

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด
ในเขตการศึกษา 9 มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ที่จะนำมาเสนอ ดังนี้

- 2.1 การประชาสัมพันธ์
- 2.2 ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ
- 2.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ
- 2.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมสามัญศึกษา
- 2.5 การบริหารงานในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด
- 2.6 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การประชาสัมพันธ์

2.1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า " การประชาสัมพันธ์" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Public Relations"

"ประชา" หรือ "Public" หมายถึง หมู่คน

"สัมพันธ์" หรือ "Relations" หมายถึง การเกี่ยวข้องผูกพัน ดังนั้น เมื่อนำเอาคำ 2 คำ
มารวมกันเป็น " ประชาสัมพันธ์ " จึงหมายถึง การเกี่ยวข้องผูกพันกับประชาชน

อย่างไรก็ดี ได้มีบุคคลสำคัญบางคน และสถาบันวิชาชีพด้านประชาสัมพันธ์บางแห่ง
ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้เหมือนกัน เช่น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า
การติดต่อสื่อสารเพื่อเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน (ราชบัณฑิตยสถาน. 2526)

สั่น ปัทมะทิน และคณะ (2520) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ
กิจกรรมที่ต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้ เพื่อสร้างเสริมความเชื่อถือศรัทธาในบุคคล และสถาบัน

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า คือวิธีการ
ของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างอารมณ์ หรือยังให้เกิด
ความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

มีความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย

ชม ภูมิภาค (2526) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือวิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และสนับสนุนความร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐาน

ละอาด ต้นศุภผล (2527) อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทย ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำ ต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นผลประโยชน์ให้สถาบันนั้น ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

วิรัช ภิรัตนกุล (2538) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การ สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง

สังคม ภูมิพันธ์ (2536) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า คือการสร้าง ความเข้าใจโดยการให้ข่าวสาร เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ และการสนับสนุน อีกทั้งให้เกิดเจตคติที่ดีต่อหน่วยงาน

เสรี วงษ์มณฑา (2527) อธิบายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นเรื่องของความพยายามที่มี การวางแผนล่วงหน้า ที่จะสร้างอิทธิพลเหนือความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชน ให้เกิดทัศนคติที่ดี ต่อหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ เพื่อที่จะนำไปสู่ความร่วมมือและความช่วยเหลือต่อไป ในอนาคต

ชาคริต จุลกะเสวี (2531) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีหมายถึง วิธีการของสถาบัน หรือหน่วยงานที่ดำเนินอยู่บนพื้นฐานของความจริงโดยมีแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง และมีการกระทำต่อเนื่องกันไป ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคล หรือสถาบัน กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มีความรู้ความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น สามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดี สมความมุ่งหมายมีการดำเนินงานในระบบยุควิถี (Two way process) หรือการสื่อสารแบบสองทางที่รับฟัง

ความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายมายังสถาบัน โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน

ระเด่น ทักษณา (2531) ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ คือกิจกรรมขององค์กรที่ทำต่อเนื่องอย่างมีแผน มีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความนิยมชมชอบ ความเลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจอันดี และความไว้นือเชื่อใจ

Scott M. Cutlip และ Allen H. Conter นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารหรือการสื่อความหมาย และความคิดเห็นจากองค์การไปสู่ประชาชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือประชาคมติด้วย

Edward L. Bernays ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ มีชื่อเสียงอีกคนหนึ่ง กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ คือ

- 1) การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบและเข้าใจ
- 2) การชักชวนโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วย กับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
- 3) การประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้เข้าใจกับจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งราชอาณาจักร ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า "การประชาสัมพันธ์" คือการกระทำที่มีการวางแผน อย่างสุ่มรอบคอบ และมีความพยายามอย่างไม่ลดละเพื่อสร้างสรรค์ และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกัน ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์เอาไว้ว่า " การประชาสัมพันธ์" เป็นอาชีพที่ให้บริการ ผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แก่บรรดาผู้ว่าจ้างและลูกจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์พื้นฐาน อยู่ที่ความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และสถาบันของสังคม

พรทิพย์ วรภิจโศคาทร (2536) ได้สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

- 1) มีการวางแผน การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่ว่าเป็นการกระทำที่จะทำให้มีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือจะทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชน กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถูกต้องนั้น การประชาสัมพันธ์ เป็นการทำงานที่มีแผนการ เตรียมไว้

อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงานโดยประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

2) เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว การประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องเป็น การกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้ เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่าง ลมำเสมอ และต่อเนื่อง การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนาน ๆ จะเป็นสาเหตุของ การเกิดความรู้ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน และจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อการ เกิดปฏิภรียาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้แล้ว การประชาสัมพันธ์ที่จะให้ ผลเห็นเป็นรูปธรรมได้จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของการประชาสัมพันธ์ ด้วย

3) มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์คือการโน้มน้าว จิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและบริการหรือสินค้าของ หน่วยงาน การที่จะมีทัศนคติที่ดีนั้นหมายถึง การมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มี ความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนหรือความร่วมมือ

4) มีความสัมพันธ์กับประชาชน ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับ ประชาชนแล้ว ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ ความสัมพันธ์นี้จะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงาน ก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็นและให้ ความสำคัญต่อปฏิภรียาได้ตอบ ของประชาชนด้วย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2532) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสารและสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากหน่วยงานไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและ ประชามติ (Public opinion) ที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดย มุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งฝ่ายหน่วยงานเองและกลุ่มประชาชน และช่วยให้หน่วยงาน สามารถปรับปรุงตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (Harmonious adjustment) กับสังคมได้

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มุ่งในด้านการพัฒนา และธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี กับประชาชน การประชาสัมพันธ์ที่ดี จึงต้องมีรากฐานอยู่ที่การกระทำดีต่อประชาชนและให้ ประชาชนได้รู้เห็นในพฤติกรรมดังกล่าว โดยนัยนี้ การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานเชิงสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและ สร้างสัมพันธ์ภาพที่กลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงานกับประชาชน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดการยอมรับ และความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทางการบริหารและช่วยให้ฝ่ายบริหาร คำนึงถึงประชาคมติ และการเผยแพร่หรือบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนอง ผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้งการช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการ ติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรม (Ethical communication) เป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือหน่วยงาน

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relation) ของประเทศอังกฤษ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "เป็นความพยายามที่สุ่มรอบคอบ มีการวางแผน และมีการติดตามผล เพื่อเสริมสร้างและรักษาซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างองค์กรกับ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย

บุญเรือง ถาวรสวัสดิ์ (2537) ได้สรุปคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกับการ ประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

การเผยแพร่ (Publicity) คือการกระจายข่าวสารขององค์ จากสถาบันไปสู่ประชาชน
สำนักงานเผยแพร่ (Press gentry) คือการเป็นตัวแทนเผยแพร่ข่าวสารให้แก่หน่วยงาน
ต่าง ๆ อาจจะเรียกชื่อว่า ตัวแทนเผยแพร่ข่าวสารหรือสำนักงานบริการเผยแพร่ก็ได้

การสารนิเทศ (Information) คือการให้บริการข่าวสาร หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่
ประชาชน เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจ

กิจกรรมสาธารณะ (Public affairs) คือกิจกรรมอันเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับ
ประชาชนทั่วไป

หน่วยติดต่อ - สอบถาม(Enquiry) คืองานส่วนย่อยส่วนหนึ่งของหน่วยงานประชาสัมพันธ์
โดยมีเจ้าหน้าที่คอยตอบข้อซักถามต่าง ๆ แก่ผู้มาติดต่อ

การโฆษณา (Advertising) คือการเผยแพร่สื่อสาร ชักจูงใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสินค้า
ผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ

การแถลงข่าว (News conference) คือการให้ข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
แก่สื่อมวลชน หรือผู้สนใจหรือผู้เกี่ยวข้องเพื่อนำไปเผยแพร่อีกทอดหนึ่ง

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์คือการสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ

ไปสู่กลุ่มประชาชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วยในขณะเดียวกัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจอันดี (Good relationship & good understanding) ต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งชื่อเสียงที่ดีและภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ที่ดี (Good image) ของหน่วยงาน

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

- 1) เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงาน หรือธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนเกี่ยวข้องได้ทราบ
- 2) เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงประชาติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
- 3) เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
- 4) เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์ และบริการที่บริษัทจำหน่าย อยู่รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย
- 5) เพื่อทำหน้าที่ขจัดความยุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน
- 6) เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงของหน่วยงาน

จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ กระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ รวมทั้งการขจัดปัญหาเหล่านั้นให้หมดสิ้นไปด้วย ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลได้ ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารของหน่วยงานนั้น ๆ

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญพอสรุปได้ 3 ประการ คือ

- 1) เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่สาธารณะ ความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญมากแก่การช่วยส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงาน และความดำรงอยู่รอดของหน่วยงาน

การสร้างคามนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่สาธารณชน จึงประกอบไปด้วย การปลูกกระตุ้น เพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยม เชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชน ให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธา ในนโยบายและการดำเนินการต่าง ๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งผลงานต่าง ๆ ที่ได้กระทำมาแล้ว ทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และบรรลุ

วัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของหน่วยงาน การได้รับความนิยมนิยคร้ทาดัวยแรงสนับสนุน
จากประชาชนจึงเป็นลัองสำคัญอันดับแรก ที่จะต้องคำนึงถึง และให้ความสนใจเป็นพิเศษด้วย
เหตุผลง่าย ๆ ที่ว่า หากหน่วยงานใดปราศจากความนิยมและแรงศรัทธาสนับสนุนจากประชาชน
แล้ว หน่วยงานแห่งนี้คงจะดำเนินงานด้วยความยากลำบาก และไม่อาจบรรลุวัตถุประสงค์
ตามต้องการได้

2) เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงหน่วยงานมิให้เสื่อมเสีย โดยที่ชื่อเสียงของหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญมาก หน่วยงานหลาย ๆ แห่งถึงกับยอมเสียผลประโยชน์สำคัญต่าง ๆ บางประการไป เพื่อแลกเปลี่ยนกับการรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน ทั้งนี้เพราะชื่อเสียงของหน่วยงานย่อมมีส่วนเกี่ยวโยงเชื่อมไปถึงภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงานด้วย ถ้าหากหน่วยงานนั้นมีชื่อเสียงไปในทางลบหรือเสื่อมเสียภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อหน่วยงาน หรือองค์กรแห่งนั้น ย่อมเป็นไปในทางลบหรือทางไม่ดีเช่นกัน ประชาชนอาจมีความรังเกียจ ขิงขัง ไม่อยากคบค้าสมาคมด้วย หรืออาจไม่ให้ความร่วมมือแก่องค์กรนั้นได้ เพราะมีความไม่ไว้วางใจหรือเคลือบแคลงระแวงสงสัยในชื่อเสียง พฤติกรรมขององค์กรแห่งนั้น

หน่วยงานหรือองค์การทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นองค์การประเภทใด จึงต้องพยายามปกป้องและรักษาชื่อเสียงของตนให้ดีเสมอ จะต้องมีการดำเนินการที่ซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา และมีการประพฤติปฏิบัติ ไม่มีเลศนัย เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงที่ดีขององค์การไว้ รวมทั้งการแสดงความออกของการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และการเป็นพลเมืองดี (Good citizen) มีการบริจาคเงินช่วยเหลือสาธารณกุศลเป็นครั้งคราว และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ การให้บริการผลประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้นับเป็นส่วนหนึ่งที่หน่วยงานหรือองค์การกระทำ ขึ้นเพื่อชื่อเสียงเกียรติคุณภาพลักษณ์แห่งองค์กรของตน องค์การทุกแห่งจะต้องระมัดระวังและให้ความสนใจเป็นพิเศษ ในเรื่องเกี่ยวกับชื่อเสียงของหน่วยงาน ด้วยการพยายามสร้างชื่อเสียงที่ดี และรักษาชื่อเสียงไว้ไม่ให้มัวหมอง หลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะนำความเสื่อมเสียชื่อเสียงมาสู่หน่วยงานหรือสถาบันของตน

3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน (Internal relationship) ความสัมพันธ์ภายในในที่นี้ หมายถึง ความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงาน หรือบุคลากรของหน่วยงานนั่นเอง

2.1.3 วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

Stephenson (อ้างถึงใน สุโขทัยธรรมาริราช, 2532) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์
ในทางปฏิบัติ เป็นการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งต่อไปนี้คือ

- 1) เพื่อดึงดูดความสนใจ
- 2) เพื่อสร้างความเชื่อถือ
- 3) เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้ จะทำให้หน่วยงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นั่นคือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชน พร้อมทั้งโน้มน้าว ชักจูงใจให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำของหน่วยงาน

นอกจากนี้ ความมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ ในเชิงปฏิบัติ (Public relations practice) โดยทั่วไปอาจจำแนกออกได้ 3 ประการ ด้วยกันคือ

1) เพื่อให้เกิดระบบการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way communication) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องกระทำโดยยึดระบบการติดต่อสื่อสารสองทางเสมอ กล่าวคือ เป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานไปสู่ประชาชน วิถีทางหนึ่ง และจากประชาชนย้อนกลับสู่หน่วยงานอีกวิถีทางหนึ่ง ฉะนั้น เมื่อหน่วยงานทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันก็ต้องรับฟังความคิดเห็น ปฏิกริยาตอบสนอง (Feedback) รวมทั้ง ประชามติและความต้องการของประชาชนด้วย วิธีการติดต่อสื่อสารระบบสองทางนี้จะทำให้ หน่วยงาน ได้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดและความต้องการที่แท้จริง ของกลุ่มประชาชนสามารถ นำมากำหนดเป็นนโยบาย และวิธีดำเนินงานของหน่วยงาน ให้สอดคล้องเหมาะสม ไปตาม ความคิดเห็น ความต้องการของกลุ่มประชาชน

