



Received: 9 มีนาคม 2569

Revised: 24 มีนาคม 2569

Accepted: 9 มิถุนายน 2569

**การประชาสัมพันธ์กับการบริหารงานของสถานศึกษา
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์**
**Public Relations and Administrative Management of Educational
Institutions under the Kalasin Secondary Educational Service Area Office**

¹จิรณัฐกร เปาริสารคุณกร, ²โสภี วิวัฒน์ชาญกิจ

¹Jiranattakorn Paorisankhunnakorn, ²Sopee Wiwatchankit

¹⁻²คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข

¹⁻²Faculty of Social Sciences and Education, Thongsook College, Thailand

Corresponding Author E-mail: ¹kokib.181994@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา 2) ศึกษากระบวนการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษา บุคลากรผู้รับผิดชอบงานบริหาร 4 ฝ่าย และครูหรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 175 คน ได้มาโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Krejcie & Morgan เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม การสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการกำหนดปัญหา ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร และด้านการวางแผน ตามลำดับ 2) การบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านการบริหารงานบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารงานทั่วไป ด้านการบริหารงบประมาณ และด้านการบริหารวิชาการ ตามลำดับ 3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการบริหารสถานศึกษา ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.906 และสามารถอธิบายความผันแปรของการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้ร้อยละ 82 ($R^2 = 0.820$) และผลการทดสอบสมมติฐานการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



คำสำคัญ: การบริหารงานประชาสัมพันธ์, การบริหารสถานศึกษา, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษาภาพสินธุ์

Abstract

This research article aimed to: (1) examine the level of public relations administration in educational institutions; (2) investigate the level of school administration of administrators; and (3) analyze the relationship between public relations administration and school administration among administrators under the Secondary Educational Service Area Office Kalasin. The sample group consisted of 175 participants, including school administrators, personnel responsible for the four main administrative divisions, and teachers or public relations officers. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan table.

The research instrument was a questionnaire. The statistical methods employed for data analysis included mean, standard deviation, and Pearson's product-moment correlation coefficient. The results were as follows: 1) The overall level of public relations management in educational institutions was at a relatively high level. When analyzed by aspect, the evaluation aspect showed the highest mean, followed by problem identification, implementation and communication, and planning, respectively. 2) The overall level of school administration was at a relatively high level. In terms of specific areas, personnel administration had the highest mean, followed by general administration, budget administration, and academic administration, respectively. 3) The multiple regression analysis revealed a positive correlation between public relations management and school administration. The multiple correlation coefficient (R) was 0.906, and public relations management could explain 82% ($R^2 = 0.820$) of the variance in school administration among administrators under the Secondary Educational Service Area Office of Kalasin, which was statistically significant at the 0.01 level.

Keyword: Public Relations Management, School Administration, The Kalasin Secondary Educational Service Area Office

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารที่ไร้พรมแดน เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและทันสมัย ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีความคล่องตัวสูง ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร โดยส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและการบริหารจัดการของผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ นางลักษณ สุทธิวัฒนพันธ์ พบว่า การ



ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนยังประสบปัญหาหลายประการ เช่น การขาดแผนงานที่เป็นรูปธรรม การขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ไม่เพียงพอ การประสานงานที่ไม่ต่อเนื่อง งบประมาณจำกัด และขาดการประเมินผลการดำเนินงาน (นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์, 2556 : 100) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้รับรองสิทธิด้านการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน โดยมาตรา 49 กำหนดให้บุคคลมีสิทธิได้รับการศึกษาอย่างน้อย 12 ปี โดยรัฐต้องจัดการศึกษาอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งสนับสนุนผู้ยากไร้ ผู้พิการ หรือผู้ที่อยู่ในสภาวะยากลำบากให้สามารถเข้าถึงการศึกษาได้อย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ มาตรา 56 ยังรับรองสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสาธารณะที่อยู่ในความครอบครองของหน่วยงานรัฐ เว้นแต่กรณีที่มีการเปิดเผยข้อมูลนั้นอาจกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือสิทธิส่วนบุคคล (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2550) ในส่วนของการบริหารจัดการศึกษา พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดหลักการกระจายอำนาจด้านการบริหารและการจัดการศึกษาไปยังเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา โดยแบ่งขอบเขตการบริหารออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารงานวิชาการ 2) การบริหารงบประมาณ 3) การบริหารงานบุคคล และ 4) การบริหารทั่วไป (กฎกระทรวง, 2550 : 29-33)

