

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การศึกษาเปรียบเทียบการปฏิบัติจริงและความคาดหวังในงาน
ประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ของครู-อาจารย์" ซึ่งศึกษาเฉพาะในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การมองกรอบของงาน
และทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา สังกัดกรมอาชีวศึกษา
ของผู้บริหารกรมอาชีวศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา คณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครู-อาจารย์
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริหารกรมอาชีวศึกษา ผู้บริหารสถาน
ศึกษา คณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครู-อาจารย์ ระหว่างการปฏิบัติจริงกับความคาดหวังในเชิง
ปฏิบัติที่ต้องการต่องานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในจุดนี้ จุดค้อยของงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา
ในด้านต่าง ๆ

4. เพื่อทราบความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและส่งเสริม
งานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากผลการศึกษา วิจัย สรุป และอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มประชากร (ผู้บริหารกรมอาชีวศึกษา) และกลุ่มตัวอย่าง
(ผู้บริหารสถานศึกษา คณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครูอาจารย์) รวม 4 กลุ่ม มีความรู้และ
ประสบการณ์ทางด้านงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันมาก ร้อยละ 59.1 มีความรู้ปานกลางและ
ประสบการณ์ปานกลาง ร้อยละ 31.4 มีความรู้น้อยและประสบการณ์น้อย นอกเหนือจากนี้จะมีเฉพาะ
ความรู้ มีเฉพาะประสบการณ์ หรือมีความรู้มากแต่มีประสบการณ์น้อย มีความรู้น้อยแต่มีประสบการณ์มาก
จำนวนไม่เกินร้อยละ 4 พร้อมทั้งนี้แหล่งความรู้และประสบการณ์ทางด้านงานประชาสัมพันธ์

ร้อยละ 70.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามได้มาจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากตำรา และเอกสารต่าง ๆ ร้อยละ 38.3 สอบถามจากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ ร้อยละ 36.1 เคยเรียนวิชาการประชาสัมพันธ์เป็นรายวิชาในสถาบันการศึกษาที่ตนเองจบการศึกษามา ร้อยละ 0.7 ที่สำเร็จการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตรง จึงมองเห็นถึงความแตกต่างและความไม่แตกต่างในการปฏิบัติงานจริงและความคาดหวังในต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ คงจะสรุปผลในข้อต่อ ๆ ไป

เกี่ยวกับความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ "นักประชาสัมพันธ์อาจไม่จำเป็นต้องเรียนจบมาทางด้านนี้ เพราะก็มีหลายคนที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ร่ำเรียนมา แต่ให้สิ่ง เกตุคุณเถอะว่า คนที่เขาไม่ได้เรียนวิชาการประชาสัมพันธ์มา มัน เขาก็ได้หลักทฤษฎีหรือปฏิเสทหลักการแต่อย่างใด ขอเพียงความสนใจ รู้จักหยิบยกแล้วนำมาเอามาใช้ เมื่อมากับประสบการณ์เข้ามาด้วยก็จะไปได้เอง "(วรรมณี ธิลาเวชบุตร , บรรยงค์ สุวรรณผ่อง , 2531)

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบคำถามที่เคยที่ค่าตอบไปในทิศทางเดียวกัน คือมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในต่าง ๆ และมีความมุ่งหวังให้การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่หรือทำประโยชน์ให้กับสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา คือ งานประชาสัมพันธ์ต้องมีหน้าที่ในต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ข่าวสารของสถานศึกษา ของกรมอาชีวศึกษาให้ประชาชนทราบถึง นโยบายของสถานศึกษา วัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา สร้างการยอมรับให้ประชาชนมีภาพพจน์ที่ดีต่อนักเรียนนักศึกษาอาชีววะ และสถาบันอาชีวศึกษา สร้างความสัมพันธ์ภายใน ภายนอกสถานศึกษา แก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อสถาบัน เผยแพร่ความรู้ความสามารถของครูอาจารย์ นักเรียนนักศึกษาที่ดีเด่นแห่งของอุตสาหกรรม ทัศนะ และการคิดค้นที่พบ

3. การมองกรอบของงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 4 กลุ่ม มองเห็นลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ในแง่ที่มันแตกต่างกัน คือ มองว่างานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยงาน การให้บริการข่าวสารภายในสถานศึกษา ต่อหน่วยงานภายนอก และต่อสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมทางวิชาการ หรือนิทรรศการ บริการ ควบคุม ตรวจสอบระบบการสื่อสารของสถานศึกษา จัดสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ รวบรวมเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารและการดำเนินงานของสถานศึกษา

ผลการศึกษาวิจัยในข้อ 2-3 ได้แสดงให้เห็นว่าแนวคิดของบุคลากรกรมอาชีวศึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาระงานประจำสำนักงานศึกษานั้น น่าว่าจะเป็น ผู้บริหารกรมอาชีวศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา คณะทำงานประจำสำนักงานศึกษา หรือ ครูอาจารย์ของสถานศึกษานั้น ๆ เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับทฤษฎีทางวิชาการประจำสำนักงานศึกษา ดังที่วิจิตร อวาทะกุล (2526) ชุม ภูมิภาค (2526) อุทัย ทวีภูมิต (2520) และไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522) ได้สรุปไว้ดังนี้ ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประจำสำนักงานศึกษา คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียน ระหว่างโรงเรียนกับบุคคลภายนอกหรือสถาบันต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน แสวงหาความร่วมมือร่วมใจ และสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน สร้างความนิยมและเชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด ซึ่งจะทำให้เกิดความเสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงเรียน

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการจัดองค์การบริหารงานประจำสำนักงานศึกษา แนวคิดและองค์ประกอบพื้นฐานของหน่วยงานประจำสำนักงานศึกษา ว่าจะต้องคำนึงถึง บุคคล สถานที่ งานที่จัดทำขึ้น เครื่องมืออุปกรณ์ และงบประมาณเป็นสำคัญ

4. การดำเนินงานประจำสำนักงานศึกษา ผู้ควบคุมแบบสอบถามได้ตอบถึงองค์ประกอบและการควรได้รับการสนับสนุนจากสถานศึกษา หรือกรมอาชีวศึกษา คือบุคลากรควรคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และจัดบุคลากรให้พอประมาณ วัสดุและอุปกรณ์ควรให้การสนับสนุนอย่างมาก สำนักงานประจำสำนักงานควรได้รับการสนับสนุนจัดให้เหมาะสม สะดวกแก่ผู้ใช้บริการ กิจกรรมการประจำสำนักงานควรได้รับการสนับสนุนในระดับปานกลาง และผู้บริหารสถานศึกษาควรมีนโยบายทางการประจำสำนักงานที่ชัดเจน ให้ความดูแลและเอาใจใส่อย่างมาก

การดำเนินงานประจำสำนักงานศึกษาที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีส่วนร่วมให้การดูแลเอาใจใส่ อย่างกรณีศึกษา "ธนาคารกรุงเทพบุษตการแก้ภาพพจน์" (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง ,2527) จากเหตุการณ์ที่ลูกค้าแห่กันไปถอนเงิน เนื่องจากความมั่นใจในตัวธนาคารและระบบการบริหาร ขณะที่ธนาคารเองได้ประกาศให้เป็น "ปีคุณภาพ" ของธนาคาร แต่เกิดมีจุดอ่อนทางปฏิบัติ ในห้วงเหตุการณ์นี้เอง ธนาคารใช้เวลาประมาณ 10 วัน ในการแก้ภาพพจน์และนำเหตุการณ์สู่ภาวะปกติ" ประเมินสถานการณ์ล่าสุด อาจบอกได้ว่า คลื่นลมมรสุมระดับความรุนแรงเป็นอย่างมาก ข้อสังเกตที่ได้จากครั้งนี้คือ 1. ผู้ใหญ่ในธนาคารกรุงเทพทุกคนที่เกี่ยวข้อง ออกมารวมรบเสริมที่ น่าว่าจะเป็นชนเคี้ยวหรือ เป็นทีม 2. ผู้รับผิดชอบงานประจำสำนักงาน รับและส่งการแก้ไขทุกอย่างเต็มที่" (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง ,2527)

5. สถานภาพการปฏิบัติจริงค่านโยบายในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง แต่ความคาดหวังในเรื่องนี้ อยู่ในระดับมากและระดับมากที่สุด

จากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามชี้ให้เห็นว่า การกำหนดนโยบายและมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษานั้น เกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลางคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ ตอบว่า การปฏิบัติจริงเรื่องนี้เกิดในระดับค่าเฉลี่ย 2.24 ครูอาจารย์ทั่วไป ตอบว่า เกิดขึ้น 2.16 ผู้บริหารสถานศึกษา ตอบว่า เกิดขึ้นในระดับค่า 2.41 แต่ทุกฝ่ายมีความคาดหวังอยากให้มีการปฏิบัติจริงในระดับค่า 3.05 , 3.12 และ 3.30 คำนวณค่าผู้บริหารกรมอาชีวศึกษาซึ่งอยู่ระดับเหนือขึ้นไป มีความคาดหวังในเรื่องนี้ถึง 3.26

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2536) พูดถึงนโยบายที่ดีว่า

- 5.1 มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน และเปิดเผยได้แก่ทุกคนที่ต่องานนโยบายมาใช้
- 5.2 ควรมีการชี้แจงเป็นภาษาที่เข้าใจได้ง่าย และถูกต้อง และเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน
- 5.3 จะต้องมีกำหนดชัดเจนวัตถุประสงค์และเป้าหมายสำหรับการกระทำต่อไปในอนาคต
- 5.4 จะต้องมีความมั่นคงเชื่อถือได้ พร้อมกับสามารถที่เปลี่ยนแปลงยืดหยุ่นได้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัย และสภาพภายนอกองค์การทั้งในด้านระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับ ความสนใจและความคิดเห็นของสาธารณชน
- 5.5 จะต้องมีเหตุผลผลและสามารถที่จะนำมาใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จได้
- 5.6 จะต้องมีโอกาสหรืออนุญาตให้ผู้ที่รับผิดชอบในการประกอบหน้าที่ราชการเพื่อบรรลุผลตามนโยบายนั้นได้ใช้ดุลยพินิจ และแสดงความคิดเห็นความเข้าใจ
- 5.7 นโยบายที่ดีควรกำหนดขึ้น เพื่อสนองหรือส่งผลประโยชน์ให้กับบุคคลโดยส่วนรวมและจะต้องมีการพิจารณาว่านโยบายใดควรทำก่อนควรทำหลัง โดยการจัดลำดับตามความสำคัญและความจำเป็น

5.8 จะต้องมีภาระกำหนดกลวิธีและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงาน แต่ทั้งนี้จะต้องแจ้งรายละเอียดของกลวิธีในการปฏิบัติ ควร เปิดกว้างไว้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติพิจารณาถึงความเสถียรนำไปปฏิบัติตามความสามารถและให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ในขณะนั้น

5.9 นโยบายที่ที่จะต้องเป็นจุดร่วมหรือศูนย์ประสานกันของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์การ กล่าวคือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถใช้เป็นแนวทางเป็นหลักในการปฏิบัติภารกิจของตน และสามารถประสานสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ซึ่งมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป

6. สภาพการปฏิบัติจริงด้านการวางแผนในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลางแต่ความคาดหวังอยู่ในระดับมากและระดับมากที่สุด

การปฏิบัติจริงในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จากคำตอบของคณะทำงานประชาสัมพันธ์บอกว่าเกิดขึ้นที่ค่าเฉลี่ย 1.71 ของผู้บริหารสถานศึกษา 2.22 และครูอาจารย์ที่ 1.74 ขณะเดียวกันมีความคาดหวังในค่านี้ที่ 2.80 ,303 และ 3.02 ตามลำดับ โดยผู้บริหารกรมอาชีวศึกษามีความคาดหวังที่ 3.54

การที่องค์การหนึ่งองค์การใดจะทำการวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้น อาจจะทำหลายวิธี ขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับสูง จะทำการคัดลिनใจ (จิตรภรณ์ สุทธิวร เศรษฐ, 2536) เช่น

6.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งกระทำโดยบุคลากรภายในองค์การซึ่งเรียกว่า "in - house 'PR" (Frank jefkins)1977

6.2 โดยการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ (PR Consultancy) ให้วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ หรือ ให้ทำการประชาสัมพันธ์ให้