2) เพื่อขจัดความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์แต่ละฝ่าย โดยพยายามหาวิธีการเพื่อสร้าง หรือก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน

ความเจริญเติบโตและการขยายตัวของสังคม ก่อให้เกิดความสลับซับซ้อนเพิ่มขึ้น มีผลทำให้มนุษย์ต้องติดต่อสื่อสารพึ่งพาอาศัยกันมากขึ้น บ่อยครั้งที่ทำให้เกิดการขัดแย้งกัน ในด้านผลประโยชน์ของแต่ละฝ่าย และก่อให้เกิดความเข้าใจผิดกันขึ้น การประชาสัมพันธ์จะช่วย ขจัดและลดความขัดแย้งต่าง ๆ เหล่านี้ได้ และช่วยประสานประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย

3) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตีร่วมกันบนพื้นฐานของความเป็นจริง และการได้รับข่าวสาร อย่างบริบูรณ์เต็มที่ (Full information) ปัจจุบัน ประชาชนจำนวนมากยังขาดแคลนข่าวสารต่าง ๆ จากองค์การและหน่วยงาน ทำให้ประชาชนไม่ทราบและไม่เข้าใจถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของหน่วยงาน ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวหน่วยงานได้ง่าย ช่องว่างระหว่าง หน่วยงานกับประชาชนจึงยังมีอยู่เสมอ การประชาสัมพันธ์จะช่วยลดช่องว่างเหล่านี้ โดยการสร้างความ เข้าใจร่วมกันบนพื้นฐานของความเป็นจริง และการได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์การ สร้างสรรค์

ความเข้าใจที่ดีร่วมกัน จึงอาจทำได้โดยการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ได้รับทราบข้อมูลจากหน่วยงานอย่างบริบูรณ์เต็มที่ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ออกไปนั้น จะต้องยึดหลักแห่งความจริง เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานอย่างถูกต้อง และจะต้องวางรากฐานอยู่ที่ความจริง ไม่มีการหลอกลวงหรือให้ข่าวสารที่เป็นเท็จโดยเด็ดขาด

การประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจ สื่อความรู้ ความคิดและชื่อเสียงไปสู่สังคมอย่างกว้างขวาง เพราะความเข้าใจอันดีนั้นประสานประโยชน์ สร้างสัมพันธภาพ บรรยากาศและการพัฒนาด้านอื่น ๆ

2.1.4 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารในระบบสองทาง ขององค์การสถาบันเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน

ในสังคมของคนในระบอบประชาธิปไตยนั้น เป็นสังคมที่มุ่งเสริมสร้างความสำคัญให้ประชาชนส่วนรวม ประชาชนมีสิทธิในการปกครองประเทศ มีเสรีภาพในการแสดงออกภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย หัวใจของระบอบประชาธิปไตยที่สำคัญยิ่งก็คือ ให้ประชาชนมีความเห็นร่วมกันในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ความเห็นพ้องต้องกันของประชาชน จะมีขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีวิธีการนานับประการทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งความเห็นร่วมกันโดยเสียซึ่งมาก ตามระบอบประชาธิปไตยดังกล่าว

ชม ภูมิภาค (2526) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นศาสตร์อย่างหนึ่ง และมีความลึกซึ้งซับซ้อนในการปฏิบัติมากมาย มีขอบข่ายกว้างขวางมาก ครอบคลุมไปถึงงานในฝ่ายต่าง ๆ แทบทั้งหมดแม้ แต่เรื่องของการค้นคว้าวิจัยการสืบเสาะหาข่าว การรายงานข่าวการทำหนังสือพิมพ์ งานด้านวิทยุโทรทัศน์ แม้แต่งานด้านบัญชี บริหารธุรกิจ ก็ล้วนแต่เกี่ยวข้องและเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งสิ้น

นอกจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนปลูกเร้าให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในกลไกของรัฐเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ และให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศด้วย

2.1.5 หลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

บุญเรือง ถาวรสวัสดิ์ (2537) ได้อธิบายถึงหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องทำก่อนงานทุกชนิด เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน มิฉะนั้น โครงการที่กำหนดอาจจะไม่ประสบความสำเร็จ

2) ต้องทราบวัตถุประสงค์ นโยบายของหน่วยงานอย่างถูกต้อง ทราบความตื้นลึกหนาบางของปัญหา เพื่อการวางแผนจะได้ถูกต้อง

3) ในการวางแผน ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ครั้นนั้นว่าเพื่อแก้ปัญหาอะไร หรือเพื่อเกิดความเข้าใจอะไร

4) ต้องเผยแพร่เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดี

5) ถ้าต้องการเข้าใจผิด ต้องรับหาทางแก้ไขโดยเร็วถ้าจำเป็นต้องแก้ แต่บางกรณีอาจปล่อยให้หายไปเอง

6) เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ต้องตรวจตราให้มีข้อบกพร่องทั้งภายในและภายนอก

7) การแก้ความเข้าใจผิดทางตรง ต้องมีหลักฐานที่เชื่อถือได้

8) การแก้ความเข้าใจผิดทางอ้อม เชิญสื่อมวลชนหรือผู้นำความคิดเห็น มาจัดอภิปรายจัดนิทรรศการ หรือแสดงความคิดเห็น

9) ต้องคำนึงถึงเรื่องที่จะส่งเสริม รักษาชื่อเสียงและความศรัทธาต่อหน่วยงานของตน

10) การประชาสัมพันธ์ต้องพูดความจริง

11) การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณา เพราะการโฆษณา ไม่พูดความจริงเสมอไป

12) การประชาสัมพันธ์ต้องคู่กับการทำความดี

13) การประชาสัมพันธ์ทำกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภายในและภายนอก

14) การใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารนั้นต้องมีการวางแผน เพื่อใช้สื่อที่เหมาะสม

15) ต้องร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่น ในกิจกรรมเพื่อส่วนรวม เพื่อสร้างศรัทธาความเชื่อถือ

16) ต้องทำตนเป็นคนโอบอ้อมอารี บ้างครั้งต้องอุทิศทรัพย์เงินทองบริจาคบ้าง

17) การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่งานโฆษณาสินค้า ที่ไม่เสียเงินอย่างที่มีผู้เข้าใจ แต่เป็นงานที่มีค่าใช้จ่ายมากทีเดียว

18) ผลงานของการประชาสัมพันธ์นั้น มองไม่เห็นหรือวัดได้ด้วยตาเปล่า อย่างผลธุรกิจการค้า แต่หากเป็นนามธรรม ไม่ใช่รูปธรรม

19) การติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์ มี 2 ทาง คือ จากสถาบันไปสู่ประชาชนและจากประชาชนไปสู่สถาบัน

20) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีขั้นตอนในการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน คือ สำรวจ เตรียมทำ ทำ และติดตามผล

21) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ถ้ามีเวลาวางแผนมาก ได้ผลดีกว่ามีเวลาน้อย

22) ในการวางแผน จะมี 2 แผน คือ แผนระยะยาวที่ทำต่อเนื่องกัน และแผนระยะสั้น เพื่อแก้ปัญหาปัจจุบันทันด่วน

23) การรณรงค์ ต้องกำหนดหัวข้อและคำขวัญ เช่น ถ้าเรื่องยาเสพติดอาจจะมี คำขวัญที่ว่า "อย่าเป็นทาสยาเสพติด"

24) การเขียนคำขวัญต้องเป็นลักษณะเคลื่อนไหวไม่อยู่กับที่เป็นเรื่องของกรมีปฏิกิริยา เช่น ประทศ ให้รางวัลฯ

25) การเผยแพร่ที่ได้ผล ต้องให้ข่าวสารที่หาได้ง่าย

26) ต้องพิจารณาหาทางให้ชื่อเสียงของสถาบันเรา ไปประทับอยู่ในความทรงจำให้มากที่สุด

27) การทำให้เกิดความประทับใจครั้งแรก จะสร้างความศรัทธาได้มาก

28) การติดต่อกับประชาชน ต้องอาศัยผู้นำความคิดในท้องถิ่นเป็นเครื่องมือด้วย เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู หรืออื่น ๆ

29) อย่าคิดว่าประชาชนไม่มีความรู้ โดยให้ข่าวสารเพียงด้านเดียวควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ตัดสินใจเองด้วย

30) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจ หรือแนะนำหาทางออกให้ ไม่ใช่ ปฏิเสธหรือบ่ายเบี่ยงอย่างขอไปที

31) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณสมบัติที่ดี มีความรู้กว้างขวางโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องการประชาสัมพันธ์

32) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องอดทน มีความคิดริเริ่มดี มีความรู้ความสามารถ ในเรื่องการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

33) รู้จักใช้ภาษาที่รัดกุมถูกต้องตามเหตุการณ์

สะอาด ตันศุภผล (2527) และวิรัช ลิขิตนกุล (2529) ได้เสนอหลักการประชาสัมพันธ์ ว่าเป็นแนวทางเดียวกัน 3 ประการ คือ

1) การบอกกล่าวเผยแพร่ คือการบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข้อความเคลื่อนไหวขององค์กร สถาบัน ให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว

2) การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดทางด้านวิชาการ วิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการ ป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง สำหรับการแก้ไขความเข้าใจผิด

จะต้องรับดำเนินการแก้ไขโดยด่วน เป็นไปอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์การสถาบันเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน

3) การสำรวจประชามติ องค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ต้องทราบที่ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน เพื่อองค์การสถาบัน จะสามารถตอบสนองให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน

2.1.6 กระบวนการประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ การลำดับขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ พรทิพย์ วรกิจโกศาธร (2531)

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) ขั้นวิจัย การรับฟัง
- 2) ขั้นการวางแผน ตัดสินใจ
- 3) ขั้นการติดต่อสื่อสาร การปฏิบัติการ
- 4) ขั้นการประเมินผล

สะอาด ตันศุภผล (2527) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การวิจัยค้นคว้า
- 2) การวางแผน
- 3) การติดต่อ
- 4) การตรวจวัดผล

อรุณ งามดี (2527) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ

- 1) ขั้นศึกษาวิจัย หรือค้นคว้าหาข้อเท็จจริง
- 2) ขั้นการวางแผน
- 3) ขั้นการติดต่อสื่อสาร
- 4) ขั้นการประเมินผล

พรทิพย์ วรกิจโกศาธร (2532) ได้สรุปกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2) การวางแผนประชาสัมพันธ์

3) การสื่อสารประชาสัมพันธ์

4) การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์

สังคม ภูมิพันธุ์ (2536) ได้สรุปกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1) การวิจัย รับฟัง

2) การวางแผน การตัดสินใจ

3) การติดต่อสื่อสาร การปฏิบัติการ

4) การประเมินผล

ดังนั้น ขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่พอประมวลได้ ดังนี้

1) การสำรวจ ค้นหา (Research) คือการศึกษารายละเอียดข้อมูล การศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์ เหตุการณ์ สถาบัน ภูมิหลัง เพื่อปัญหาต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยการค้นคว้าหาข้อมูลที่มีอยู่ในหน่วยงาน จากรายงานจดหมายบันทึกต่าง ๆ รายงานประจำปี ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เข้าใจหน่วยงาน เข้าใจนโยบายวัตถุประสงค์ที่แท้จริง การศึกษาปัญหาภายในหน่วยงานเพื่อให้รู้ว่าอะไรคือปัญหาภายใน ส่วนปัญหภายนอกหน่วยงานก็ใช้วิธีลำดับรับฟังเหตุการณ์ รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและการสำรวจตรวจสอบประสามติ ซึ่งควรทำเป็นครั้งคราวอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสำรวจแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โทรศัพท์ หรือส่งนักสำรวจ นักสัมภาษณ์ ออกไปสอบถามประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนทั่วไป

2) การวางแผน (Planning) คือการนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้มาพิจารณาประกอบการวางแผนและการตัดสินใจ เพื่อหาแนวทางประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดีมากที่สุด การประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีการวางแผนไว้ ส่วนมากจะประสบอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ไม่สามารถดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จได้ การวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ความทันเวลา ทันต่อเหตุการณ์โดยการกำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวิธีการดำเนินการเลือกสรร เลือกสื่อ หรือเลือกช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดกิจกรรมว่าจะทำอะไรบ้าง ปริมาณและค่าเป็นอย่างไร พร้อมทั้งกำหนดเวลา กำหนดบุคลากร และกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย

3) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ ขั้นตอนของการที่จะติดต่อสื่อสารกับประชาชนการออกไปดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารตามแผน และขั้นตอนของการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้สัมภาษณ์ผู้บริหาร การแถลงข่าวสื่อมวลชน การประชุมแถลงข่าว การนำเยี่ยมชมกิจการ การนำภาพยนตร์ไปฉาย การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง และการจัด

รายการโทรทัศน์ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสาร และ ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (Feedback) เป็นการสื่อสารสองทาง