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรกับสาธารณชน โดยพระราชดำรัสของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ได้สะท้อนให้เห็นว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเกือบทุกองค์กร โดยเฉพาะสถานศึกษาซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชน การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนจึงจำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553)

การประชาสัมพันธ์ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญของการสื่อสารองค์กร ช่วยให้การบริหารงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์กรสามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม ก็จะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจระหว่างองค์กรกับสาธารณชน สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อาจเป็นสื่อที่องค์กรผลิตขึ้นเองหรือสื่อจากแหล่งอื่น แต่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของสื่อ เพื่อให้สามารถเลือกใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุด (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553 : 1) อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนยังคงประสบปัญหาหลายด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เตือนตา อวยสวัสดิ์ ที่พบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยังขาดการวางแผนที่ชัดเจน บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่เพียงพอ การประสานงานระหว่างหน่วยงานยังไม่ทั่วถึง งบประมาณจำกัด และไม่มีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ (เตือนตา อวยสวัสดิ์, 2541)

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลยังส่งผลให้รูปแบบการประชาสัมพันธ์เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารขององค์กร นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีทักษะในการใช้สื่อดิจิทัล สามารถสื่อสารข้อมูลขององค์กรสู่สาธารณะ และใน



ขณะเดียวกันต้องทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร (Pavlik, 2007)

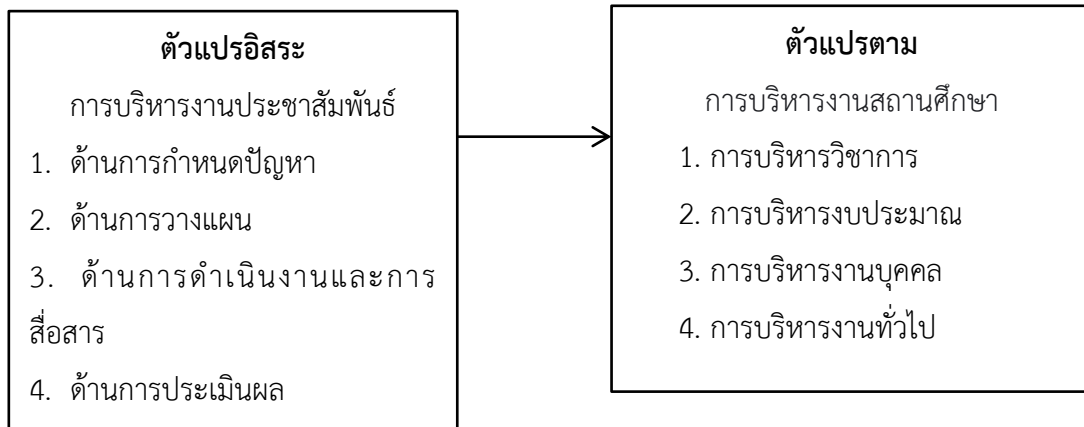
จากความสำคัญดังกล่าว การประชาสัมพันธ์ในบริบทของสถานศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์ เพื่อพัฒนาแนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์
2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์ ผู้วิจัยได้ปรับปรุง ตัวแปรอิสระ การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการกำหนดปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร และด้านการประเมินผล จากแนวคิดของ อลิสา มะแข็ง (2557) และปรับปรุงตัวแปรตามจากแนวคิดกฎกระทรวง (2550) ที่แบ่งการบริหารสถานศึกษาออกเป็น 4 ด้าน คือ การบริหารวิชาการ การบริหารงบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไป นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ไว้ ดังแผนภูมิที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา : ปรับปรุงจากกฎกระทรวง (2550) และอริสา มะแข็ง (2557)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย โดยจะทำตามลำดับ ขั้นตอนการวิจัยไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมวางแผนการดำเนินงาน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดของการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินงาน ผู้ศึกษาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งเป็นแบบสอบถามนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบและให้ข้อคิดเห็นและได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนการกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ขั้นตอนที่ 3 การรายงานผลการวิจัย เป็นขั้นตอนการจัดทำการรายงานผลการวิจัย จากการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและการจัดทำข้อเสนอแนะ การจัดพิมพ์รูปเล่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา บุคลากรที่รับผิดชอบงานบริหาร 4 ฝ่าย และครูหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ จำนวน 330 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษา บุคลากรที่รับผิดชอบงานบริหาร 4 ฝ่าย และครูหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ จำนวน 330 คน



มัธยมศึกษาภาพสินธุ์ จำนวน 175 คน ได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ได้มาโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan 1970, อ้างถึงใน ในตะวัน กำหอม. 2559)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 175 ชุด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวนประชากรทั้งหมด โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แจกแบบสอบถามและชี้แจงพร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้ตอบแบบสอบถามทราบ รวมถึงชี้แจงให้ทราบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมด เพื่อให้ได้แบบสอบถามกลับมาครบถ้วนตามวันเวลาที่กำหนด
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับและนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนประชากร กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลการบริหารงานประชาสัมพันธ์และการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร คือ ค่าเฉลี่ย (Mean : M) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.12$, $SD = 6.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 คือ ด้านการประเมินผล ($M = 4.44$, $SD = 2.57$) รองลงมาคือ ด้านการกำหนด



ปัญหา ($M = 4.10$, $SD = 2.76$) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการวางแผน ($M = 3.88$, $SD = 2.92$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์แยกรายด้านปรากฏ ดังนี้

1.1 ด้านการกำหนดปัญหา โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.10$, $SD = 2.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือหน่วยงานมีฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและพร้อมใช้งาน ($M = 4.80$, $SD = .92$) รองลงมาคือ หน่วยงานมีการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบก่อนดำเนินการประชาสัมพันธ์ ($M = 4.53$, $SD = .92$) มีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดปัญหาอย่างเป็นระบบ ($M = 4.51$, $SD = .95$) หน่วยงานมักขาดการรวบรวมข้อมูลที่เป็นระบบก่อนประชาสัมพันธ์ ($M = 3.42$, $SD = 1.35$) และอันดับสุดท้าย คือ การวิเคราะห์ข้อมูลยังไม่เป็นระบบก่อนกำหนดปัญหา ($M = 3.26$, $SD = 1.25$) ตามลำดับ

1.2 ด้านการวางแผน โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 3.88$, $SD = 2.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือแผนงานประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับนโยบายสถานศึกษา ($M = 4.43$, $SD = 1.17$) รองลงมาคือ แผนประชาสัมพันธ์ได้รับการทบทวนและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ($M = 4.30$, $SD = 1.16$) แผนงานประชาสัมพันธ์กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน ($M = 3.91$, $SD = 1.14$) แผนงานประชาสัมพันธ์ถูกจัดทำอย่างเป็นระบบและชัดเจน ($M = 3.39$, $SD = 1.23$) และอันดับสุดท้าย คือ หน่วยงานไม่มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ($M = 3.37$, $SD = 1.23$) ตามลำดับ

1.3 ด้านการดำเนินงานและการสื่อสารโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.05$, $SD = 2.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือการสื่อสารข้อมูลภายในหน่วยงาน มีความชัดเจนและเป็นระบบ ($M = 5.12$, $SD = .87$) รองลงมาคือ บุคลากรสามารถสื่อสารข้อมูลได้ถูกต้องตามแผนงาน ($M = 4.41$, $SD = 1.15$) การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ($M = 4.23$, $SD = 1.16$) ช่องทางประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร ($M = 3.26$, $SD = 1.19$) และอันดับสุดท้าย คือ ข้อมูลที่เผยแพร่ยังไม่ครบถ้วนหรือคลาดเคลื่อน ($M = 3.22$, $SD = 1.29$) ตามลำดับ

1.4 ด้านการประเมินผลโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.44$, $SD = 2.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือหน่วยงานมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ($M = 4.85$, $SD = 1.12$) รองลงมาคือ การประเมินมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ($M = 4.77$, $SD = 1.15$) การประเมินครอบคลุม ทุกขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์ ($M = 4.75$, $SD = 1.08$) ผลการประเมินถูกนำไปใช้พัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ($M = 4.61$, $SD = 1.21$) และอันดับสุดท้าย คือ บุคลากรมักไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลประเมิน ($M = 3.23$, $SD = 1.19$) ตามลำดับ

2. ระดับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ภาพสินธุ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.31$, $SD = 4.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับ 1 คือ ด้านการบริหารงานบุคคล ($M = 4.54$, $SD = 2.07$) รองลงมาคือ ด้านการบริหารงานทั่วไป ($M = 4.48$, $SD = 2.58$) รองลงมาคือ ด้านการบริหารงบประมาณ ($M = 4.16$, $SD = 2.52$) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการบริหารวิชาการ ($M = 4.08$, $SD = 2.90$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์แยกรายด้านปรากฏ ดังนี้



2.1 ด้านการบริหารวิชาการโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.08$, $SD = 2.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องช่วยให้ฝ่ายวิชาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($M = 4.48$, $SD = 1.05$) รองลงมาคือ การสื่อสารที่ดีทำให้ผู้เรียนเข้าถึงบริการวิชาการได้มากขึ้น ($M = 4.44$, $SD = 1.15$) ข้อมูลที่เผยแพร่ช่วยสนับสนุนการวางแผนด้านวิชาการของสถานศึกษา ($M = 4.03$, $SD = .96$) การเผยแพร่ข้อมูลไม่ครบถ้วนทำให้การวางแผนวิชาการมีข้อจำกัด ($M = 3.95$, $SD = .96$) และอันดับสุดท้าย คือ การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ชัดเจนทำให้กิจกรรมวิชาการเข้าถึงผู้เรียนได้น้อย ($M = 3.49$, $SD = .92$) ตามลำดับ

2.2 ด้านการบริหารงบประมาณโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.16$, $SD = 2.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือการสื่อสารที่โปร่งใสช่วยสนับสนุนความเชื่อมั่นต่อกระบวนการใช้งบประมาณ ($M = 5.05$, $SD = .91$) รองลงมาคือ ข้อมูลที่เผยแพร่ไม่โปร่งใสทำให้เกิดข้อกังวลในการใช้จ่ายงบประมาณ ($M = 4.88$, $SD = .96$) การสื่อสารที่ถูกต้องสนับสนุนการใช้งบประมาณให้เป็นไปตามแผนงาน ($M = 4.75$, $SD = 1.06$) การประชาสัมพันธ์ที่ดีช่วยให้การจัดสรรงบประมาณได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้อง ($M = 3.28$, $SD = 1.45$) และอันดับสุดท้าย คือ การเผยแพร่ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนทำให้การใช้งบประมาณไม่เป็นไปตามแผน ($M = 2.84$, $SD = 1.10$) ตามลำดับ

2.3 ด้านการบริหารงานบุคคลโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ($M = 4.54$, $SD = 2.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดีช่วยให้บุคลากรรับทราบบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน ($M = 5.23$, $SD = .75$) รองลงมาคือ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้บุคลากรได้รับข้อมูลพัฒนาอย่างทั่วถึง ($M = 5.07$, $SD = .87$) การประชาสัมพันธ์ที่ดีส่งเสริมการทำงานร่วมกันของบุคลากร ($M = 5.03$, $SD = .84$) การสื่อสารที่ชัดเจนทำให้บุคลากรปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ($M = 4.41$, $SD = 1.15$) และอันดับสุดท้าย คือ การเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่โปร่งใสส่งผลต่อการประเมินบุคลากร ($M = 2.97$, $SD = 1.25$) ตามลำดับ

2.4 ด้านการบริหารงานทั่วไปโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.48$, $SD = 2.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ การประชาสัมพันธ์ที่ดีช่วยส่งเสริมการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($M = 4.83$, $SD = 1.11$) รองลงมาคือ การสื่อสารที่ชัดเจนช่วยให้ การประสานงานระหว่างฝ่ายราบรื่น ($M = 4.72$, $SD = 1.13$) การเผยแพร่ข้อมูลที่เหมาะสมช่วยสนับสนุนการดูแลอาคารสถานที่ ($M = 4.65$, $SD = 1.24$) การสื่อสารที่เป็นระบบช่วยให้การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบมากขึ้น ($M = 4.54$, $SD = 1.13$) และอันดับสุดท้าย คือ ข้อมูลการดูแลสถานที่ที่ไม่ครบถ้วนทำให้การบำรุงรักษามีข้อจำกัด ($M = 3.69$, $SD = 1.10$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นใต้ ประการผลดังนี้



3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า

ด้านการกำหนดปัญหา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .209 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการวางแผน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .647 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .518 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการประเมินผล มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .622 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ในด้านการกำหนดปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร และด้านการประเมินผล ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.906 และสามารถอธิบายความผันแปรของการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้ร้อยละ 82 ($R^2 = 0.820$) จากสมการพยากรณ์ในบทที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ได้ดีที่สุด คือ ด้านการประเมินผล รองลงมาคือ ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการกำหนดปัญหา

3.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ พบว่า ทุกสมมติฐานมีความสอดคล้องและส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอ่านผลได้ดังนี้

3.3.1 สมมติฐานที่ 1 ด้านการกำหนดปัญหา ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ด้านการกำหนดปัญหา ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัด



สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .080 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

3.3.2 สมมติฐานที่ 2 ด้านการวางแผน ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าด้านการวางแผน ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

3.3.3 สมมติฐานที่ 3 ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .935 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3

3.3.4 สมมติฐานที่ 4 ด้านการประเมินผล ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าด้านการประเมินผล ส่งผลทางบวกต่อการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.123 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผล

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.12$, $SD = 6.49$) สะท้อนให้เห็นว่าสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการสื่อสารองค์กรอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Scott (1985) ที่ระบุว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่มีการวางแผนเพื่อสร้างการยอมรับจากสาธารณชน และสอดคล้องกับแนวคิดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2557) ที่กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินงาน การควบคุม และการประเมินผล เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.44$, $SD = 2.57$) รองลงมาคือ ด้านการกำหนดปัญหา ($M = 4.10$, $SD = 2.76$) ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร ($M = 4.05$, $SD = 2.65$) และ ด้านการวางแผน ($M = 3.88$, $SD = 2.92$) ด้านการประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเฉพาะการประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ($M = 4.85$, $SD = 1.12$) สะท้อนให้เห็นว่าการประเมินผลเป็นกลไกสำคัญในการวัดความสำเร็จของการดำเนินงานและใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาการทำงานในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อลิสา มะแซง (2557) และ ธนาภรณ์ แก้วสำราญ (2558) ที่เน้นว่าการประเมินผลช่วยให้เกิดการปรับปรุงแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nielsen (2011) ที่ชี้ว่าการใช้ข้อมูลป้อนกลับ



(Feedback) จากผู้รับบริการช่วยให้องค์กรพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและตรงต่อความต้องการ ด้านการกำหนดปัญหา พบว่าหน่วยงานมีฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและพร้อมใช้งาน ($M = 4.80$, $SD = .92$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทาลินี แตรูบิวโล (2560) ที่ระบุว่าการค้นหาข้อเท็จจริงเป็นขั้นตอนสำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดแนวทางดำเนินงานต่อไป ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร พบว่าการสื่อสารข้อมูลภายในหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นระบบมากที่สุด ($M = 5.12$, $SD = .87$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จุฑารัตน์ โสดาศรี (2558) ที่กล่าวว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นหัวใจของการประชาสัมพันธ์ เพราะช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิด PR 2.0 ของ Scott (2009) ที่เน้นการสื่อสารอย่างมีเป้าหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ด้านการวางแผน แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดแต่ยังอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยจุดเด่นคือแผนงานประชาสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับนโยบายของสถานศึกษา ($M = 4.43$, $SD = 1.17$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนวัฒน์ อัครพัชรอมต (2559) ที่ระบุว่าการวางแผนประชาสัมพันธ์ควรสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

โดยสรุป สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลัทธิมีระบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง โดยเน้นการประเมินผลและการสื่อสารอย่างเป็นระบบภายใต้กรอบนโยบายที่ชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์และความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบัน

2. การบริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลัทธิ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($M = 4.31$, $SD = 4.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารงานบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.54$, $SD = 2.07$) โดยการประชาสัมพันธ์ภายในช่วยให้บุคลากรรับทราบบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน ($M = 5.23$, $SD = .75$) สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Simon (1984) ที่มองว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร ด้านการบริหารงานทั่วไป ($M = 4.48$, $SD = 2.58$) พบว่าการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($M = 4.83$, $SD = 1.11$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Simon (1984) ที่ระบุว่าการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสอดคล้องกับแนวคิดของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2557) ที่กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อองค์กร รวมทั้งสอดคล้องกับ Scott (1985) ที่มองว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการวางแผนเพื่อสร้างการยอมรับในเชิงบวก ด้านการบริหารงบประมาณ ($M = 4.16$, $SD = 2.52$) พบว่าการสื่อสารที่โปร่งใสช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อกระบวนการใช้งบประมาณ ($M = 5.05$, $SD = .91$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Simon (1984) ที่ระบุว่าการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับแนวคิด PR 2.0 ของ Scott (2009) ที่เน้นการสื่อสารสองทางเพื่อสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านการบริหารวิชาการ ($M = 4.08$, $SD = 2.90$) พบว่าการ



เผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายวิชาการ ($M = 4.48$, $SD = 1.05$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Simon (1984) ที่ระบุว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลและความรู้แก่สาธารณชน รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ จุฬารัตน์ โสตาศรี (2558) ที่กล่าวว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nielsen (2011) ที่พบว่าการใช้ช่องทางสื่อสารที่รวดเร็วช่วยให้ผู้รับสารเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทันเวลา

โดยสรุป การบริหารสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องบูรณาการงานประชาสัมพันธ์เข้ากับกลยุทธ์การบริหาร เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานประชาสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษา ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายความผันแปรของการบริหารสถานศึกษาได้ร้อยละ 82 ($R^2 = 0.820$) โดย ด้านการประเมินผล มีอิทธิพลสูงสุด (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 1.123) สะท้อนว่าการรับฟังข้อมูลย้อนกลับจากกลุ่มเป้าหมายช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nielsen (2011) รองลงมาคือ ด้านการวางแผน (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 1.001) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนช่วยให้การบริหารงานด้านต่าง ๆ ของสถานศึกษาประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ Scott (2009) ด้านการดำเนินงานและการสื่อสาร (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = .935) มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับแนวคิด PR 2.0 ของ Scott (2009) และแนวคิดของ Simon (1984) ส่วน ด้านการกำหนดปัญหา (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = .080) แม้จะมีอิทธิพลน้อยที่สุด แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศราวุธ ชื่นชมบุญ (2556) ที่ระบุว่า การรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบช่วยให้สามารถคาดการณ์และป้องกันปัญหาได้

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์สำคัญของการบริหารสถานศึกษา โดยเฉพาะด้านการประเมินผลและการวางแผน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการศึกษาและสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรทางการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดตั้งระบบการนิเทศติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นรูปธรรม ไม่ใช่เพียงการรายงานผลโครงการ แต่ควรเน้นการวิเคราะห์ "เสียงสะท้อน" (Feedback) จากนักเรียนและชุมชน เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการบริหารงานวิชาการและงบประมาณให้โปร่งใสและตรงใจผู้รับบริการมากขึ้น

1.2 สถานศึกษาควรยกระดับการเขียนแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจน โดยต้องระบุกลุ่มเป้าหมายเชิงลึกและใช้สื่อที่หลากหลายสอดคล้องกับนโยบาย โดยเฉพาะการนำแนวคิด PR



2.0 มาใช้เพื่อสื่อสารความสำเร็จด้านวิชาการและงานทั่วไป ซึ่งจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และสร้างความเชื่อมั่นได้ดีกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการบริหารงานประชาสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน (ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่) หรือในบริบทพื้นที่ที่ต่างกัน เพื่อดูว่าตัวแปรด้านขนาดหรือสภาพสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้บริหารแตกต่างกันอย่างไร

2.2 ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จ ในด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้กลยุทธ์หรือเทคนิคเฉพาะทางในการสร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นจากชุมชน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). แนวทางปฏิรูปการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพฯ: ที.เอส.

ปี.โปรดักส์

กฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ.2550.

(2550, 16 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 24 ก. หน้า 29-33



ดวงแก้ว จันทรสุต. (2554). การบริหารกิจการนักเรียนของโรงเรียนคาทอลิกสังกัดฝ่ายการศึกษา
อัครสังฆมณฑลกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัย
ราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ

ณภัทร สุกุลหงส์. (2557). ปัจจัยที่ส่งเสริมและพัฒนากิจการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย
หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. กรุงเทพฯ: แผนกประชาสัมพันธ์ กองกลาง มหาวิทยาลัย
หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

โนตะวัน กำหอม. (2559). การวิจัยทางการศึกษา เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยทองสุข.

เตือนตา อวยสวัสดิ์. (2541). การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์
โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์ปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. ชลบุรี: บัณฑิต-วิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา

ทวีวัฒน์ อินทรประเสริฐ. (2559). การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหา
บัณฑิตค.ม.), มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี

ทาลินี แตรรูปวิไล. (2560). รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจ
การอาหารไทยและนานาชาติ. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ธนบุรี

ธงชัย สันติวงษ์; และ ชัยยศ สันติวงษ์. (2535). พฤติกรรมบุคคลในองค์การ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
เจริญพัฒน์

นิพนธ์ สุนทโรทก. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียน กรณีศึกษา โรงเรียนสตรีราชินูทิศ
จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์. (2556). พุด คิด ทำ ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้โดนใจผู้รับ. กรุงเทพฯ: บุ๊คส์ทูยู

ประทีป รักธรรม. (2561, มกราคม-เมษายน). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ สถาบันอุดมศึกษา
เอกชนภาคกลางตอนล่าง เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

7 (1): 71-82

พรทิพย์ เฟื่องฟุ้ง. (2542). ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาทางงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนประถมศึกษา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2557). หลักการ ปัญหา และ
กรณีศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://e-book.ram.edu/e-book/inside/html/dlbook.asp?code=PU403>



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์.

สาขาวิชานิติศาสตร์. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

วินัย คำวิเศษ ; และ กฤษณะ ดาราเรือง. (2561, มกราคม-เมษายน). การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สำนักงานศึกษาธิการ

ภาค 2 กระทรวงศึกษาธิการ. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

14 (1) : 221-222

วิโรจน์ สารรัตน์. (2555). แนวคิด ทฤษฎีและประเด็นเพื่อการบริหารทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: ทัฬหายุทธ

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ จุลทับ. (2558, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบัน

อุดมศึกษา เขตภูมิศาสตร์ภาคใต้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 2(2): 157-158

ศิริ ถิอาสนา. (2557). เทคนิคการจัดการคุณภาพแนวใหม่ : แนวคิด หลักการสู่การบริหารจัดการ

คุณภาพการศึกษา. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ศิริชัย โอมฤก. (2557). เทคนิคการจัดการคุณภาพแนวใหม่ : แนวคิด หลักการสู่การบริหารจัดการ

คุณภาพการศึกษา. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สนั่น บุญเลิศ. (2561). การเปรียบเทียบบริหารงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการ

การศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. ปทุมธานี:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยปทุมธานี

สมคิด มาวงศ์. (2554). การศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนตาม

ความคิดเห็นของครู สังกัดโรงเรียนเทศบาลในจังหวัดระยอง จันทบุรีและตราด

(วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ค.ม.), มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี

สมคิด บางโม. (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์

สมชาย ภู่อุ. (2542). การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญ

ศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา

การบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมาคมวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2554). การประชาสัมพันธ์หน่วยงานของรัฐ.

จาก file:///C:/Users/W10/Downloads/Documents/09 บทที่2.pdf.

สรวิชัย จบศรี. (2560). หลักการและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์. ปทุมธานี: คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

สิทธิพร นิยมศรีสมศักดิ์. (2557, ตุลาคม-มีนาคม). การบริหารโรงเรียน: ความกลมกลืนระหว่าง

องค์การราชการกับองค์กรวิชาชีพ. วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

8 (1) : 1-3



- สุธรรม ธรรมทัศน์านนท์. (2554). หลักการ ทฤษฎี และแนวปฏิบัติทางการบริหารการศึกษา (เอกสารประกอบการสอนวิชา 0501 - 701). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สุวิทย์ หอมสมบัติ. (2565). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. สกลนคร:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา. (2558). คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:
กระทรวงศึกษาธิการ
- หวน พันธุ์พันธ์. (2553). การบริหารสถานศึกษาด้านการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน. สืบค้นเมื่อ
2 ตุลาคม 2568, จาก <http://www.facstaff.swu.ac.th>.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลิสสา มะเชื้อ. (2557, กรกฎาคม-ธันวาคม). แนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏวราชนครินทร์. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์. 1(2): 1-9
- Hoy, W. K. a. C. G., Miskel,. (2001). Educational Administration : Theory, Research and
Practice. Mc Graw: Hill International Edition
- Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement. 30(3): 607-610
- Nielsen, Mckinsey Company. (2011). What is Social Media Use For. New York: Author