6.3 โดยการว่าจ้างบุคคลที่มีอาชีพด้านการสื่อสารมาเป็นผู้ทำการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้

6.4 โดยการศึกษาว่าจ้างนักเขียนอิสระ เป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้คนเหล่านี้
ในปฏิบัติการ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ แต่มีความรู้ความสามารถในการเขียนงานเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์และสารคดี (feature article) และผลิตชิ้นงานด้านการประชาสัมพันธ์

6.5 โดยการศึกษาว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ (PR counsellors)
อย่างไรก็ตาม ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การจะให้ผู้ใดผู้หนึ่งเป็นผู้วางแผนงานและดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหารหรือผู้ที่ทำการตัดสินใจนั้นจำเป็นต้องพิจารณา
ทั้งข้อดีข้อเสีย และพิจารณาตามเหตุผลและความเหมาะสม

7. สภาพการปฏิบัติงานจริงด้านการติดตามผลและประเมินผลในงานประชาสัมพันธ์ของ
สถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลางและน้อยตามลำดับ แต่ความคาดหวังอยู่ระดับมาก แต่คณะทำงาน
ประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังด้านการประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง

8. สภาพการปฏิบัติงานจริงด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาในเรื่องบุคลากร
งบประมาณ สาขางาน เครื่องมือ สื่อ กิจกรรมและการให้บริการข่าวสาร ภาวะแวดล้อม
และความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง
แต่ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านภาวะแวดล้อมและความร่วมมือ ความคาดหวังของ
ผู้บริหารสถานศึกษาคณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครู - อาจารย์อยู่ในระดับปานกลาง

9. สภาพการปฏิบัติงานจริงด้านพฤติกรรมการใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากร
ในสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก และความคาดหวังก็อยู่ในระดับมากด้วย

10. ด้านปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษามีปัญหาอุปสรรค
เกิดขึ้นในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีความคาดหวังในต้องการให้เกิดปัญหาอุปสรรคใน
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากผลการศึกษาวิจัย ข้อ 4.10 สรุปให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาคณะทำงานประชา-
สัมพันธ์ และครูอาจารย์มีความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรม

อาชีวศึกษาอยู่ในระดับมาก และผู้บริหารกรมอาชีวศึกษามีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านนโยบาย การวางแผน การติดตามผล บุคลากร และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน

ขณะที่เกี่ยวกับการปฏิบัติจริงด้านต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษามีการปฏิบัติจริงอยู่ในระดับปานกลาง และบางด้านการปฏิบัติจริงเกิดขึ้นในระดับน้อย คือการประเมินผล การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการให้บริการข่าวสาร ซึ่งเป็นความคิดเห็นของกลุ่มครู-อาจารย์

11. ความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกรมอาชีวศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา คณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครู-อาจารย์ เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ระหว่างกลุ่มทั้ง 4 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับในด้านนโยบาย การวางแผน การติดตามผล และด้านบุคลากร ในงานประชาสัมพันธ์ ผลที่ได้นี้ปฏิเสธสมมติฐาน

ส่วนความคาดหวังในด้านงบประมาณ สำนักงาน วัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือ สื่อ กิจกรรมและการให้บริการข่าวสาร ภาวะแวดล้อมและความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน พฤติกรรมการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสถานศึกษา และปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ผลที่ได้ยอมรับสมมติฐาน

12. การปฏิบัติจริงและความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา คณะทำงานประชาสัมพันธ์ และครู-อาจารย์ (ยกเว้นผู้บริหารสถานศึกษา) พบว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านนโยบาย การวางแผน การติดตามผล การประเมินผล บุคลากร งบประมาณ สำนักงานหรือสถานที่ เครื่องมือ กิจกรรมและการให้บริการข่าวสาร ภาวะแวดล้อมและความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน และพฤติกรรมการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลที่ได้ยอมรับสมมติฐาน แต่ก็ไม่มีความสัมพันธ์กันตามนัยสำคัญทางสถิติคือด้านปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลที่ได้ปฏิเสธสมมติฐาน

13. ความคาดหวังในด้านการใช้บริการ งานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษากับพฤติกรรมการใช้บริการอยู่ในปัจจุบันนี้ของครู-อาจารย์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

14. การปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ระหว่าง

สถานศึกษาดีเด่น สถานศึกษาเร่งรัดพัฒนาดีเด่น และสถานศึกษาทั่วไป มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านนโยบาย บุคลากร สำนักงาน งบประมาณ เครื่องมือ สื่อ ภาวะแวดล้อม และความร่วมมือ ผลที่ได้ยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านการวางแผน การติดตามผล การประเมินผล กิจกรรม และการให้บริการข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน พฤติกรรมการบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่มีความแตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติ ผลที่ได้ปฏิเสธสมมติฐาน

การปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ระหว่างสถานศึกษาต่าง ๆ นั้น ตามคำตอบจากการศึกษาวิจัยว่ามีความแตกต่างกันนั้น ช่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกประกอบอีกด้วย ตามสถานะของภูมิภาคที่ตั้งของสถานศึกษานั้น ๆ อาทิ ตั้งอยู่ในจังหวัดใหญ่ จังหวัดเล็ก ความเจริญเติบโตทางสังคม เศรษฐกิจของจังหวัด การแข่งขันทางด้านข้อมูลข่าวสารภายในจังหวัด โดยเฉพาะการใช้สื่อสารมวลชน เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียง บางจังหวัดสถานีวิทยุกระจายเสียงยังไม่ได้จัดตั้ง หรือค่าใช้จ่ายในการเช่าเวลาสถานีวิทยุต้องใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมาก สถานศึกษาไม่สามารถจะเช่าเวลาได้เนื่องจากงบประมาณในส่วนนี้ไม่ได้มีการจัดสรรไว้

นั่นคือการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษานแต่ละแห่งย่อมขึ้นอยู่กับโอกาส (opportunity) บางสถานศึกษาอาจมีความพร้อมแต่อาจไม่มีโอกาสก็เป็นไปได้เช่นกัน ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเกิดจุดด้อยขึ้นได้

15. ความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ระหว่างสถานศึกษาดีเด่น สถานศึกษาเร่งรัดพัฒนาดีเด่น และสถานศึกษาทั่วไป มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการติดตามผล บุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ สื่อ กิจกรรม และการให้บริการข่าวสาร ภาวะแวดล้อมและความร่วมมือ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชนผลที่ได้ปฏิเสธสมมติฐาน แต่ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติคือด้านนโยบาย การวางแผน การประเมินผล สำนักงาน พฤติกรรมการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสถานศึกษาและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ให้คำตอบว่า ความคาดหวังต่องานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความแตกต่างกันระหว่างสถานศึกษา คือ สถานศึกษาดีเด่น สถานศึกษาเร่งรัดพัฒนาดีเด่น และสถานศึกษาทั่วไป ดังรายละเอียดซึ่งแสดงอยู่ในตารางที่ 64-71 ซึ่งก็แสดงให้เห็นแนวคิดขั้นต้นหลักการทางวิชาการอีกประเด็นหนึ่งว่า ผู้คนที่อยู่ในสังคมที่มีความเจริญสูง มักจะมีความคาดหวังต่อสังคมนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ ส่วนบุคคลที่อาศัยอยู่ในสังคมที่กำลังพัฒนาหรือสังคมที่กำลังมีความเปลี่ยนแปลง เพื่อความเจริญยิ่งขึ้น ความคาดหวังของผู้คน

ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ต่อองค์การสถาบันอยู่ในระดับสูงหรือระดับมาก

จึงเห็นได้ว่า ความคาดหวังของบุคคลในสถานศึกษาที่เด่นต่องานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา นั้น จะอยู่ในระดับน้อยหรือปานกลาง (ค่าด้านต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์) เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังของบุคคลในสถานศึกษาเร่งรัดพัฒนาดีเด่น และสถานศึกษาทั่วไป