4) การประเมินผล (Evaluation) คือ การตรวจสอบ หาข้อบกพร่อง หาข้อมูลใหม่และ นำไปวิเคราะห์ หาทางปรับปรุงการดำเนินงานแล้ว หมุนเวียนไปสู่ขั้นตอนที่หนึ่ง คือการเก็บ รวบรวมข้อมูลต่อไปอีก เป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปอย่างมีความสำคัญ เป็นผลซึ่งกันและกัน ทุกขั้นตอน เพื่อที่จะดูว่าได้ผลคุ้มค่าหรือไม่ มีผลตกค้าง มีผลกระทบอย่างไร และคุ้มกับ ความพยายามหรือไม่ การประเมินเป็นการประเมินประสิทธิภาพ และประเมินผลของงานเพื่อ ดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องในการดำเนินงาน รวมทั้งการวางแผนต่อไป การประเมินสามารถทำ ได้ทั้งก่อนและหลังการดำเนินงานและขณะดำเนินงาน และภายหลังจากการดำเนินงานสิ้นสุดแล้ว

Cutlip และ Center (1978) ถือว่า เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการ และนักประชาสัมพันธ์ทั่วไปมากที่สุด เขาได้กำหนดงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

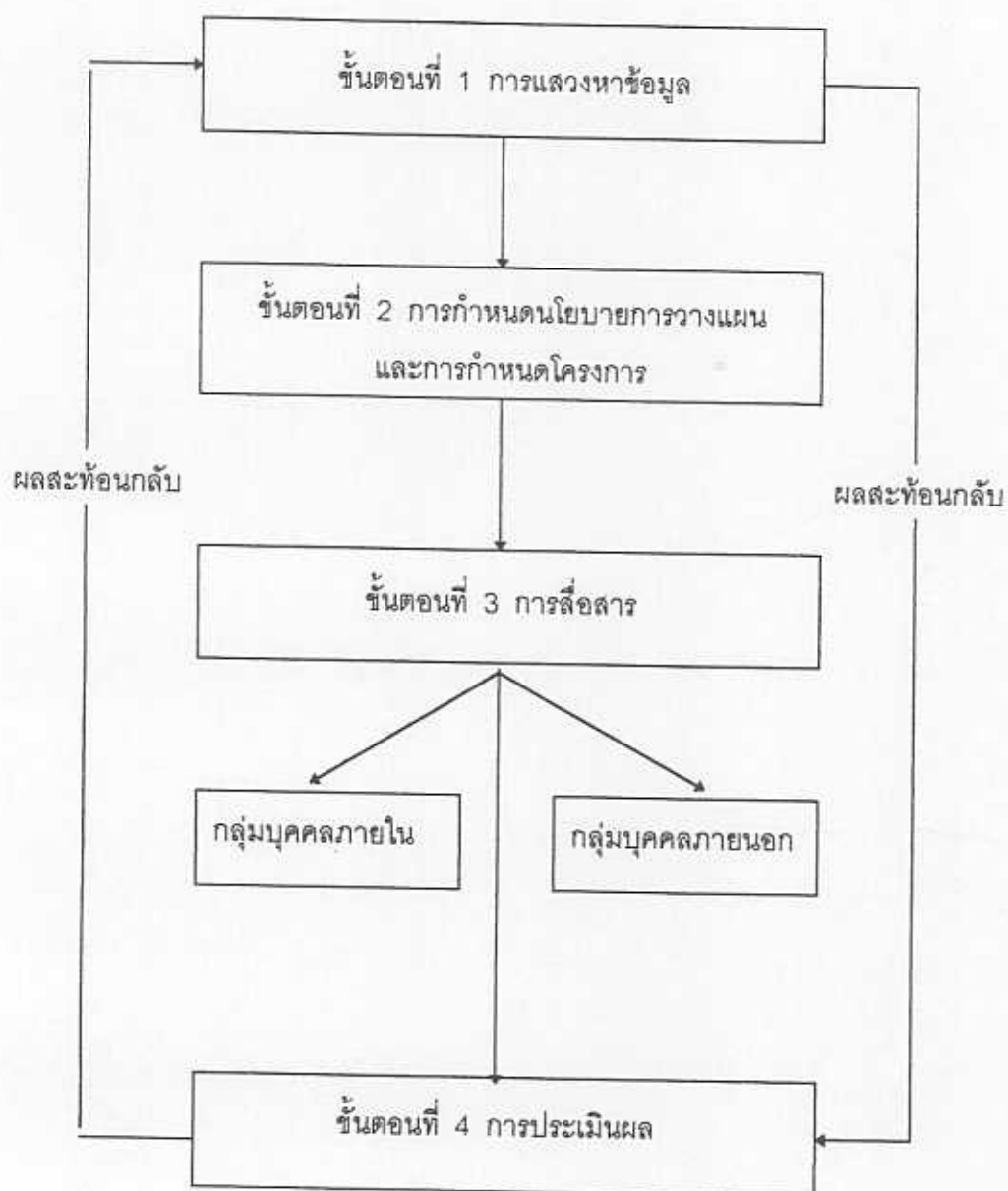
1) การวิจัย - การรับฟังความคิดเห็น (Research listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ "ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่" เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2) การวางแผนการตัดสินใจ (Planning - decision making) เป็นขั้นตอนของการวางแผน และการตัดสินใจว่าจะให้กิจกรรม และกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้าง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่

3) การติดต่อสื่อสาร (Communication - action) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตาม แผนที่วางไว้ในขั้นตอนที่ 2 โดยใช้เครื่องมือและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร

4) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่างานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้น ได้ผลดีมากน้อยเพียงใด

จากหลักการและแนวคิดของนักวิชาการ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ พอสรุปได้ว่าในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นขั้นตอนและกระบวนการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป มีการสำรวจตรวจสอบความคิดเห็นหรือประชาคมติ เจตคติ เพื่อศึกษาดูปัญหา แล้วนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และดำเนินการ ตามแผนที่วางเอาไว้ ตลอดจนมีการประเมินว่าได้ผลมากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงต่อไป ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

(ที่มา : พรทิพย์ วรกิจโกศาธร. 2531)

2.1.7 คุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากขึ้นอยู่กับผู้บริหารแล้ว บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ นักประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องมีหน้าที่ความรับผิดชอบมาก ถ้าการประชาสัมพันธ์ไร้ประสิทธิภาพย่อมเป็นอันตราย ต่อชื่อเสียงของหน่วยงานนักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องรอบรู้ในข่าวสารข้อมูลทั้งหมดของหน่วยงาน และสามารถถ่ายทอดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นักวิชาการ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติ และหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ไว้มากมาย ดังนี้

วิจิตร อวระกุล (2539) กล่าวว่า ผู้ที่จะปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมี คุณสมบัติ ดังนี้

- 1) มีความรู้ความเข้าใจ ความสามารถในเรื่องกลไกการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
- 2) มีความรับผิดชอบต่องานประชาสัมพันธ์ ไม่หลีกเลี่ยงเมื่อเกิดวิกฤติการณ์อันมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับความมุ่งหมาย นโยบาย ตลอดจนเสถียรภาพของหน่วยงาน
- 3) สามารถวางแผนให้คำแนะนำ ในการดำเนินนโยบายประชาสัมพันธ์ แก่ผู้บริหาร ให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงาน
- 4) มีความคิดริเริ่ม ตัดสินใจได้ฉับพลันและถูกต้องเป็นส่วนมาก
- 5) มีความรู้ความเข้าใจลักษณะงาน สภาพแวดล้อม ตลอดจนบุคคลทุกระดับของหน่วยงาน
- 6) มีความสามารถเข้าใจในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเขียนข่าว บทความ สุนทรพจน์ แถลงการณ์ วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ
- 7) มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้ากับผู้อื่นได้ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานได้เสมอ

วิรัช สภรัตน์กุล (2526) ได้กล่าวไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีความรู้ความเข้าใจ หลักการของการประชาสัมพันธ์ มีความเข้าใจความคิดและพฤติกรรมของผู้อื่นมีความรู้เกี่ยวกับองค์กร มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

สมชาย หิรัญกิจ (2531) ได้กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้มีความสามารถ ทำหน้าที่ เคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้บริหาร ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นผู้มีคุณสมบัติอันเป็นจุดเด่น ที่สำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) มีความเข้าใจในการกิจ และการดำเนินงานขององค์กรทุกขั้นตอนโดยละเอียด และอย่างถูกต้อง นับตั้งแต่วัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กร นโยบายการดำเนินงาน แผนงาน

และโครงการ ผลการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหา อุปสรรคที่เผชิญอยู่อย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดและเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริง เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ต่อไปอย่างถูกต้องทันทั่วถึง

2) มีความคิดริเริ่มหรือเผยแพร่ข่าวสาร ออกไปในจังหวะและโอกาสที่เหมาะสม โดยไม่ต้องรอแต่เพียงรับคำสั่งให้ปฏิบัติ นอกจากนั้น จะต้องมีการตื่นตัว หูตากว้าง โดยการแสวงหาข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรให้มากที่สุด

3) มีความใกล้ชิดกับผู้บริหาร โดยต้องคอยติดตามเพื่อรับทราบความเคลื่อนไหว ในการตัดสินใจ และการดำเนินงานของผู้บริหารตลอดมา ทำตนเป็นที่ปรึกษาที่ดี และเป็นผู้รู้ใจผู้บริหารให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถพูดแทนผู้บริหารได้โดยถูกต้องทันทั่วถึง ในทุกโอกาส

4) มีมนุษยสัมพันธ์ดี โดยเป็นผู้มีอัธยาศัย กริยามารยาท การวางตัว และบุคลิกลักษณะที่น่าคบหา มีความจริงใจในการคบหาสมาคมกับผู้อื่น การเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีย่อมสร้างความศรัทธาให้บังเกิดแก่ผู้อื่น อันจะช่วยส่งผลการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้นในที่สุด

5) มีความจริงใจต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหาร โดยมีความรับผิดชอบที่จะช่วยแก้ปัญหาที่ผู้บริหารเผชิญอยู่ด้วยความตั้งใจและจริงใจ ในบางโอกาสก็อาจจะต้องก้าวออกมา รับหน้าแทนผู้บริหารอย่างเต็มตัว โดยไม่หลบเลี่ยงเอาตัวรอดจากปัญหาที่เกิดขึ้นไปเสีย

6) มีความขยันอดทน เสียสละ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องมีความรับผิดชอบต่องานตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ไม่ใช่จะรับผิดชอบเพียงในวันเวลาราชการเท่านั้น เมื่อหมดเวลาก็รีบกลับแต่ในยามจำเป็น นักประชาสัมพันธ์อาจจะต้องอยู่รับรองแขกจนดึกดื่น อาจต้องทำงานในวันหยุดราชการ ต้องมีความขยันอดทน เพื่อความสำเร็จของงาน นักประชาสัมพันธ์จะต้องอดทนต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ และคงทนที่จะติดตามให้คำชี้แจงแก่ผู้เกี่ยวข้องซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนกว่าการประชาสัมพันธ์จะสำเร็จผลตามที่ต้องการ

7) มีการดำเนินงานในลักษณะประหยัด โดยรู้จักการใช้สื่อและวิธีการที่จะเป็นประโยชน์สูงสุด แต่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อประหยัดงบประมาณรายจ่ายด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรเท่าที่จะทำได้

8) ขอบใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรต้องใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ทั้งด้านความรู้ในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ อันเป็นหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงและความรู้รอบตัวในด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อจะได้นำความรู้ใหม่ ๆ เหล่านั้นมาปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และทันสมัยยิ่งขึ้น การศึกษาหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่จะทำให้น

เป็นผู้มีความรอบรู้กว้างขวางขึ้น มีความพร้อมที่จะพูดคุยกับแขกในระดับชั้นต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ และเพิ่มเติมความศรัทธาให้แก่แขกได้มากขึ้น

9) ไม่มุ่งประชาสัมพันธ์ตนเอง การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน นักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีความสำนึกในความรับผิดชอบ ที่ตนจะต้องมีต่อองค์กรอย่างเต็มที่ โดยต้องทุ่มเทสติปัญญา ความคิด เวลา และกำลังใจทั้งหมดแก่งานอย่างจริงจัง ไม่เป็นผู้ทำงานอย่างฉาบฉวย และคอยจ้องแต่โอกาสที่จะทำงานเพื่อตนเอง หรือมุ่งแต่จะประชาสัมพันธ์ แก่ตนเองมากกว่า หน่วยงาน

ขวัญเรือน อภิณธ์ (2539) ได้กล่าวโดยสรุปว่า นักประชาสัมพันธ์ที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เป็นที่นิยม เลื่อมใสของประชาชนย่อมมีโอกาสและได้เปรียบมากกว่า ในด้านการชักจูงหรือสร้างประชามติได้โดยง่าย และในส่วนของกรมที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมนั้นประกอบไปด้วยความอยากรู้ อยากรูเห็น หมั่นศึกษาค้นคว้า ความมีชั้นเชิงทางการพูด มีกิริยาท่าทางที่น่าประทับใจ มีความสนใจผู้อื่น มีความเป็นกลางไม่อคติ มีความศรัทธาอย่างแรงกล้า มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจของประชาชน มีความซื่อสัตย์และจริยธรรม มีไหวพริบและวิจารณญาณที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม มีความขยันอดทน และสู้งานหนักได้เสมอ มีความรับผิดชอบได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และมีความสุข รอบคอบ โดยเฉพาะการพูดหรือการกระทำหากพลาดพลั้งจะเกิดความเสียหาย นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถทางด้านการคิด เขียน พูด และฟัง เป็นต้น

นอกจากคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารต้องพิจารณา เพราะมีส่วนผลักดันให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ประสบผลสำเร็จแล้ว ผู้บริหารยังต้องคำนึงถึงการกำหนดภาระหน้าที่ กิจกรรมต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ด้วยว่า มีขอบเขตแค่ไหน เพียงใด

สมาคมการประชาสัมพันธ์ แห่งสหรัฐอเมริกา (1968) ได้จำแนกประเภทของงานนักประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

- 1) งานด้านการเขียน นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความสามารถ ในด้านการเขียน เป็นอย่างดี เช่น การเขียนบทความเผยแพร่ การเขียนข่าวแจก
- 2) งานบรรณาธิการ จัดทำวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน จัดหมายข่าว หนังสือรายงานประจำปี
- 3) งานกำหนดตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าว หรือติดต่อกับสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจว่าข่าวประเภทใดที่สื่อมวลชนต้องการ

- 4) งานด้านการส่งเสริม เช่น การจัดกิจกรรม หรืองานนิทรรศการ การนำเยี่ยมชมกิจการ
- 5) งานด้านการพูด นักประชาสัมพันธ์จะต้องพร้อมที่จะแสดงที่แจ้งแก่ประชาชนในโอกาสต่าง ๆ หรืออาจมีหน้าที่ในการร่างสุนทรพจน์ให้แก่ผู้บริหาร
- 6) งานด้านการผลิต นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ เกี่ยวกับการผลิตสื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ
- 7) งานด้านการวางแผน นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักการวางแผนประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะขององค์กร
- 8) งานด้านโฆษณาสถาบัน นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ คือ การโฆษณาเพื่อหวังผลในด้านชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ของหน่วยงาน
อรุณ งามดี (2527) ให้ความเห็นถึงหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่าประกอบด้วย
 - 1) ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร และเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์
 - 2) สำรวจประชาคมติ และความรู้นึกคิดของประชาชน
 - 3) วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน
 - 4) ส่งเสริมให้ประชาชนสนใจหน่วยงานและสมัครเข้าทำงาน
 - 5) สร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ
 - 6) สร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานกับสื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป

2.2 ประวัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

จากประวัติของกระทรวงศึกษาธิการ (กระทรวงศึกษาธิการ. 2539) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ จากอดีตถึงปัจจุบันว่า การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีพร้อมกับการจัดตั้งกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อปีพุทธศักราช 2435 แล้ว แต่ทั้งนี้งานประชาสัมพันธ์ ในระยะแรกยังไม่ปรากฏเป็นรูปแบบที่ชัดเจน ของการปฏิบัติงานและการแบ่งส่วนราชการ ซึ่งการจัดการศึกษาในอดีตตามประวัติของกระทรวงศึกษาธิการ กล่าวถึงงานด้านการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการชักชวน ชักนำให้เด็กเข้ารับการศึกษา หรือจูงใจให้เด็กมารับการศึกษา เพื่อนำไปประกอบอาชีพในสาขาต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ผลงานของการศึกษา โดยจัดงานศิลปหัตถกรรมครั้งแรกในปี 2445 ที่โรงเรียนสวนกุหลาบ เหล่านี้เป็นเครื่องแสดงว่างานการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษามีมาตลอด



เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2495 เป็นวันครบรอบ 60 ปี กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดให้ม้งานฉลองผลงานความก้าวหน้าของกระทรวงศึกษาธิการ โอกาสนี้ได้เปิดหอประชุมกระทรวงศึกษาธิการ ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแหล่งในการอบรมให้ความรู้แก่ข้าราชการครู หอประชุมแห่งนี้สร้างขึ้นโดยได้รับความร่วมมือในการบริจาคเงินจากบรรดาครูอาจารย์ทั่วประเทศ และในปีนี้อองกองเผยแพร่การศึกษา ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2495 และอยู่ในสังกัดของกรมวิชาการ มีหน้าที่เผยแพร่การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อให้ได้ทราบว่าการศึกษาคืออะไร กระทรวงศึกษาธิการมีวิธีการจัดการศึกษาอย่างไร และประชาชนมีหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษาอย่างไร เพื่อจะได้มีความเข้าใจและให้ความร่วมมือช่วยเหลือไม่ขัดแย้งโดยขาดความเข้าใจอันถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ช่วยเหลือประชาชนในด้านให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการศึกษาและอาชีพอีกด้วย สมัยนั้น กองเผยแพร่แบ่งส่วนราชการออกเป็น 2 แผนก คือ

1) แผนกเผยแพร่การศึกษา มีหน้าที่ติดต่อกับประชาชนเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องการศึกษา และการจัดการศึกษาของประเทศไทย ทั้งมุ่งหมายที่จะให้ผู้ปกครอง ให้ความร่วมมือกับโรงเรียนโดยใกล้ชิดอีกด้วย

2) แผนกแนะนำการศึกษาและอาชีพ มีหน้าที่ส่งเสริมให้ประชาชนเลือกแนวการศึกษาให้แก่นักเรียนในปกครองได้ถูกต้อง ตลอดจนแนวการศึกษาวิชาชีพต่าง ๆ ด้วย

ในปี พ.ศ. 2497 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้กระทรวงศึกษาธิการ จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่บทความเกี่ยวกับความรู้ การศึกษาด้านต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับรายการบันเทิง ดนตรี ฯลฯ บ้างตามสมควร ให้ชื่อว่า "สถานีวิทยุศึกษา" สถานีนี้อยู่ในวิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ และให้อยู่ในสังกัดกองเผยแพร่การศึกษา เริ่มทำการกระจายเสียงตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2497 เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน สังกัดในศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา กรมการศึกษานอกโรงเรียน

ต่อมากระทรวงศึกษาธิการพิจารณาเห็นว่า กองเผยแพร่การศึกษาทำหน้าที่ติดต่อกับประชาชนและหน่วยราชการต่าง ๆ มาก เพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงได้โอนกองเผยแพร่การศึกษานี้ไปสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อเดือน ตุลาคม 2497 และปรับปรุงขยายงานจากกองเป็นแผนกต่าง ๆ ดังนี้

- 1) แผนกเผยแพร่การศึกษา
- 2) แผนกแนะนำแนวการศึกษาและอาชีพ
- 3) แผนกข่าวและวารสาร
- 4) แผนกวิทยุกระจายเสียง

ต้นปี พ.ศ. 2501 ได้เริ่มงานวิทยุโรงเรียนขึ้น โดยมุ่งหวังให้วิทยุโรงเรียนเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์การสอนที่ศิษย์ครู

พ.ศ. 2502 กระทรวงศึกษาธิการอนุมัติให้กองเผยแพร่การศึกษา เปิดรับสมัครโรงเรียนที่สนใจกิจการวิทยุโรงเรียนเข้าเป็นสมาชิกรับฟัง

พ.ศ. 2503 กองเผยแพร่การศึกษาจัดเผยแพร่การศึกษาทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก โดยมีองค์การค้ำของครูสภาเป็นผู้อุปถัมภ์

พ.ศ. 2504 กองเผยแพร่การศึกษาจัดเผยแพร่การศึกษา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีอีกสถานีหนึ่ง โดยใช้เงินงบประมาณและเงินอุดหนุนจากครูสภา

เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2506 ได้ดำเนินการยุบแผนกต่าง ๆ และให้ข้าราชการในแผนกต่าง ๆ รวมทั้งศึกษานิเทศน์ของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สังกัดกองเผยแพร่การศึกษาขึ้นตรงต่อผู้อำนวยการกอง มีผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง เป็นผู้ช่วยปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านบริหาร

ต่อมา พ.ศ. 2515 รัฐบาลคณะปฏิวัติ ซึ่งมีจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรี มีประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 270 ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ปรับปรุงส่วนราชการในกรมวิชาการขึ้นใหม่ และได้โอนกองเผยแพร่การศึกษา จากสำนักงานปลัดกระทรวงรวมกับงานแผนกโสตทัศนศึกษา กรมสามัญศึกษา และงานผลิตวัสดุอุปกรณ์การศึกษาของกรมวิชาการตั้งเป็นศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาขึ้น

ดังนั้น เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 จึงได้จัดตั้ง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นในกองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบควบคุมดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ติดต่อประสานงานกับผู้แทน สื่อมวลชนทั้งของรัฐบาลและเอกชน ดำเนินการหาข้อเท็จจริงประกอบ ในการแถลงข่าวการให้ข่าวสารการแก่ข่าวสารของกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวง อธิบดีและหัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ในกระทรวงศึกษาธิการ

และต่อมาในสมัย นายนิพนธ์ ศศิธร เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการขึ้น โดยมี นายบรรจง ชูสกุลชาติ รองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (ดำรงตำแหน่งขณะนั้น) เป็นประธานคนแรก เลขาธิการกรมทุกกรมเป็นกรรมการ และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์กองกลาง สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการเป็นกรรมการและเลขานุการ ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าว ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามวาระของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน

พ.ศ. 2519 นายจุฑา วงศ์ลัยณ์ห์ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีบันทึกที่ ศธ 0201/22665 เรื่อง ให้แผนกประชาสัมพันธ์ และเลขานุการกรมเลืกออกข่าวโดยลำพังคงอำนาจเฉพาะอธิบดีเท่านั้น ที่จะออกข่าวหรือให้สัมภาษณ์ เลขานุการกรม หรือแผนกประชาสัมพันธ์กรมต่าง ๆ จะเผยแพร่ข่าวสารได้โดยผ่านคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

10 พฤษภาคม พ.ศ. 2525 นายขุนทอง ภูผาเดื่อน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ รักษาการแทนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ออกระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสาร ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการว่าด้วยการให้ข่าวสารราชการ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่กำหนดเป้าหมาย ควบคุม ตรวจสอบและปฏิบัติงาน ติดตาม ประเมินผล งานประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารราชการของส่วนราชการ กระทรวงศึกษาธิการ ให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการ ให้หัวหน้าส่วนราชการหรือผู้ที่รับมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวสารราชการที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาค มอบให้ศึกษาธิการจังหวัด ศึกษาธิการอำเภอ เป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในส่วนการปฏิบัติราชการ

ปี พ.ศ. 2525 สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ได้กำหนดตำแหน่งข้าราชการ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นครั้งแรกแก่กระทรวงศึกษาธิการ ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2527 รัฐบาลของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี โดยมีนายชวน หลีกภัย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้ออกระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารราชการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2527 และจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นหน่วยงานกลาง ทำหน้าที่ เป็นศูนย์ประสานงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานของส่วนราชการ ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งนี้ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ในปี 2529 ได้มีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของชาติครั้งใหญ่ โดยพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 โดยจัดตั้ง "คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ" ทำหน้าที่เสนอ กำกับดูแลประสานงานนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อจะได้นำมาใช้ในช่วงของแผนพัฒนาการศึกษา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ระยะที่ 6 (2530-2534) ต่อไป

ดังนั้น ในวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2532 พลเอกมานะ รัตนโกเศศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ตามคำสั่งกระทรวงศึกษาธิการ ที่ สป 530/2532 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการประชาสัมพันธ์ เพื่อเสนอสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งเสนอแนะกระทรวงศึกษาธิการ ในเรื่องแผนและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

ปี พ.ศ. 2533 กระทรวงศึกษาธิการได้จัดประชุมสัมมนาผู้บริหาร เรื่องการประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 4-6 มกราคม 2533 ณ สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา จังหวัดนครปฐม โดยมีศึกษาธิการเขตและศึกษาธิการจังหวัดทั่วประเทศ เข้าร่วมประชุมสัมมนา โดยมีผลงาน 6 ประการ ได้แก่

- 1) มีการจัดตั้งหน่วยงาน/องค์กรประชาสัมพันธ์ ในสำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ทุกเขตการศึกษา และศึกษาธิการจังหวัดทั่วประเทศ
- 2) มีการดำเนินการสำรวจทรัพยากรสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ
- 3) มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค
- 4) มีการดำเนินการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค
- 5) มีการรายงานผลการดำเนินการตามโครงการประชาสัมพันธ์ทุกระยะ
- 6) มีการรายงานปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่วางแผนไว้

ปี พ.ศ. 2536 ตามคำสั่งกระทรวงศึกษาธิการ ที่ สป. 140/2536 แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีนายสัมพันธ์ ทองสมัคร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

ปัจจุบัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ดำเนินการตามนโยบายเป้าหมายและแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ ประสานงาน ระหว่างสื่อมวลชนทุกสาขาบุคคลทั่วไป สรุปผลการวิเคราะห์ ติดตามประเมินผล สำรวจประชาคมตี ความคิดเห็นข้อเสนอแนะเสนอกระทรวง จัดทำข่าวสาร บทความ บทสารคดี ผลิตรายการวิทยุ กระจายเสียง โทรทัศน์ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นศูนย์กลางการบริการ

ข้อมูล ข่าวสาร การแถลงข่าวและชี้แจงข่าว เป็นเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ ได้แบ่งงานตามโครงสร้างของหน่วยงานออกเป็น 4 งาน คือ

1) งานส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการประสานการกำหนดนโยบาย เป้าหมายแผนงานโครงการ และปฏิบัติการเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ รวมทั้งการจัดประชุมสัมมนา ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ การสำรวจประชาคมติ ข้อคิด ข้อเสนอแนะเสนอกระทรวง การอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อ สอบถาม

2) งานข่าว มีหน้าที่ในการจัดทำข่าว การวิเคราะห์ติดตามประเมินผลข่าว การแถลง และชี้แจงข่าวรวมทั้งการประสานงานกับสื่อมวลชนทุกสาขา เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ข่าวของกระทรวงศึกษาธิการ

3) งานผลิตรายการมีหน้าที่ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ผลิตรายการโทรทัศน์ เอกสาร วารสาร เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การติดต่อประสานการดำเนินงาน ด้านการผลิตรายการ และการนำเสนอรายการต่าง ๆ ทางสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสำรวจความคิดเห็น ติดตาม ประเมินผลการผลิตรายการต่าง ๆ

4) งานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ในการจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การบันทึก ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ บันทึกเทปรายการข่าว การจัดซื้อ การเก็บบำรุงรักษา การซ่อมวัสดุอุปกรณ์การประชาสัมพันธ์

กระทรวงศึกษาธิการ เล็งเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการช่วย สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ในขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนประตูเปิด รับความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อหน่วยงานนั้น ๆ ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการ เป็นหน่วยงาน การศึกษาที่มีความสำคัญยิ่งหน่วยงานหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนา ศิลป และวัฒนธรรม ครอบคลุมประชากรทั่วประเทศ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการ ประชาสัมพันธ์และสื่อประเภทต่าง ๆ เข้าช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว และความก้าวหน้าในงานทุกประเภท และส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ไปยังกลุ่มชนเป้าหมาย และผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นการกระทำที่ได้มาเพื่อดึงดูด ความสนใจในการสร้างความเชื่อถือ และเพื่อสร้างสรรคความเข้าใจ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย ของกระทรวงศึกษาธิการ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เป็นผู้ทำหน้าที่และรับผิดชอบงานสำคัญดังกล่าวนี้ ซึ่งมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวง ศึกษาธิการ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างกว้างขวาง

2.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ

ในสถานะของยุคโลกาภิวัตน์ ในปัจจุบันโลกมีการแข่งขันในอัตราที่สูงมาก สิ่งที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำให้มนุษย์เรา มีความเจริญดังกล่าวดได้ คือการศึกษาเพื่อสร้างพื้นฐานการเรียนรู้ และการเรียนรู้เพื่อสามารถใช้ความคิดในการ เข้าร่วมกิจกรรมในสังคม ได้อย่างมีความสุข ส่งผลให้ประเทศชาติพัฒนาตามทันประเทศอื่น ๆ ในโลกนี้ได้

การพัฒนาความรู้ให้กับพลเมืองในประเทศ จะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่กำกับนโยบาย วางแผนการพัฒนาการศึกษา ฝ่ายปฏิบัติ ได้แก่ ส่วนราชการที่รับผิดชอบในแต่ละภารกิจ รวมถึงโรงเรียนและสถานศึกษา ฝ่ายรับบริการ ได้แก่ ผู้ปกครอง ประชาชน นักเรียน นักศึกษา งานดังกล่าวเป็นหน้าที่ของกระทรวงศึกษาธิการ ที่จะต้องรับผิดชอบการให้การศึกษาตลอดถึงการทำนุบำรุงศาสนา และอารยไวในเรืองวัฒนธรรม ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ แก่ประชาชนทุกระดับ ทุกเพศ ทุกวัย ตลอดชีวิตของแต่ละคน ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการ จะต้องให้บริการในทุกพื้นที่ทั่วถึงทั้งประเทศ เพื่อให้มาตรฐานความรู้ของประชาชน ได้รับการพัฒนาในระดับที่ใกล้เคียงกัน ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และในท้องถิ่น ห่างไกล การที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ผู้ให้บริการทุกฝ่ายและผู้รับบริการต้อง มีความเข้าใจตรงกัน เพื่อให้เกิดความรู้ และความร่วมมือกันพัฒนาอย่างจริงจัง

การประชาสัมพันธ์เป็นศาสตร์หนึ่ง ที่จะเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลจากผู้ปฏิบัติการไปสู่ผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาค โดยที่ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจ ต่างตระหนักถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ จึงมีการจัดตั้งองค์กร หน่วยงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างแพร่หลาย ซึ่งสาเหตุที่ทำให้งานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเนื่องจาก

1) การมีช่องว่างแห่งการสื่อสารในสังคม ซึ่งเป็นเรื่องของการรับข้อมูลข่าวสาร ไม่ทั่วถึง และไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง ทำให้มีการขงชิงการให้ข้อมูลข่าวสาร และแข่งขันด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อชิงชิงมวลชน หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีการกล่าวว่า ใครสามารถ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก่อน จะเป็นฝ่ายได้เปรียบกว่าครั้งหนึ่งแล้ว

2) การเพิ่มขึ้นของประชาชน ซึ่งนับวันจะยิ่งมากขึ้น ทำให้ปัญหาต่าง ๆ เกิดมากขึ้น เป็นเงาตามตัว จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจให้ทั่วถึง โดยใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ ทุกรูปแบบ

3) การมีความ รับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานเอกชน ซึ่งต้องมีการทำความเข้าใจ ต่อองค์กร หน่วยงานภาคเอกชน องค์กรสนับสนุน เพื่อป้องกันปัญหาการรับข้อมูลข่าวสาร ที่คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง

- 8) กองออกแบบก่อสร้าง (กอ.)
- 9) หน่วยศึกษานิเทศก์ (ศน)
- 10) หน่วยตรวจรอบภายใน (ตสน.)
- 11) สำนักงานตรวจราชการ กรมสามัญศึกษา (สตร.)

งานประชาสัมพันธ์ของกรมสามัญศึกษา อยู่ในความกำกับดูแลของสำนักงานเลขาธิการกรม ซึ่งได้รับนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กระทรวงศึกษาธิการ ในปี พ.ศ. 2539 กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดนโยบายปฏิบัติการศึกษา และได้จัดให้มีการประชุมสัมมนา เพื่อวางแผนพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ ตามแนวทางปฏิบัติการศึกษา และสร้างนักประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับงานประชาสัมพันธ์

การที่แนวทางปฏิบัติการศึกษา จะสามารถเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นโยบายดังกล่าว สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของกรมสามัญศึกษา ตามแผนพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระยะที่ 8 (2540-2544) นั้น กรมสามัญศึกษาได้ตอบสนองนโยบายโดยเร่งรัดให้มีการติดตามผลการดำเนินงาน และจัดเก็บข้อมูล โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ รวมทั้งทำการประชาสัมพันธ์งานตามนโยบายและจุดเน้นในเรื่องที่สำคัญ ๆ ของกรม เช่น การรับนักเรียนผลงาน และกิจกรรมดีเด่นของโรงเรียน ทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เอกสาร แผ่นพับ และป้ายนิเทศ ตามรายละเอียด ดังนี้

1) งานข่าวและบรรณสาร

- (1) จัดหาข้อมูล รวบรวมนำเสนอในรูปข่าว และบทความทางการประชาสัมพันธ์
- (2) เก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดโครงการ เพื่อประชาสัมพันธ์และบริการ
- (3) เข้าร่วมประชุมงานของกรมเพื่อจัดทำข่าวเผยแพร่
- (4) ประชุม/ร่วมฟังการแถลงข่าวของกระทรวงและหน่วยงานอื่น
- (5) ให้บริการข่าวแก่หน่วยงานในสังกัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (6) จัดทำสารคดี บทความเกี่ยวกับกิจกรรมของกรม สถานศึกษาในสังกัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (7) จัดทำคำชี้แจง เอกสารแก่ข่าว และเอกสารตอบข้อซักถาม หรือปัญหาทางหนังสือพิมพ์
- (8) ดำเนินการด้านหนังสือพิมพ์ นิติสาร และวารสารจดหมายข่าว
- (9) ตรวจรอบข่าวที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานของกรม

- (10) วิเคราะห์ข่าวจากสื่อมวลชนและนำเสนอกรม
- (11) ประสานงานกับกรมต่าง ๆ ในกระทรวงศึกษาธิการ
- (12) เก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดของผลงานทางวิชาการ
- (13) ผลิตแผนพับและโปสเตอร์

2) งานเผยแพร่

- (1) เผยแพร่ข่าวสารแก่สื่อมวลชน
- (2) จัดสื่อมวลชนสัมพันธ
- (3) จัดส่งข่าวสารให้แก่โรงเรียนทุกโรงในสังกัด บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (4) จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานวิชาการ กิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ ของกรม
- (5) จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานของกรมและหน่วยงานในสังกัด
- (6) จัดแถลงข่าว
- (7) ส่งเอกสารการประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกสังกัด
- (8) ผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์
- (9) ให้คำปรึกษา แนะนำการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
- (10) เชิญสื่อมวลชนสัมภาษณ์ผู้บริหาร
- (11) ต้อนรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อ

3) งานโสตทัศนูปกรณ์

- (1) ออกแบบโปสเตอร์และแผ่นพับ
- (2) ภาพถ่ายภาพกิจกรรม
- (3) ถ่ายภาพกิจกรรมด้วยฟิล์มสไลด์
- (4) บันทึกเทปรายการวิทยุ
- (5) บันทึกเทปด้วยวีดิโอเทป
- (6) บันทึกเสียงสปรอดวิทยุ
- (7) ถ่ายทำสปรอดโทรทัศน์
- (8) ออกแบบ ส.ค.ส. ของกรม และหน่วยงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย
- (9) ให้บริการด้านโสตทัศนูปกรณ์แก่หน่วยงานในสังกัด
- (10) ให้ความร่วมมือด้านอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (11) ให้คำปรึกษา แนะนำ การใช้ อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์แก่บุคลากรในโรงเรียน
- (12) ออกแบบ ตกแต่งต้นฉบับวารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

นอกจากนี้ กรมสามัญศึกษา ยังเป็นเครือข่ายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค การพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ได้สร้างนักประชาสัมพันธ์ของกรมสามัญศึกษา ทั้งที่ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดทั่วประเทศ และโรงเรียนมัธยมศึกษาในสังกัดทุกโรงเรียน เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์ ได้เข้าใจนโยบายในการปฏิบัติงาน และทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ดังแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 เครือข่ายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมสามัญศึกษา

2.5 การบริหารงานของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

2.5.1 โครงสร้าง

โครงสร้างและรูปแบบการดำเนินงาน ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดและสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร

กรมสามัญศึกษา ได้พิจารณาภายหลังจากสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร ได้เป็นหน่วยงานทางการศึกษาที่ถูกต้องตามกฎหมายแล้วว่าควรที่จะมีการกำหนดโครงการสร้างรูปแบบการดำเนินงาน กำหนดตำแหน่งและกรอบอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน จึงมีมติให้จัดโครงสร้างรูปแบบโดยมีลักษณะของงานและการดำเนินงาน ดังนี้ (กรมสามัญศึกษา, มปป.)

- 1) ข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน ให้มีตำแหน่งเป็นข้าราชการครู ทั้งหมด เพื่อให้มีการเลื่อนไหลไปดำรงตำแหน่งได้สะดวก
- 2) ลักษณะงานในสำนักงานแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะงานที่เป็นการบริหารและ ลักษณะงานที่เป็นงานวิชาการ ที่เน้นการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพทางการศึกษา อาจจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับสหวิทยาลัยของกรมการฝึกหัดครู ที่เกี่ยวข้องกับการประสานงานเชิงวิชาการ และมุ่งผลทางการศึกษาของผู้เรียนในโรงเรียนเป็นสำคัญ
- 3) มีคณะกรรมการสามัญศึกษาจังหวัด ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและสนับสนุนการจัดการศึกษา ของกรมสามัญศึกษาโดยตรง มีความรู้เรื่องการจัดการศึกษาและสนับสนุนการดำเนินงานของผู้อำนวยการสามัญศึกษาจังหวัด โดยจัดทำเป็นรูปของคณะกรรมการ
- 4) ในการปฏิบัติงานในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ให้ยึดหลักการแบ่งเบาภาระงานของกรมให้มากที่สุด โดยการมอบอำนาจและกระจายอำนาจไปทำแทน และมุ่งปฏิบัติงานไปสู่การจัดการเรียนการสอนที่โรงเรียนให้ได้ผลเป็นสำคัญ
- 5) ให้นำกลุ่มโรงเรียน และงานของกลุ่มโรงเรียนมาไว้ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

2.5.2 ขอบข่ายการดำเนินงาน

งานที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดและสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร ที่จะต้องดำเนินการ (กรมสามัญศึกษา, มปป.)

- 1) เตรียมจัดทำพระราชฎีกาแบ่งส่วนราชการ กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในส่วนของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดและสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร
- 2) ขอกำหนดตำแหน่งและจัดกรอบอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร

3) จัดสรรงบประมาณสร้างอาคารสำนักงานและวัสดุ ครุภัณฑ์ ฯลฯ ให้แก่สำนักงาน
สามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร

4) จัดอบรมเจ้าหน้าที่ และจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และ
สำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร

5) ขอเลขหนังสือประจำสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษา-
กรุงเทพมหานครใหม่ ตามระเบียบสารบรรณ



แผนภูมิที่ 3 การแบ่งงานและการบริหารงานของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

2.5.3 หน้าที่ความรับผิดชอบและการแบ่งงาน ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดและสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร

เพื่อให้การปฏิบัติงาน ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร เป็นไปตามระเบียบกรมสามัญศึกษา ว่าด้วยสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2536 กรมสามัญศึกษา จึงได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ และการแบ่งงานของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และสำนักงานสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร ดังนี้ (กรมสามัญศึกษา, 2535)

1) สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ปฏิบัติงานบริหารทั่วไปและงานที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน ตามที่กรมสามัญศึกษากำหนดหรือมอบหมาย จัดทำแผนพัฒนาและแผนการปฏิบัติการ ให้สอดคล้องกับแผนและนโยบายของกรมสามัญศึกษา และความต้องการที่จำเป็นของจังหวัด เสนอจัดตั้งโรงเรียนใหม่ จัดตั้งสาขา ย้ายสถานที่ตั้ง โอน ยุบ รวม หรือยุบเลิกโรงเรียน พิจารณาจัดทำและติดตามงบประมาณตามที่ได้รับมอบหมาย บริหารงานบุคคล บริหารงานพัสดุครุภัณฑ์ บริหารอาคารสถานที่ พิจารณานุมัติแผนปฏิบัติการประจำปีของสำนักงาน โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียน ฝึกอบรม นิเทศ และส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน และศูนย์พัฒนาวิชาการ งานวิชาชีพและหลักสูตรวิชาชีพท้องถิ่น ติดตามประเมินผลควบคุมมาตรฐานโรงเรียน กลุ่มโรงเรียนแล้วรายงานกรมสามัญศึกษาทราบข้อมูล และส่งเสริมการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาในจังหวัด ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาของจังหวัด และงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

2) สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด แบ่งงานภายในสำนักงาน ดังนี้

(1) ฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับสำนักงานและระบบงาน งานธุรการ การประสานงาน การจัดประชุม การประชาสัมพันธ์และการบริหาร งานสวัสดิการและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน การบริหารงานบุคคล การเสนอขอกำหนดตำแหน่งและอัตราเงินเดือน การสรรหา คัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การย้าย การเลื่อน การให้ข้าราชการรักษาการในตำแหน่ง การโอน การลา การออกจากราชการ การขอกลับเข้ารับราชการ การทำทะเบียนประวัติ การพิจารณาความดีความชอบ การขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ บำเหน็จบำนาญ การจัดทำและควบคุมบัญชีถือจ่าย การรักษาวินัย การอุทธรณ์ การร้องทุกข์ และการร้องเรียน การพิจารณาระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวกับงานบุคคล ประสานงาน จัดดำเนินการเร่งรัดและควบคุมติดตามการบริหารงานการเงิน การเบิกจ่ายเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ การฝาก - ถอนเงินนอกงบประมาณ การทำทะเบียนและบัญชีเกี่ยวกับงาน

การเงิน การตรวจสอบภายใน การจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงาน และกลุ่มโรงเรียน การบริหารงานพัสดุและอาคารสถานที่ของสำนักงาน โรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน รวบรวมผังบริเวณโรงเรียนให้เป็นปัจจุบัน ติดตามการดำเนินงานการก่อสร้าง รวบรวมผลการปฏิบัติงานของโรงเรียนเป็นระยะ ๆ ตามสัญญา วิเคราะห์และจัดทำนโยบาย แผนงาน งาน โครงการและงบประมาณของสำนักงาน โรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน สำรวจ รวบรวม ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล เป็นศูนย์ข้อมูลทางการศึกษาในระดับจังหวัด จัดทำแผนปฏิบัติการของสำนักงาน ตรวจสอบวิเคราะห์ และอนุมัติแผนปฏิบัติการของโรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน ติดตามประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานตามแผน งาน โครงการและงบประมาณ วิเคราะห์ปัญหา การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนางานของหน่วยงาน รวมทั้งเป็นวิทยากรให้การฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับงานของฝ่ายอำนวยการ และปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย ลักษณะงานจำแนกได้ดังนี้

ก. กลุ่มงานบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดตั้งสำนักงาน จัดหาวัสดุครุภัณฑ์สำนักงาน จัดตั้งอำนวยการความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน จัดเก็บรักษาและจำหน่ายวัสดุครุภัณฑ์ของสำนักงาน จัดเวรยามรักษาความปลอดภัยของสำนักงาน การดำเนินการเกี่ยวกับบุคลากรในสำนักงาน การรับ ส่ง และตอบรับหนังสือราชการ การร่างและได้ตอบหนังสือทั่วไป การจัดพิมพ์หนังสือ และการจัดทำหนังสือแจ้งหน่วยงานต่าง ๆ จัดเก็บและทำลายหนังสือราชการ การลาของข้าราชการและลูกจ้างประจำ การอนุญาตไปราชการ การเก็บข้อมูลสถิติในฝ่ายอำนวยการ การจัดประชุมและจัดทำรายงานการประชุม การจัดทำข่าวและหาข้อมูลและเผยแพร่กิจกรรมและประชาสัมพันธ์ การขอยกเว้นการเกณฑ์ทหาร การขอพระราชทานเพลิงศพ น้ำอาบศพ การจัดทำหนังสือแสดงความเสียใจ และการจัดสวัสดิการเงินทุนหมุนเวียน การจัดเงินทุนสงเคราะห์ข้าราชการ อำนวยการความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อ ตลอดจนการให้บริการ ในเรื่องที่ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของกลุ่มงานอื่น และปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

ข. กลุ่มงานบุคลากร มีหน้าที่รับผิดชอบกับการสรรหา คัดเลือก การบรรจุ การแต่งตั้ง และการขอกลับเข้ารับราชการ การย้าย การโอน การลาออกจากราชการ การให้ข้าราชการรักษาราชการในตำแหน่ง การจัดทำทะเบียนประวัติ การขอบำเหน็จความชอบ การขอเครื่องราชอิสริยาภรณ์ บำเหน็จบำนาญ การจัดทำบัญชีถือจ่าย การสืบสวนข้อเท็จจริง การสอบสวนวินัยไม่ร้ายแรง การสอบสวนวินัยอย่างร้ายแรง การตรวจสอบจำนวนการสอบสวน การให้พักราชการ การให้ออกจากราชการไว้ก่อน การรายงาน-การลงโทษ การชี้แจงเรื่องทางวินัย การให้ออก

จากราชการที่ไม่ใช่โทษทางวินัย และการรายงานการอุทธรณ์ การร้องทุกข์ การร้องเรียน การพิจารณาระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานบุคคล การปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานระเบียบกฎหมาย นิติกรรม สัญญา และการนิเทศให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย การคัดเลือกบุคคลเพื่อศึกษาต่อในประเทศและต่างประเทศ การรับทุนไปศึกษาอบรม และการศึกษาดูงานต่างประเทศ ส่งเสริมประสานงาน และคัดเลือกบุคลากรเข้าอบรมผู้บริหารตามทีลำนักรงานกำหนด และปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ด. กลุ่มงานการเงินและพัสดุ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะหน่วยงานผู้เบิก การเบิกจ่ายเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ การติดตามการฝาก - ถอนเงินนอกงบประมาณ การทะเบียนและบัญชีเกี่ยวกับงานการเงิน การตรวจสอบภายในสำนักงาน โรงเรียน กลุ่มโรงเรียน การจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงานและกลุ่มโรงเรียน โดยใช้เงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ การควบคุมดูแลรักษา ปรับซ่อมครุภัณฑ์ การจัดจำหน่ายพัสดุที่ชำรุดเสื่อมสภาพหรือสูญหาย หรือพัสดุที่ไม่จำเป็นต้องใช้ในราชการต่อไป การจัดทำผังและรวบรวมบริเวณอาคารสถานที่ของโรงเรียน การติดตามการดำเนินงานก่อสร้างให้เป็นไปตามสัญญาการขึ้นทะเบียนราชพัสดุและรื้อถอนอาคาร ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

ง. กลุ่มงานนโยบายและแผนงาน มีหน้าที่รับผิดชอบและดำเนินการเกี่ยวกับการวิเคราะห์และจัดทำนโยบาย แผนงาน งาน โครงการ และงบประมาณสำนักงาน โรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน สำรวจ รวบรวม ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล เป็นศูนย์ข้อมูลทางการศึกษาของกรมในระดับจังหวัด จัดทำแผนปฏิบัติการของสำนักงาน ตรวจสอบวิเคราะห์และอนุมัติแผนปฏิบัติการของโรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน ติดตามประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานตามแผนงาน งาน โครงการ และงบประมาณ และจัดทำแผนขึ้นเรียนรายปี แผนขึ้นเรียนเต็มรูปจัดทำแผนขอจัดตั้งโรงเรียนใหม่ การจัดตั้งสาขา การโอน การย้ายสถานที่ตั้ง การยุบเลิก การจัดทำแผนขอเปิดสอนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ประสานการรับนักเรียน และการปรับแผนชั้นเรียน การจัดตั้งจัดสรร สรุปรายงานผลการบริหารงบประมาณระดับจังหวัด วิเคราะห์แผนงานโครงการที่เกี่ยวกับความต้องการ รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาสำนักงาน โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียน ดำเนินงานโครงการพิเศษ ตามที่กรมมอบหมาย ตลอดจนเป็นวิทยากรให้การฝึกอบรม ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและแผนงาน และปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย แบ่งเป็น 3 งาน

จ. งานโครงการ ดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ แผนงาน งานโครงการตามนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาการศึกษา

แผนพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนนโยบายกระทรวง ทบวง กรม จัดทำแผนงาน งาน โครงการที่ สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวง กรม และท้องถิ่น วิเคราะห์นโยบายทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ของหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา การศึกษา และ ระบบการศึกษาต่อสำนักงาน จัดทำแผนพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมระยะยาวของ จังหวัด ตลอดจนติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ตามโครงการของสำนักงาน โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียนดำเนินงานโครงการพิเศษตามที่กรมมอบหมาย พร้อมทั้งสรุปรายงานเสนอกรม เพื่อทราบ

จ. งานแผนงาน ดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์แผนงาน งานโครงการ นโยบายกระทรวง กรม และท้องถิ่น จัดทำแผนปฏิบัติการของสำนักงาน และแจ้งโรงเรียนและ กลุ่มโรงเรียน จัดทำแผนปฏิบัติ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการของสำนักงาน โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียนกับแผนงาน งาน โครงการ นโยบายของกระทรวง กรม และท้องถิ่น อนุมัติแผนงานทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาการศึกษาและระบบทางการศึกษา และประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ จัดทำแผนชั้นเรียนรายปี แผนชั้นเรียนเต็มรูป จัดทำแผนการขอจัดตั้งโรงเรียนมัธยมศึกษาใหม่ โรงเรียนศึกษาพิเศษใหม่ โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ใหม่ การจัดสาขาโรงเรียน การขอโอนโรงเรียน การย้ายสถานที่ตั้งโรงเรียน การยุบเลิก การยุบรวม การจัดทำแผนการขอเปิดสอนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย ประสานงานการรับนักเรียน และปรับเปลี่ยนชั้นเรียนเสนอกรม และดำเนินการติดตาม ประเมินผลแผนการดำเนินงาน ตามแผนปฏิบัติการของสำนักงาน โรงเรียน กลุ่มโรงเรียน และ เป็นศูนย์ข้อมูล ทางการศึกษา ให้บริการข้อมูลแก่สำนักงานโรงเรียน กลุ่มโรงเรียนและหน่วยงาน ต่าง ๆ ในระดับจังหวัด ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล และคาดการณ์ความเป็นไปในอนาคต เพื่อนำไปใช้ ในการวางแผนพัฒนาต่อไป

ข. งานงบประมาณ ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดตั้ง จัดสรร สรุป รายงาน การ บริหารงบประมาณระดับจังหวัด ศึกษาวิเคราะห์แผนงาน งาน โครงการตามแผนพัฒนาระยะ 5 ปี ของกรม และความต้องการของโรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน จัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี ระดับจังหวัด จัดทำคู่มือการจัดตั้งงบประมาณ และรายละเอียดคำขอตั้งงบประมาณ ระดับ จังหวัดของสำนักงานโรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน เสนอกรมตามกำหนดเวลา ประสานงานการจัด ทำแผน การจัดสรรงบประมาณระดับจังหวัด แจ้งโรงเรียนและกลุ่มโรงเรียนทราบและถือปฏิบัติ จัดทำแบบงบประมาณขอเบิกจ่ายเงินประจำงวด ให้สำนักงาน โรงเรียนและกลุ่มโรงเรียน วิเคราะห์ สรุปเหตุผล ความจำเป็นที่โรงเรียน ขอเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณ

เสนอกรมสามัญศึกษาตามเงื่อนไขเวลาปีงบประมาณ วิเคราะห์สรุปจัดลำดับค่าของงบประมาณ ค่าปรับปรุงบริเวณโรงเรียน ค่าซ่อมแซมอาคารเรียนอาคารประกอบ ค่าติดตั้งระบบไฟฟ้า น้ำประปา และจัดสรรบ้านพักครู บ้านพักภารโรง ห้องน้ำ-ห้องส้วมนักเรียน ตามหลักเกณฑ์ของกรมเสนอกรมตามเวลากำหนด ติดตามกำหนดเวลา ติดตาม เรง่รัด รวบรวม และสรุปผลจากแบบรายงานแผนงานและผลการบริหารงานงบประมาณ ทุกหมวดงบประมาณ ส่งสำนักงานงบประมาณและกรมตามกำหนดเวลาในระเบียบงบประมาณ และวิเคราะห์จัดระบบการใช้งบประมาณเหลือจ่ายระดับจังหวัด

(2) ฝ่ายพัฒนาวิชาการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการศึกษา งานพัฒนาการแนะแนว และการเรียนการสอน ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อการเรียนการสอน ให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหาร ครูผู้สอน ในการดำเนินงานบริหารหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ แผนพัฒนาการศึกษา หลักสูตรนโยบายกระทรวง กรม ความต้องการของท้องถิ่น สนับสนุนงานนิเทศการศึกษา วิเคราะห์ ค้นคว้า ดำเนินการพัฒนางานทางด้านวิชาการ งานติดตาม และประเมินผลทางการศึกษา จัดให้มีการแสดงผลงานทางด้านวิชาการ ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มโรงเรียน ศูนย์พัฒนาวิชาการของกลุ่มโรงเรียน เพื่อพัฒนาโรงเรียนให้ได้มาตรฐานที่กรมสามัญศึกษากำหนด จัดอบรมสัมมนาบุคลากรให้มีความรู้และประสบการณ์ อันจำเป็นในการจัดการเรียนการสอน งานส่งเสริมการกีฬาและนันทนาการ งานพัฒนาศิลปวัฒนธรรมและคุณธรรม ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจัดการศึกษา รวมทั้งเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทางวิชาการ และปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย ลักษณะของงานจำแนกได้ ดังนี้

ก. งานหลักสูตร มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาแก่โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียนในการดำเนินงาน การจัดการเรียนการสอน ให้สอดคล้องกับหลักสูตร ศึกษา วิเคราะห์ ค้นคว้า วิจัย วางแผน ดำเนินการจัดทำและพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรวิชาชีพท้องถิ่นและงานวิชาชีพให้เป็นไปตามความต้องการของ ท้องถิ่น

ข. งานพัฒนาสื่อการเรียนการสอนและเอกสารทางวิชาการ มีหน้าที่เกี่ยวกับการผลิต การรวบรวม การให้บริการและแลกเปลี่ยนสื่อการเรียนการสอน และเอกสารทางวิชาการ โสทัศน์อุปกรณ์ ให้ความรู้ด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษา เป็นต้นแบบในการผลิตสื่อการส่งเสริมให้โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียนผลิตสื่อเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ตลอดจน

รวบรวมกฎระเบียบ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน ผลงานทางวิชาการของข้าราชการครูที่ผ่านการพิจารณา ในการขอกำหนดตำแหน่งให้สูงขึ้นทุกประเภท

ค. งานติดตามและประเมินผลการศึกษา มีหน้าที่เกี่ยวกับการประเมินมาตรฐานโรงเรียน คัดเลือกนักเรียนและโรงเรียน เพื่อรับรางวัลพระราชทาน ติดตามและประเมินผลการใช้หลักสูตรการประเมินคุณภาพการศึกษา การจัดทำธนาคารข้อสอบ การให้บริการข้อสอบ การให้ความรู้แก่ครู อาจารย์ในด้าน การประเมินผล การวิเคราะห์ข้อสอบ การควบคุมดูแลให้โรงเรียนปฏิบัติตามระเบียบ ของกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการวัดผล และประเมินผล การคัดเลือกนักเรียนเพื่อศึกษาต่อตามโควตาต่าง ๆ การพิจารณาทุนการศึกษาของนักเรียน การเก็บรวบรวม และรายงาน รบ.2-ต. และ รบ. 2-ป. ตรวจสอบคุณวุฒิทางการศึกษา การติดตามประเมินผลงานของโรงเรียนตามนโยบายของกรมสามัญศึกษา

ง. งานส่งเสริมพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมและศิลปวัฒนธรรม มีหน้าที่เกี่ยวกับการรวบรวม อนุรักษ์ เผยแพร่เอกสาร ผลงานที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการ การสอดแทรกในกระบวนการเรียนการสอน จัดอบรม ครู อาจารย์ ให้สามารถปลูกฝังนักเรียนให้มีจิตสำนึก และตระหนักต่อการปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับคำสอนของศาสนา

จ. งานนันทนาการและการกีฬา มีหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมให้โรงเรียน จัดกิจกรรมและฝึกอบรมด้านนันทนาการ การกีฬา การออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง การเล่นกีฬาเป็นกิจนิสัยและการตรวจสอบสุขภาพอนามัยอย่างสม่ำเสมอ

ฉ. งานวิจัยมีหน้าที่เกี่ยวกับศึกษาวิเคราะห์นโยบายและแผนพัฒนาการศึกษาของกรม และท้องถิ่น รวบรวมข้อมูลจากการนิเทศ เพื่อหาความต้องการทางการศึกษาของจังหวัด จัดทำโครงการวิจัย เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาระดับจังหวัด ส่งเสริมให้โรงเรียน กลุ่มโรงเรียน และหน่วยงานอื่น ๆ ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของโรงเรียนในจังหวัด

ช. ส่งเสริมกลุ่มโรงเรียนและศูนย์พัฒนาวิชาการ มีหน้าที่เกี่ยวกับวิเคราะห์ วิจัย จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มโรงเรียน จัดตั้งศูนย์พัฒนาวิชาการ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน สนับสนุนการบริหารงาน ดำเนินการ และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกลุ่มโรงเรียน ประสานงานจัดประชุม ทำหน้าที่ฝ่ายธุรการของกลุ่มโรงเรียน ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง จัดทำหลักสูตรเพื่อเบิกจ่ายเงิน และปฏิบัติงานอื่นตามที่กลุ่มโรงเรียนและศูนย์พัฒนาวิชาการมอบหมาย

ข. งานพัฒนาบุคลากร มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษาวิเคราะห์งานบริหาร บุคคล จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร จัดฝึกอบรมครูประจำการ ปฐมนิเทศครูบรรจุ ใหม่และลูกจ้างประจำ ฝึกอบรม เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานพัสดุ ควบคุมงานก่อสร้าง การแนะแนว งานห้องสมุด อบรมครูให้สามารถเสนอผลงานทางด้านวิชาการ เพื่อขอปรับปรุง กำหนดตำแหน่งสูงขึ้น ฝึกอบรมครูเพื่อให้สามารถดำเนินการตามโครงการและนโยบายที่กรม กระทรวงกำหนด

(3) หน่วยศึกษานิเทศก์จังหวัด มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประเมิน มาตรฐานทางวิชาการ ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ และจัดทำสถิติข้อมูลทางด้านวิชาการของ โรงเรียน และกลุ่มโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัด เพื่อใช้ในการเผยแพร่ แนะนำ แก้ไขปัญหาและจัดทำรายงาน ดำเนินการสำรวจและประเมินสภาพความต้องการ เพื่อใช้ในการวางแผนดำเนินการช่วยเหลือโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัด รวมทั้งประสานงานให้ความร่วมมือกับ ศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษา จากส่วนกลาง และ ศึกษาธิการเขตการศึกษา ในการวิจัยเผยแพร่ และส่งเสริมงานวิชาการของโรงเรียน และ กลุ่มโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัด เป็นที่ปรึกษาทางด้านวิชาการ ของผู้อำนวยการ สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัด รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด กลุ่มโรงเรียน และศูนย์พัฒนาวิชาการ ประสานงานและให้ความร่วมมือในการติดตามและ ประเมินผลการดำเนินงาน ด้านวิชาการ ของกลุ่มโรงเรียนในจังหวัด เสนอศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา และศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษาส่วนกลาง ประสานการ ดำเนินงานกับศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษาส่วนกลาง และศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา ในการวิเคราะห์ปัญหาความต้องการและ แนวทางเพื่อแก้ปัญหาพัฒนาการ จัดการศึกษาของโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัด รวมทั้งประสาน งานการรายงานผลการนิเทศการศึกษา ในภาพรวมของโรงเรียน กลุ่มโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัด เสนอกรมสามัญศึกษา

2.6 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด เป็นหน่วยงานทางการศึกษา ของกรมสามัญศึกษา ที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค มีหน้าที่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากกรมสามัญศึกษา ทำหน้าที่ ประสานงานให้เกิดความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว ทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจ ระหว่างหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อต้องการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจ ความคิด และเผยแพร่ ชื่อเสียงไปสู่สังคมอย่างกว้างขวาง เพราะความเข้าใจอันดีนั้นจะช่วยประสานประโยชน์ สร้างสัมพันธภาพ สร้างบรรยากาศ และเป็นรากฐานการพัฒนางานในด้านอื่น ๆ

งานประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด มีความหมายและความสำคัญ เหมือนกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่ได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ตามหลักการและทฤษฎี ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการประสานและการร่วมมือ การสร้างบรรยากาศในการทำงาน สร้างความสามัคคีในหมู่คณะ และความสามัคคีในหน่วยงาน การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ต้องทำด้วยความมุ่งมั่น และมีความตั้งใจและรู้จักเสียสละเวลา เพื่อขจัดปัญหาอุปสรรคและ ปัญหางานให้ลุล่วงไปด้วยดี

วัตถุประสงค์

การประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อแจ้งข่าวสาร (To inform) ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน
- 2) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในสังกัด
- 3) เพื่อเป็นการประสานและปฏิสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน ให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

- 4) เพื่อความคล่องตัวและสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือ การให้มีงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน ที่อยู่ในกรอบงานของฝ่ายบริหารทั่วไป มีหน้าที่กระจาย ข่าวสารข้อมูล ถ่ายโอนข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภายใน และภายนอกสำนักงาน และ ประสานสัมพันธ์ให้เกิดความคล่องตัว และความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยมีขอบข่ายงาน ดังนี้

- 1) จัดทำเอกสารหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือจดหมายข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของกรมสามัญศึกษา ให้รับทราบโดยทั่วกัน ระหว่างสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด และโรงเรียน มัธยมศึกษาในสังกัด และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

- 2) เป็นเครือข่ายในการประสานงาน ระหว่างสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด กรมสามัญศึกษา และ หน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้อง

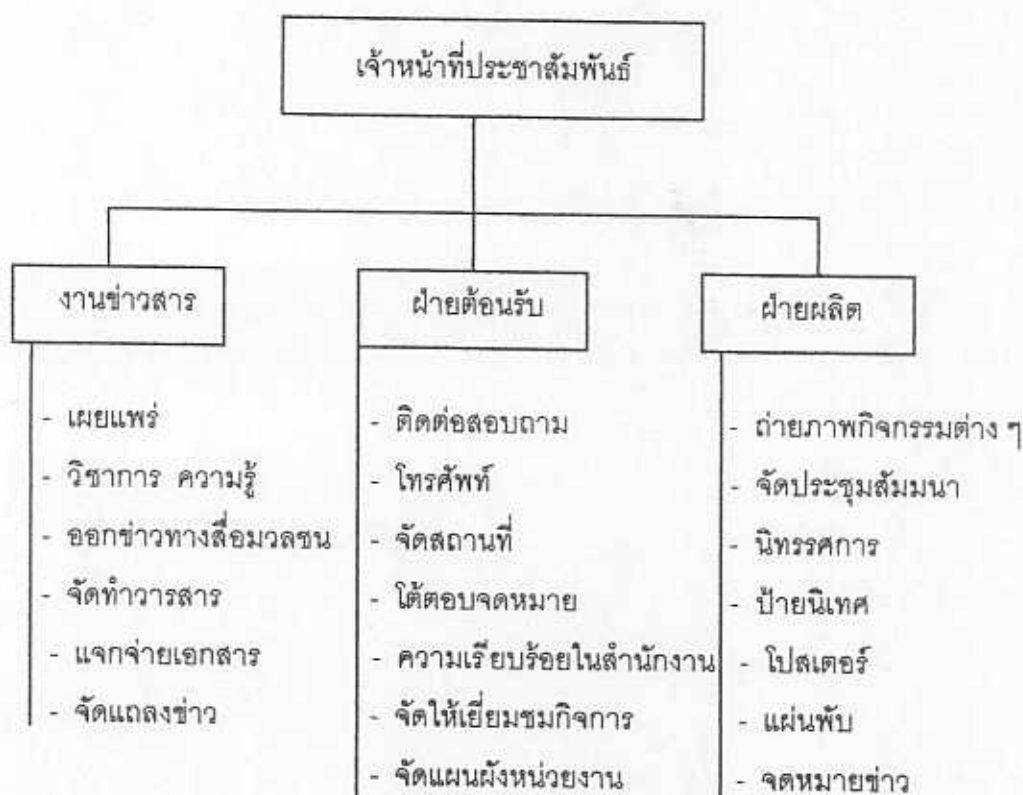
- 3) ให้การบริการแก่ ผู้มาติดต่อประสานงานโดยเสมอภาคกัน มีความพร้อมและมีระบบ ในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาค้นคว้า หรือเผยแพร่งานของกรมสามัญศึกษา

4) ให้การบริหารแก่โรงเรียน ชุมชน เช่น การจัดหาวิทยากร เพื่อช่วยสนับสนุนในการจัดการศึกษา ให้สอดคล้องตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของกรมสามัญศึกษา

5) จัดป้ายนิเทศ จัดแผนภูมิ แสดงรูปภาพ อันเป็นสิ่งที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในข่าวสารใหม่ ๆ เพื่อเป็นการบริการแก่สมาชิก

6) รายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ ความเป็นไป ความก้าวหน้า หรือความเปลี่ยนแปลง ผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน และจัดทำเอกสารการประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยงานอื่นได้รับทราบความเคลื่อนไหวทั้งภายในและภายนอก

นอกจากนี้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ยังเป็นการสร้างความเข้าใจ การถ่ายโอนข้อมูล การแจ้งเรื่องราวระหว่างกรมสามัญศึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นงานสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่างานอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นทั้งภายในและภายนอก ในการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์การ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่ต้องปฏิบัติต่อเนื่องไม่ขาดระยะ ด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การประสานความเข้าใจ การสื่อความรู้ ความคิด และการบริการ ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองนโยบาย และความต้องการของสังคมนั้น ๆ ดังแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

การวางแผนประชาสัมพันธ์ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ในสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ในแต่ละปีจะมีการจัดทำแผนการดำเนินงานในสำนักงาน โดยฝ่ายบริหารจะเป็นผู้กำหนด ควบคุม กำกับ รวมทั้งติดตามประเมินผล ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และสอดคล้องกับนโยบายลักษณะของแผนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

- 1) แผนงานประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับแผนงานของกรมสามัญศึกษา
- 2) แผนงานประชาสัมพันธ์ ได้แสดงเจตนารมณ์ของการทำงาน และการบริหารในอันที่จะเป็นสื่อในการให้ข้อมูลข่าวสารรอบด้าน
- 3) มีความมั่นคงและวิธีการที่จะนำมาใช้ ตลอดจนภาพลักษณ์ที่ประจักษ์แก่
กลุ่มเป้าหมายจะต้องออกมาในทางที่ดี
- 4) แผนการดำเนินงานสามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ และมีความต่อเนื่อง
- 5) มีความชัดเจน เป็นรูปธรรม
- 6) เป็นประโยชน์ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรทั้งภายใน
และภายนอกสำนักงาน

สื่อการประชาสัมพันธ์

การสื่อสาร ในความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึงการนำแผนหรือการตัดสินใจไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ การปฏิบัติงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ จะปรากฏออกมาในรูปลักษณะของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น การทำข่าวสารเผยแพร่ การผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน การกล่าวคำปราศรัย ปาฐกถา หรือการสร้างเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ

นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องทราบถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี และจะต้องเป็นผู้มีทักษะสูงในการสื่อสาร ต้องเข้าใจเรื่องของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องกระบวนการยอมรับ ความคิดของบุคคล ตลอดจนข้อจำกัดต่าง ๆ ของการสื่อสาร เพื่อวัตถุประสงค์ในการ บอกกล่าว แจ้งข่าวสาร (To inform) เพื่อให้การศึกษา (To educate) เพื่อโน้มน้าวชักจูง (To persuade) และเพื่อความบันเทิง (To entertain)

เพื่อความเป็นเอกภาพ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดจึงได้กำหนดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้มากมาย แต่เนื่องจากจำกัดด้วยงบประมาณและบุคลากร จึงมีการเลือกสื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- 1) นิตยสาร, วารสาร (Publication)
- 2) จดหมายข่าว (Newsletter)
- 3) ภาพนิ่ง (Slide)
- 4) การประชุมสัมมนา (Seminar)
- 5) การจัดนิทรรศการ (Exhibition)
- 6) สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed matter)
- 7) วิทยุสื่อสาร (Transceiver)
- 8) ภาพถ่าย (Photo)
- 9) การให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ (Interview)
- 10) แผ่นปลิวและโน้ตแทรก (Leaflet and insert)

การประเมินผลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การประเมินผลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จัดทำเมื่อได้ดำเนินการไปแล้ว โดยประเมินจากผลกระทบที่ตามมา วิธีการประเมินอาศัยการสังเกต และการประเมินผลโดยอาศัยวิธีทางวิทยาศาสตร์ คือ

1) วิธีการประเมินที่อาศัยการสังเกต (Empirical method) เป็นวิธีที่อาศัยการสังเกตและความชำนาญเป็นหลักมากกว่าการใช้เหตุผล เช่น ชาวตามหนังสือพิมพ์ จดหมายวิจารณ์ หรือการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนการดำเนินงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงต่อไป

การประเมินผลประเภทนี้ เป็นการประเมินอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่ค่อยจะได้รับความนิยมหรือยอมรับสำหรับผู้บริหาร หรือหัวหน้าหน่วยงาน ทั้งนี้ เป็นการประเมินแบบนำความคิดเห็นส่วนตัวหรืออารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง (Subjective evaluation) แต่วิธีนี้ก็นิยมปฏิบัติกัน เพราะง่าย สะดวก ไม่เสียเวลาเสียงบประมาณในการประเมินผล ถ้าหากเข้าใจถึงการจัดทำการประเมินผลแบบนี้ และใช้รายงานการวิจัยหรือหลักฐานที่น่าเชื่อถือ มาผสมผสานกับหลักฐานที่มีอยู่ได้ดีแล้ว การประเมินผลเช่นนี้ก็มีคุณค่ามาก

2) วิธีการประเมินผลที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ (Scientific evaluation method)

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ได้แบ่งออกเป็น 4 ช่วงเวลาด้วยกัน คือ

(1) ก่อนเริ่มโครงการ เป็นการประเมินถึงสภาวะแวดล้อม (Context evaluation) เป็นการประเมินความต้องการ และความจำเป็นในปัจจุบัน และการประเมินสิ่งที่ป้อนเข้า (Input evaluation) เป็นการประเมินเกี่ยวกับศักยภาพและทรัพยากรที่มีอยู่

(2) ระหว่างการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเพื่อเรียนรู้ถึงความสำเร็จ ข้อบกพร่อง ปัญหาอุปสรรคของงานที่ทำไปแล้วบางส่วน เพื่อหาทางแก้ไข ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อจะได้ก้าวต่อไปในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(3) เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดเวลาที่กำหนดของโครงการใดโครงการหนึ่ง เป็นการสรุปว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงใด บรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

(4) เป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ประจำปี เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุด ดังนั้น การประเมินในแต่ละปีสามารถเปรียบเทียบถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จตลอดจนแสดงถึงปัญหา อุปสรรคเพื่อข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการดำเนินงานในปีต่อไป

2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาวดี สุกโตชะ (2524) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ สรุปว่า

1) โครงสร้างการจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ มีการแบ่งสายงานบริหารอย่างเป็นทางการเฉพาะของกระทรวงศึกษาธิการ โดยส่วนรวมมีนโยบายและวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน มีการแต่งตั้งและกำหนดตำแหน่งผู้รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ไว้ทุกส่วนราชการ สำหรับในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบและกิจกรรม มีการกำหนดไว้ชัดเจนพอสมควร ส่วนในด้านการติดต่อสัมพันธ์ยังมุ่งรอส่วนราชการอื่นมาติดต่อมากกว่า

2) ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกอง ต่อการจัดการประชาสัมพันธ์ ของกระทรวงศึกษาธิการ มีความสอดคล้องกัน คือส่วนใหญ่ยังเห็นว่าการดำเนินงานในระดับ น้อย

3) ความคิดเห็นของผู้บริหารระดับกรม และผู้บริหารระดับกองเกี่ยวกับ เรื่องปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับ น้อย ยกเว้น เรื่องการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเรื่องวัสดุในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ซึ่งผู้บริหารระดับกรมเห็นว่า มีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับ น้อย แต่ผู้บริหารระดับกองเห็นว่า มีปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับ มาก

โรงเรียนประชาสัมพันธ์ (โรงเรียนการประชาสัมพันธ์, 2536) ได้สำรวจสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ องค์การและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ สรุปผลในเรื่องวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1) การวางแผนล่วงหน้า จากหน่วยงาน 146 หน่วย ร้อยละ 54.1 ตอบว่ามี การวางแผนล่วงหน้า

2) การเข้ามามีส่วนร่วมในระดับสูงของหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่าร้อยละ 18.5 ของจำนวนหน่วยงาน 146 หน่วย เท่านั้น ที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปร่วมประชุมในระดับสูงด้วย

3) การประชาสัมพันธ์ภายนอก ปรากฏว่าส่วนใหญ่ใช้สื่อมวลชน 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

4) การประชาสัมพันธ์ภายใน ปรากฏว่า หน่วยงานส่วนใหญ่ละเลยการประชาสัมพันธ์ภายใน

พนม วจนสุนทร (2539) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาฝ่ายบริการ โรงเรียนประจักษ์ศิลปาคาร สรุปว่า ขอบข่ายและปัญหางานประชาสัมพันธ์ ด้านการใช้สื่อและอุปกรณ์ โดยส่วนรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ทั้งสองด้าน ผลที่สรุปได้ ดังนี้

1) ในด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์

(1) ต้องการสื่อที่ทันสมัย และจำนวนพอเหมาะ ถูกต้องกับประเภทการใช้งาน ในแต่ละโอกาส

(2) ประการต่อมาคือ ความรู้ของนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องวิธีการดำเนินงาน และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์

2) ในเรื่องขอบข่ายความสัมพันธ์กับงานอื่น ๆ

(1) มีปัญหาในเรื่องผลกระทบต่อหน่วยงานอื่นสูงพอสมควร

(2) การยอมรับมอบอำนาจไว้วางใจจากผู้บริหารและผู้ร่วมงานอื่นในการให้ข่าวสาร

(3) ปัญหาที่น้อยหรือแทบไม่มีเลยคือบรรยากาศการทำงาน และคุณลักษณะในด้านมนุษยสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์

สมชาย สังข์เกิด (2537) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนครพนม พบว่า

1) โรงเรียนมัธยมศึกษาทุกขนาด มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน อยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดของโรงเรียน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) โดยภาพรวมโรงเรียนทุกขนาด มีปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง และมีปัญหาอยู่ในระดับ น้อย คือเรื่องความสัมพันธ์ของบุคลากร

ในโรงเรียนกับชุมชน การได้รับความร่วมมือจากแหล่งบริการ ทางการศึกษาสัมพันธ์ และ เรื่องการเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารโรงเรียน โรงเรียนขนาดใหญ่มี ปัญหาอยู่ในระดับ มาก เรื่องโรงเรียนไม่มีงบประมาณโดยเฉพาะ โรงเรียนขนาดกลางมีปัญหา อยู่ในระดับ มาก เรื่องผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีงานสอนและงานพิเศษมาก (3) โรงเรียน จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ ควรดำเนินการในเรื่องการจัดตั้งคณะผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์โรงเรียน และควรมีการประเมินการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่าง สม่าเสมอ

สุมาลัย เกษาชาติ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใน กระทรวงศึกษาธิการ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยศึกษาจากเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมี 14 กรม กับ 2 หน่วยงาน สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1) ข้อมูลบุคลากรและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รองลงมาได้แก่นักประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่โสตทัศนศึกษา ส่วนนักวิชาการ โสตทัศนศึกษา และเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มีจำนวนน้อยที่สุด โดยทั้งหมดส่วนมาก มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ทำงาน 1-5 ปี เมื่อพิจารณาเป็นรายการ จำนวนบุคลากรในสังกัด 14 กรม 2 หน่วยงาน พบว่า สำนักงาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ มีบุคลากรมากที่สุด คือ กรมละ 15 คน นอกนั้นมีบุคลากรกรมละ 4-6 คน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ได้รับความรู้และประสบการณ์ ทางด้านการประชาสัมพันธ์จากประสบการณ์ทำงานด้วย ตนเองมากที่สุด ผู้บริหารสูงสุดในหน่วยงาน มีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์มากที่สุด โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มีสภาพการทำงานเป็นกลุ่มงาน เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ และสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่วนมากเป็น ข่าวแจก เอกสาร แผ่นปลิว รองลงมาคือ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพข่าว ตามลำดับ

2) ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โดยรวม มีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง รองลงมาคือ ด้านทรัพยากร และด้านการดำเนิน กิจกรรม

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 44 ข้อ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเพียง 1 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ การให้ความสำคัญและการสนับสนุนของผู้บริหาร ความรู้ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารองค์กร ความยืดหยุ่นของแผนงานประชาสัมพันธ์ การคัดเลือกบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมือและสื่อ ขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ ความเพียงพอของงบประมาณ และนโยบายการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้ายได้แก่ การสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ การให้โอกาสหน่วยงาน หรือบุคลากรเข้ามามีส่วนร่วม ความล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการเสนอข่าว การสำรวจประชาคมติ และบุคลากรไปช่วยราชการที่หน่วยงานอื่น

3) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในกระทรวงศึกษาธิการ มีดังนี้

ปัญหา ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย และแผนงานประจำปีไม่ชัดเจน ขาดเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ขาดการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ขาดระบบการประสานงานภายใน และภายนอกหน่วยงานต่าง ๆ และขาดข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สิริพงษ์ วัฒนศรีทานัง (2537) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของฝ่ายดุขศึกษา และประชาสัมพันธ์สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียง ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ มีความเห็นว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวม มีการปฏิบัติอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านการวางแผน และด้านการติดต่อสื่อสาร และมีการปฏิบัติอยู่ในระดับ ปานกลาง 2 ด้าน คือ การสำรวจ ค้นหา และด้านการประเมิน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ได้จัดทำคู่มือหรือกล่องรับความคิดเห็น มีการปฏิบัติอยู่ในระดับ น้อย และเมื่อแยกกลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้บริหาร เห็นว่า สิ่งทีปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย มีดังนี้ คือ มีการศึกษา สำรวจ วิจัย สถานการณ์ สภาพแวดล้อม มีผลเกี่ยวข้องหรือกระทบกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ เห็นว่า ได้จัดทำคู่มือหรือกล่องรับความคิดเห็น มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย (2) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ มีความเห็นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติ ทั้งโดยส่วนรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (3) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติทั้งที่มีประสบการณ์ต่างกันและวุฒิทางการศึกษาต่างกัน

มีความคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยส่วนรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านการวางแผน และด้านการติดต่อสื่อสาร และมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการสำรวจ ค้นหา และการประเมินผล และเมื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ ทั้งที่มีประสบการณ์ ต่างกันและวุฒิทางการศึกษาต่างกัน มีการปฏิบัติ ทั้งโดยส่วนรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน