภาควิชาพีชศาสตร์และทรัพยากรการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

น้ำหวาน พรหมณี. (2551). *ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนในอำเภอเขาฉกรรจ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 1*. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ครั้งที่ 12*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2555). *เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการครูและบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในสังกัด สพป.แพร่เขต 2*. เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2555 ณ ห้องประชุม สพป.แพร่ เขต 2 (ส่วน 2).

อัญชรี บัวศรี. (2550). *ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์วิทยาลัยชุมชนสระแก้ว*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice-Hall.