อันนี้เกี่ยวข้องกับวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่งานประชาสัมพันธ์มีเป็นของสำนักงานประชาสัมพันธ์เองเพื่อใช้ในการงาน มีพร้อมพอสมควรในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการประชาสัมพันธ์หรือเพื่อการสร้างสื่อ เช่น กล้องถ่ายรูป เครื่องขยายเสียง อุปกรณ์การเขียน ป้าย ประกาศโฆษณา เป็นต้น แต่ผู้บริหารกรมอาชีวศึกษาเห็นว่าสำนักงานประชาสัมพันธ์ควรมีวัสดุอุปกรณ์ต่อไปนี้เพิ่มเติมในงานประชาสัมพันธ์ คือ เครื่องอัดสำเนา เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องฉาย สไลด์ กล้องถ่ายวิดีโอ เครื่องวิดีโอ เครื่องโทรสาร (FAX) และเครื่องถ่ายเอกสาร

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทางการวิจัยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและในกลุ่มสถานศึกษาทั้งวิทยาลัยเทคนิค วิทยาลัยอาชีวศึกษา และวิทยาลัยเกษตรกรรม ฉะนั้นหากมีผู้สนใจจะทำการวิจัยในเรื่องเดียวกันนี้หรือในหัวข้อที่ใกล้เคียงกัน ผู้ทำการศึกษาวิจัยควรจะศึกษาในเขตภาคอื่นหรือในกลุ่มสถานศึกษาเฉพาะ เช่น สถานศึกษาที่เรียกว่า วิทยาลัยเทคนิค หรือเฉพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษา และหรือเฉพาะวิทยาลัยเกษตรกรรม ซึ่งในขณะเดียวกันนี้ ปัจจุบัน (2536) กรมอาชีวศึกษาได้เปิดสถานศึกษาใหม่เพิ่มขึ้นในทั่วทุกภาคและเกือบทั่วทุกจังหวัด โดยเฉพาะวิทยาลัยการอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ทำให้เกิดสถานศึกษาใหม่ขึ้นมากมายทั่วประเทศ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ที่น่าจะเป็นประโยชน์ถึงต่อผู้สนใจต้องการศึกษาวิเคราะห์วิจัยทางด้านการศึกษาประชาสัมพันธ์ในภาพหน้า และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับกรมอาชีวศึกษา สถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา นำไปใช้พิจารณาเป็นแนวทางในการพัฒนาโอบนวมและแผนการศึกษาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการจัดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาในอนาคตต่อไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่มากแล้วให้มากยิ่งขึ้น อันประโยชน์อันสุดท้ายนอกจากจะตกอยู่กับกรมอาชีวศึกษาและสถานศึกษาในสังกัดแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ผู้ปกครอง และหน่วยงาน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การอาชีวศึกษาที่มีอยู่มากมาย ซึ่งเท่ากับเป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของประชาชนอีกทางหนึ่งด้วย

แนวความคิดอันเป็นผลจากการศึกษาวิจัยพอสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. นโยบายและการวางแผนทางการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ควรมีการกำหนดอย่างชัดเจนโดยสอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงาน และนโยบายของการประชาสัมพันธ์ควรเป็นนโยบายในการดำเนินงานในลักษณะต่าง ๆ คือ ลักษณะที่เป็นการป้องกัน (preventive) ลักษณะที่เป็นการสร้างสรรค์ (constructive) และลักษณะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ (corrective) ซึ่งถือว่านโยบายการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาโดยแท้จริง คือการทำให้การดำเนินงานของสถานศึกษาเป็นไปโดยราบรื่น ทั้งนี้เกี่ยวข้องกับการวางแผนการดำเนินงานด้วย ซึ่งหมายถึงการกำหนดการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่สถานศึกษาตั้งไว้ รวมถึงการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรค และปัญหา ตลอดจนเป็นการเตรียมการป้องกัน และแก้ไขปัญหาก็อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

2. การติดตามผลและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา โดยทั่วไปแล้วบทบาทหน้าที่ของการติดตามผลและประเมินผล คือ การให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข้อสนเทศที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารและการจัดการสำหรับมาใช้ในการตัดสินใจกำหนดนโยบายและแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ เพื่อความก้าวหน้าขององค์การโดยส่วนรวม

ในด้านการประชาสัมพันธ์แล้ว หน้าที่ของการประเมินผลประชาสัมพันธ์ยังมีหน้าที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วคือ (จิตรารักษ์ สุทธิวิเศษชัย, 2536)

2.1 มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลและเปิดเผยความจริงเกี่ยวกับทัศนคติและความสนใจของประชาชนที่มีต่อองค์การและกิจกรรมการดำเนินงานขององค์การให้ผู้บริหารและฝ่ายจัดการได้ทราบเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานและแผนงานกิจกรรมต่าง ๆ ในการบริหารงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 มีหน้าที่ในการวิเคราะห์ศึกษาหาข้อมูลและรายงานถึงแนวโน้มและท่าทีของการแสดงออก ตลอดจนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายว่ามีแนวโน้มไปในทางใด ให้ผู้บริหารได้ทราบ เพื่อเป็นการเตรียมการป้องกันสำหรับแก้ไขปัญหาก็อาจจะเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้ และเพื่อใช้ข้อมูลเหล่านั้นในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.3 มีหน้าที่ในการติดตามความก้าวหน้าของแผนงาน โครงการและกิจกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ เพื่อเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพ อุปสรรค และปัญหาในการดำเนินงานกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เหล่านี้ สำหรับจะได้ให้ผู้บริหารหาวิถีทางในการแก้ไขปรับปรุงให้งานนั้นลุล่วงไปอย่างประสบความสำเร็จ

2.4 มีหน้าที่ในการวิเคราะห์ศึกษาการดำเนินงานของแผนและกิจกรรมที่ได้กำหนดไว้ นั้น ว่าได้เป็นไปตามแผนและวัตถุประสงค์ในการที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชนและขององค์การได้อย่างแท้จริงหรือไม่ ผลที่ได้มีความคุ้มค่าและมีคุณค่าต่อการดำเนินงานต่อไปหรือไม่ และหากมีต่อไปควรจะทำให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพียงใด

2.5 มีหน้าที่ในการวัดประสิทธิภาพของการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินผลทางการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบผลลัพธ์ที่ได้หรือการบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในแผนหรือโครงการ ข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินผลจะเป็นผลต่อการดำเนินงานของแผนและโครงการในคราวต่อไป ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงขั้นการหาข้อมูล การกำหนดกิจกรรม และการนำแผนไปสู่การปฏิบัติการประเมินผลทำให้ผู้ปฏิบัติได้ทราบว่าการดำเนินงานของแผนหรือโครงการและแต่ละกิจกรรมนั้นได้มีผลดีหรือผลเสียอย่างไร ควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน การจัดรูปแบบกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้นอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ และวัตถุประสงค์ของประเมินผล เพื่อให้ได้คำตอบดังนี้ (จิตรภรณ์ สุทธิวร เศรษฐ, 2536)

1. เพื่อตรวจสอบดูว่า ผลการปฏิบัติงานตามแผนการประชาสัมพันธ์ได้ช่วยให้สถาบันได้รับผลสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ เป็นการศึกษากาณานุกรมและสภาพขององค์การรวมทั้งเพื่อจะได้ทราบว่า มีสิ่งใดที่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะเกิดความเสียหายเสื่อมเสียชื่อเสียงจากเรื่องเล็กน้อยจนกลายเป็นเรื่องใหญ่ร้ายแรง

2. เพื่อตรวจสอบดูผลงานที่ได้ปฏิบัติงานไปนั้นว่าได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ หรือได้ไว้คุ้มค่าและประโยชน์แก่สังคมหรือสร้างคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอย่างไรบ้าง ซึ่งแสดงถึงความรับผิดชอบของกิจการสถาบันมีต่อสังคมเพราะผลที่ได้มานี้มีความหมายเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการดำเนินงาน การดำรงอยู่ได้ของธุรกิจและสถาบัน และเป็นการเตรียมไว้สำหรับขยายกิจการและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ

3. เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารได้แน่นอนขึ้นในการวางแผนนโยบายและการบริหารงาน ตลอดจนการวางแผนงบประมาณในการปฏิบัติงานทางการประชาสัมพันธ์ว่าควรเน้นในด้านใดได้อย่างถูกต้อง

4. เพื่อศึกษาและประเมินกลุ่มเป้าหมายว่ามีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างไรได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติโน้มนำไปในทางใด อย่างไรหรือไม่ต่อโครงการ เรื่องราวข่าวสารและ

นวมกรรมที่ได้เผยแพร่ออกไป รวมทั้งจะได้มีโอกาสประเมินผู้รับสารอื่นว่ามีใครอีกบ้าง นอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมาย

5. เพื่อต้องการที่จะทราบว่า ทฤษฎีการทั้งหลายอยู่ในลักษณะที่เพียงพอซึ่งกันและกันหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการใหญ่

3. ด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ปัญหาอุปสรรคประการหนึ่งที่สำคัญมากที่สุดที่จะทำให้การจัดการดำเนินได้ดี คือ บุคลากร ซึ่งได้แก่นักประชาสัมพันธ์หรือคณะทำงานประชาสัมพันธ์ บุคคลเหล่านี้จัดได้ว่าเป็นกลไกของสถานศึกษาหรือหน่วยงาน ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างประชาชนกับองค์การบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมนี้มีความรู้ความเข้าใจในการที่จะนำแผนงานประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติได้ถูกต้องและจริงจังหรือไม่

จากการศึกษาวิจัยพบว่าทุกสถานศึกษาผู้ที่ทำหน้าที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีวุฒิ ด้านนิเทศศาสตร์หรือการประชาสัมพันธ์ แต่จบ การศึกษาด้านอื่น และมาทำงานด้านนี้

โดยสรุป ปัญหาอุปสรรค การจัดการประชาสัมพันธ์ในด้านบุคลากร สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ปัญหาการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ขาดความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ และขาดประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

4. ในด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ควรได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ด้วยความจริงใจและจริงจัง จากผู้บริหารสถานศึกษาในด้าน สำนักงาน สื่อ เครื่องมือ และงบประมาณ

5. กิจกรรมและการให้บริการข่าวสาร รวมทั้ง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษา บ้าน ชุมชน ครู-อาจารย์ทุกท่านต้องไม่มีความคิดว่าเป็นหน้าที่ของคณะทำงานประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ถือเป็นหน้าที่ของทุกคนทุกฝ่ายในสถานศึกษา

และกันที่มีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทุกฝ่ายควรริบดำเนินการปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี และเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนในด้านภาพลักษณ์หรืออื่น ๆ ของสถาบัน

จากผลการศึกษาวิจัย ในครั้งนี้พอที่จะนำเสนอข้อเสนอนี้ดังกล่าวข้างต้นและขอสรุปวิธีการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์สรุปพอสังเขปดังนี้

1. ควรให้องค์การหน่วยงานและสถาบันจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง และเพียงพอสำหรับการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์
2. ควรจัดให้มีการอบรม หรือให้ความรู้ทางการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บังคับบัญชาาระดับสูง

หัวหน้าหน่วยงาน ผู้ปฏิบัติและร่วมงาน ให้เข้าใจงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

3. อบรมและฝึกงานให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคนิคและเครื่องมือประชาสัมพันธ์อย่างได้ผล

4. จัดให้มีการประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานต่าง ๆ อย่างจริงจัง

5. ชักชวนให้สื่อมวลชนต่าง ๆ ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารทางราชการ

6. ในด้านการปฏิบัติงาน จะต้องจัดให้มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนแน่นอนซึ่งทั้งนี้จะต้องมีนโยบายระดับชาติ และนโยบายของส่วนราชการที่ตีด้วย

7. จัดให้มีการวิจัยงานประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและมีการติดตามประเมินผลารค่าดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบข้อบกพร่องต่าง ๆ และดำเนินการแก้ไข

เท่าที่ยกข้อเสนอนี้มานำเสนอนี้ นั้น จะเน้นย้ำถึงด้านนโยบายการวางแผน การติดตามผลและประเมินผลในการจัดการค่าเงินงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษา ซึ่งจากผลการวิจัยสรุปให้เห็นว่าเป็นจุดอ่อนของการจัดการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา และข้อ เสนอ เหล่านี้เห็นควรนำมาใช้ในการแก้ปัญหาในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ การแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ จะลุส่งไปช่วยที่เท่าใดขึ้นอยู่กับผู้บริหารของสถานศึกษาของกรมอาชีวศึกษาที่จะให้ความสนใจหรือไม่ต่อปัญหา จุดที่หรือจุดอ่อนในงานประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย