

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

นางสาวณลินี คงเพชรศักดิ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2561

**Public Relations to Build Civic Conscience in Secondary Students School at  
Prahareutai Nonthaburi Catholic School**

**Miss Nalinee Kongpetchsak**

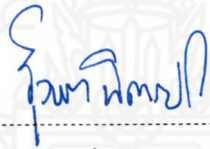


A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Communication Arts  
School of Communication Arts  
Sukhothai Thammathirat Open University  
2018

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก  
ชื่อและนามสกุล นางสาวณิณี คงเพชรศักดิ์  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ  
2. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์

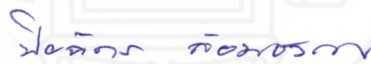
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ศาสตราจารย์รุ่งนภา พิศปรริษา)

ประธานกรรมการ



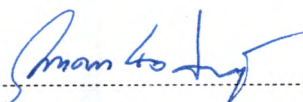
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ)

กรรมการ



(รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์)

กรรมการ



(รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัย  
นนทบุรีในเครือคาทอลิก

**ผู้วิจัย** นางสาวณิณี คงเพชรศักดิ์ **รหัสนักศึกษา** 2581500143 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ ล้อมชวการ

(2) รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ **ปีการศึกษา** 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือคาทอลิก (2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (3) พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ และ (5) เสนอกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 – นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 897 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ หัวหน้าผู้ปฏิบัติงาน โครงการจิตอาสา หัวหน้าฝ่ายจิตตภาบาล และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์รวม 3 คน เครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อแบบผสมผสานแต่จะเน้นไปที่สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ คุณครู เพื่อน เจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการฯ (2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า มีระดับการเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อบุคคล และสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของโรงเรียน (3) พฤติกรรมจิตสาธารณะพบว่า ทั้งจิตสำนึกต่อตนเองและด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวมอยู่ในระดับมาก (4) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ มีความสัมพันธ์กันระดับขั้นที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (5) เสนอกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า ต้องมีการวางแผนกิจกรรมจิตสาธารณะเร็วขึ้น มีการกำหนดแผนล่วงหน้า เพิ่มความหลากหลายของโครงการและกิจกรรมจิตสาธารณะ เพิ่มจำนวนรางวัล มีการมอบเกียรติบัตรและโล่เกียรติกุณจิตสาธารณะมากขึ้น และไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมดังกล่าวมากเกินไป

**คำสำคัญ** การเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ จิตสาธารณะ โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี



**Thesis title:** Public Relations to Build Civic Conscience in Secondary Students  
School at Prahareutai Nonthaburi Catholic School

**Researcher:** Miss Nalinee Kongpetchsak; **ID:** 2581500143;

**Degree:** Master of Communication Arts;

**Thesis advisors:** (1) Dr.Piyachat Lomchawakarn, Associate Professor;  
(2) Dr. Kamolrat Intaratat, Associate Professor; **Academic year:** 2018

### Abstract

The objectives of this research were to study public relations to build civic conscience in secondary school students at Prahareutai Nonthaburi Catholic School in terms of (1) students' exposure to the public relations; (2) students' civic conscience behavior; (3) the relationship between level of exposure to the public relations and civic conscience behavior; and ( 4) recommendations for strategies to produce effective public relations media to develop students' sense of civic conscience.

This was a mixed methods research. For the quantitative portion, the sample population was 897 students from grade matayom 1 to matayom 6 (equivalent to U.S. grades 7 to 12), chosen through multi-stage sampling. The research tool was a questionnaire. The data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlated coefficient. For the qualitative portion, the key informants were the operating head of the volunteer program, the director for pastoral care, and head of the public relations unit, for a total of 3. The research tool was an interview form and data were analyzed with descriptive analysis.

The results showed that (1) the public relations used a media mix but the primary medium was personal media i.e. teachers, friends, and personnel, who acted as middlemen transmitting messages to the target audience and encouraging students to participate in public service projects. ( 2) For media exposure, the media the students were exposed to the most were personal media and the school's public address system. (3) For civic conscience behavior, the students had a high level of personal conscience and civic conscience. (4) level of exposure to the public relations was correlated to civic conscience behavior. Grade level affected level of exposure to the public relations and civic conscience behavior to a statistically significant degree at 0.05 confidence. (5) Recommendations for effective strategies are to arrange public service activities more quickly, to set plans in advance, to arrange more diverse public service projects and activities, to give out more awards, certificates and medals, and to make the costs for joining public service activities more affordable.

**Keywords:** Exposure, Public relations media, Civic conscience,  
Prahareutai Nonthaburi School

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รวมถึง รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิศรปรีชา อาจารย์กรรมการภายนอกที่ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถแก้ไข ผลงานจนสมบูรณ์ และทรงคุณค่าทางวิชาการมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ อย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบครูสุพรรณิ ย่ารุ่ง (หัวหน้าฝ่ายจิตตาศาสนา) โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ครูอัมรินทร์ พึ่งเฟื่อง (หัวหน้าโครงการจิตอาสา) โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ครูรุ่งนภา ศรีเพชร (หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์) โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ที่ช่วยเหลือให้ข้อมูลในการศึกษาวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี และขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ นิสิตเทศาสาตรมหาบัณฑิต รุ่นที่ 12 ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ คอยกระตุ้นและให้กำลังใจที่ดีตลอดระยะเวลาที่เรียนระดับปริญญาโท

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ขอมอบให้กับบิดา มารดา ครู อาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย คุณค่าและความดีของงานวิจัยครั้งนี้ขอมอบให้โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกและโรงเรียนในเครือคณะที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนต่อไป

นลินี คงเพชรศักดิ์

กุมภาพันธ์ 2562

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	6
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	7
สมมติฐานการวิจัย .....	7
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	8
ขอบเขตการวิจัย .....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	11
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	12
ความหมายและแนวคิดจิตสาธารณะ .....	12
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจิตสาธารณะ .....	14
แนวคิดทฤษฎีฐานไม่จริยธรรม .....	16
แนวคิดทฤษฎีพัฒนาการเชิงจริยธรรมของ คอลเบอร์ก (Kohlberg) .....	19
แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรา .....	23
หลักการประชาสัมพันธ์ .....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	47
วิธีการศึกษา .....	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	50

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีทางสถิติ.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
เกณฑ์การจัดระดับค่าความสัมพันธ์ และระดับความสัมพันธ์ Bartz (1999:184).....	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	57
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	73
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	78
สรุปผลการศึกษา.....	79
อภิปรายผล.....	83
ข้อเสนอแนะ.....	87
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	92
ก ภาพกิจกรรม.....	93
ข แบบสอบถาม.....	101
ค แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน.....	112
ประวัติผู้วิจัย.....	114

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง.....	53
ตารางที่ 4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึก สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก.....	55
ตารางที่ 4.3 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง.....	57
ตารางที่ 4.4 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการจิตอาสา.....	59
ตารางที่ 4.5 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “รักและเมตตาธรรม”.....	60
ตารางที่ 4.6 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “ธรรมสัญจร”.....	61
ตารางที่ 4.7 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “โรงเรียนสีขาว”.....	62
ตารางที่ 4.8 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง.....	63
ตารางที่ 4.9 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	64
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรม จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก.....	65

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้น ที่มีผลต่อพฤติกรรม จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก.....	66
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้น ที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	67
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	69
ตารางที่ 14 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	70
ตารางที่ 15 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก.....	71
ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรม จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก.....	72

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
ภาพที่ 2.1 แสดงการเกิดพฤติกรรมตามแนวคิดของเบนคูรา.....	23
ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่างภาพสื่อบุคคลเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะ (17 สิงหาคม 2560).....	38
ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะผ่านเสียงตามสาย (24 พฤษภาคม 2560).....	39
ภาพที่ 2.4 แสดงตัวอย่างภาพการรับรางวัล “The Heart of Giving” (6 มิถุนายน 2559).....	39
ภาพที่ 2.5 แสดงตัวอย่างภาพแผ่นพับ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี (5 มีนาคม 2560).....	40
ภาพที่ 2.6 แสดงตัวอย่างภาพสื่อนิทรรศการแสดงผลงานกิจกรรมจิตสาธารณะ (18 กันยายน 2558).....	40
ภาพที่ 2.7 แสดงตัวอย่างภาพเว็บไซต์โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี (18 กันยายน 2561).....	41
ภาพที่ 2.8 แสดงตัวอย่างภาพวารสาร โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี (3 พฤศจิกายน 2560).....	41
ภาพที่ 2.9 แสดงตัวอย่างภาพสารคดีหัวใจแห่งเมตตาในช่อง You Tube (6 กันยายน 2559).....	42





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปจากมุ่งแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว ผู้การแสวงหาผลกำไรไปพร้อมๆ กับการทำความดี ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังมากขึ้น เพราะปัจจุบันความสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินเพียงแค่ผลประกอบการที่เป็นตัวเลขทางการเงินเท่านั้น องค์กรปัจจุบันต้องการมีส่วนร่วมความรับผิดชอบต่อสังคมอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัตถุในปัจจุบันเป็นสาเหตุที่ทำให้สังคมโดยทั่วไป มีค่านิยมที่ให้ความสำคัญ ในการแสวงหาเงินทอง แสวงหาอำนาจ บารมี มากกว่าที่จะให้ความสำคัญทางด้านจิตใจ สังคมในปัจจุบันจึงกลับเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัดจนปัญหาต่างๆ ที่มีมากมาย การปลูกฝังความสำนึกให้กับบุคคล เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมจึงควรบังเกิดขึ้นในสังคม ด้วยเหตุนี้ ในปัจจุบันจึงมีการกล่าวถึงคำว่า “จิตสาธารณะ” มากขึ้น เพื่อให้ผู้คนได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะมากกว่าตนเองนั่นหมายความว่าทุกคนต้องมีการให้ มากกว่า การรับ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าสามารถปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนัก สังคมย่อมได้รับแต่ความสุขอย่างแน่นอน คำว่า จิตสาธารณะ จึงมีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ โดยส่วนรวม

การพัฒนาเยาวชนให้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคตนั้น จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดีมีคุณภาพ ดังพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2545) บัญญัติไว้ว่า “การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรม ในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข” (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2545 อ้างอิงใน ราชกิจจานุเบกษา แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2545)

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ.2550 มาตรา 6 กำหนดว่า การพัฒนาเด็กและเยาวชน ต้องกระทำตามแนวทางดังนี้ (6) ให้รู้จักช่วยเหลือผู้อื่นโดยมีจิตสำนึกในการให้และการอาสาสมัคร รวมทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ (7) ให้มีความ



รับผิดชอบต่อตนเองต่อผู้อื่น และต่อส่วนรวมตามสมควรแก่วัย และแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.2552-2559) วางแนวนโยบาย เป้าหมาย กรอบการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนา คนอย่างรอบด้านและสมควรที่ต้องปลูกฝังและเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม มีจิตสำนึกและมีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีระเบียบวินัย มีจิตสาธารณะและ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของสังคมไทยในอนาคต (แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2552-2559 อ้างอิงในสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ มิถุนายน 2559)

ดังนั้นจิตสำนึกสาธารณะมีความสำคัญ จะเห็นได้ว่าการเสริมสร้างจิตสาธารณะ เป็นสิ่งจำเป็นต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก ดังที่ นราธิปย์ พุ่มทรัพย์ ได้กล่าวว่าการพัฒนาประเทศ การพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรมและวัฒนธรรมมีความสำคัญไม่น้อยกว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การสร้างจิตสาธารณะให้กับบุคคลเป็นเรื่องของจิตใจซึ่งจะหล่อหลอมให้เกิดเป็นบุคลิกเฉพาะของ บุคคลนั้นตลอดไปลักษณะของบุคคลที่มีจิตสำนึกสาธารณะจะรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ใส่ใจใน เรื่องของส่วนรวมโดยคิดว่าเป็นเรื่องของตนเอง คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมและคำนึงถึงผู้อื่น เมื่อจะแสดงพฤติกรรมใดใดออกมามีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงหน้าที่ของตนเอง ดูแล รักษาทรัพย์สินสมบัติของส่วนรวมหรือของสาธารณะซึ่งองค์กร หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน หลายๆ แห่งต่างตื่นตัวและร่วมกันรณรงค์ในการเสริมสร้างจิตสาธารณะให้กับประชาชนโดยใช้ วิธีการต่างๆ มากมายทั้งการจัดกิจกรรมให้ประชาชนมีส่วนร่วมจัดรณรงค์และใช้สื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหลายๆ ภาคส่วนในสังคมต่างเห็นความสำคัญของจิต สาธารณะ (นราธิปย์ พุ่มทรัพย์ 2551 อ้างอิงในนงลักษณ์ วิรัชชัยและคณะ, 2551, น.ก)

จิตสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอันจะเป็นประโยชน์ในทุกระดับ โดยเฉพาะ ถ้าพัฒนาให้เกิดขึ้นได้อย่างเข้มแข็ง ตั้งแต่บุคคลในระดับองค์กรที่เป็นองค์กรสถานศึกษาย่อมส่งผล ดีในภาพภาคหน้า และที่สำคัญที่สุด การสร้างและปลูกฝังจิตสำนึก ที่ดีนั้น ต้องสร้างกับ เด็กและ เยาวชน เป็นพื้นฐานเพราะเด็กสามารถรับรู้ในสิ่งที่ได้มาจากพ่อแม่ที่บ้าน รับรู้จากผู้หลักผู้ใหญ่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์องค์เจ้า ดูแลลูกหลานในระดับชุมชนและสังคม เมื่อถึงสถาบันการศึกษา ครูจะคอยอบรมสั่งสอน ทั้งด้านวิชาการ อบรมคุณธรรม จริยธรรม ปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนรู้จัก การเสียสละ การ ให้ มากกว่า การรับ อย่างเดียว จะทำให้เด็กและเยาวชน พัฒนาจิตใจในการ ช่วยเหลือผู้อื่น มีความอ่อนน้อมถ่อมตน เตรียมเข้าสู่การพัฒนา จิตใจตนเองสู่ จิตสำนึก สาธารณะ ต่อไป (แบบรายงานข้อมูลสถานศึกษา, โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี, 2559)

หลักสูตรการศึกษามักกล่าวถึงแต่หน้าที่พลเมือง แต่ไม่ได้ สอนสิทธิของพลเมือง ทำให้เยาวชนไทยไม่รู้สิทธิของตนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงปกครองด้วยชนชั้นผู้นำ เมื่อเกิดวิกฤตต่างๆ ประชาชนคิดว่าเป็นหน้าที่ของ ผู้นำในการแก้ไขปัญหา เมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีผู้แก้ปัญหาของประเทศเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น ปัญหาทั้งหมดไม่สามารถแก้ไขได้ จิตสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้พลเมืองสำนึกในสิทธิ และหน้าที่ โดยร่วมคิดและเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (แบบรายงานข้อมูลสถานศึกษา, โรงเรียนพระหฤทัย นนทบุรี, 2559)

จากคุณลักษณะอันพึงประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเรื่องจิตสาธารณะ โดยสื่อพลัง (2542, น.3 อ้างอิงใน อ้อมใจ วงมณฑา 2553 ) จากบทความจิตสำนึกสาธารณะสู่ประชา ให้นิยาม จิตสำนึกสาธารณะ (Public consciousness) หรือ จิตสาธารณะ (Public mind) คำว่า “สาธารณะ” หมายถึง กิจสมบัติ สิ่งของ สถานที่ ที่ไม่ได้เป็นของปัจเจกบุคคลใด ทั้งยังอาจหมายถึงความรวมถึงความเป็นส่วนรวมและสังคมได้อีกอย่างหนึ่ง ซึ่งจิตสาธารณะมีความหมายในแง่ความเป็นพลเมืองผู้ตื่นรู้ ตระหนักในสิทธิและความรับผิดชอบที่สร้างสรรค์สังคมส่วนรวมของคนสามัญพลเมืองที่เรียกร้องความมีส่วนร่วม และต้องการที่จะจัดการดูแลและกำหนดชะตากรรมและชุมชน โดย บุญทัน ภูบาล (2549, น.23) กล่าวถึง จิตสาธารณะเป็นจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ ด้วยการอาสาโดยไม่มีใครบังคับตระหนักรู้และคำนึงถึงประโยชน์สุขของส่วนรวมและสังคม เห็นคุณค่าของการเอาใจใส่ ดูแลสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่เป็นส่วนรวม และพรพิชญ์ วิริยากุลภัทร์(2553, น.12) ให้ความหมายจิตสำนึกสาธารณะว่าหมายถึง การรู้จักเอาใจใส่เป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มโดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจหรือพฤติกรรมที่แสดงงออกถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะ เช่น การดูแลรักษาสสิ่งแวดล้อม โดยการไม่ทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ การดูแลสาธารณะสมบัติ เช่น โทรศัพท์สาธารณะ หลอดไฟฟ้าที่ให้ความสว่างถนนหนทางแม้แต่การประหยัดน้ำประปา หรือ ไฟฟ้าที่เป็นส่วนรวม โดยใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าตลอดจนร่วมมือกระทำเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา หรือช่วยแก้ปัญหา แต่ต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย เพื่อรักษาประโยชน์ส่วนรวม

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคนซึ่งเป็นกำลังของชาติให้เป็นกำลังของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งทางร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทยและพลโลก ยึดมั่นในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีความรู้และทักษะพื้นฐานรวมทั้ง เจตคติที่จำเป็นต่อการศึกษต่อ โดยมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญบนพื้นฐานความเชื่อว่าทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพอย่างรอบด้าน เพื่อความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย สติปัญญา

อารมณ์ และสังคมเสริมสร้างให้เป็นผู้มีศีลธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึก สาธารณะเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมสังคม สามารถจัดการตนเองได้และอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข โดยมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ดังนี้คือ 1.รักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ 2.ซื่อสัตย์สุจริต 3.มีวินัย 4.ใฝ่เรียนรู้ 5.อยู่อย่างพอเพียง 6.มุ่งมั่นในการทำงาน 7.รักความเป็นไทย และ 8.มีจิตสาธารณะ (หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551)

นโยบายด้านสังคมของรัฐบาล นโยบายด้านการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ การขับเคลื่อนนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ได้ให้ความสำคัญกับการเร่งรัดปฏิรูปการศึกษาโดยใช้คุณธรรมเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคน(คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2550) และนโยบายการดำเนินการในปี พ.ศ.2550 – 2552 ของศูนย์คุณธรรมที่ได้เน้นในเรื่องจิตอาสา และเพื่อสนองมาตรฐานการศึกษา สพฐ. และ สมศ. จากความสำคัญดังกล่าว โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีจึงได้จัดทำโครงการจิตอาสา ขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต จริยธรรม ส่งเสริมการมีจิตสาธารณะและรู้จักอุทิศตนเพื่อส่วนรวม ตลอดปีการศึกษา ทั้งคณะครู เจ้าหน้าที่และฝ่ายต่างๆ รวมถึงนักเรียนเพื่อการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และปฏิบัติงานเป็นนิสัยในแนวนโยบายของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี

จากการสอบถามและ และการสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่สอนหนังสือ และขณะปฏิบัติหน้าที่ครูเวรประจำวันของโรงเรียน และจากการสัมภาษณ์ผู้ปกครองของนักเรียนมัธยมศึกษา พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ขาดจิตสำนึกสาธารณะหลายด้าน เช่น ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ไม่ช่วยงานบ้าน มาเข้าเรียนและร่วมกิจกรรมของทางโรงเรียนล่าช้า ไม่ทำความสะอาดเขตรับผิดชอบ ไม่รักษาความสะอาดในบริเวณโรงเรียน ขาดความมีน้ำใจต่อผู้อื่น ขาดความรับผิดชอบในตนเอง ขาดความเคารพในสิทธิของผู้อื่น มีความเสียสละต่อส่วนร่วมน้อย และขาดจิตสำนึกต่อผู้อื่นต่อส่วนรวม ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้นี้เป็นส่วนสำคัญสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดปัญหาในสังคมต่อไปได้ โดยนลินี คงเพชรศักดิ์ (2560) ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2538, น.77) ได้กล่าวถึงการปลูกฝังจิตสำนึกว่าควรจะมีเริ่มตั้งแต่เยาวชน ซึ่งการปลูกฝังจิตสาธารณะให้กับเยาวชนนั้น ทุกๆ ฝ่ายต้องร่วมมือกันอย่างเป็นระบบเพื่อที่จะสร้างสิ่งแวดล้อมบริบททางสังคมที่เหมาะสมเอื้อต่อการรับรู้การเรียนรู้ ในเรื่องจิตสาธารณะของเยาวชน เพราะจิตสำนึกสาธารณะเป็นเรื่องของคุณลักษณะที่จะซึมซับจากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวได้ถ้าสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวของเยาวชนที่จะทำให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้และเกิดการหล่อหลอมเป็นบุคลิกภาพที่ดี แม้ว่าการเสริมสร้างจิตสาธารณะควรจะเริ่มปลูกฝังตั้งแต่ในสถานศึกษา

แต่จากสภาพสังคมในปัจจุบันพบว่า การเสริมสร้างจิตสาธารณะนั้นควรเสริมสร้างให้กับทุกคนและช่วยวัยในสังคม

ในระยะเวลาที่ผ่าน 1-5 ปี (2553-2557) มาในอดีต สถานศึกษาประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของครูและบุคลากรบางประการ อาทิ เช่น เรื่องความพอเพียง เรื่องความมุ่งมั่น ความตั้งใจจริงในการทำงาน การขาดวินัย ความเสียสละต่อส่วนรวม การมีจิตสาธารณะดังพฤติกรรม ดังต่อไปนี้

1. การใช้จ่ายมากเกินไป ทำให้ต้องเป็นหนี้เป็นสิน
2. การมีจิตสาธารณะ การไม่ทิ้งขยะในที่ห้ามทิ้ง การไม่ทำลายข้าวของที่ไม่ใช่ของตน การดูแลของใช้ส่วนรวม การเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ให้กับผู้อื่น
3. จิตสำนึกในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การก้มลงเก็บขยะเมื่อพบเห็นไม่ว่าจะเป็นที่ใดๆ
4. ความตั้งใจอย่างจริงจังในการทำงานให้ประสบความสำเร็จลุล่วงด้วยดีในงานที่ได้รับมอบหมาย ใส่ใจมิให้เกิดความผิดพลาดขึ้น
5. การแสดงออกที่คิดว่าสถานศึกษาเป็นบ้าน ทุกคนเป็นเสมือนพี่น้องกัน และนักเรียนเป็นเสมือนลูกๆ ของตนเอง เพื่อสร้างบรรยากาศให้อบอุ่นเกิดความรักใคร่สามัคคีปรองดองกัน
6. การแสดงออกซึ่ง ความเสียสละต่อตนเองเพื่อส่วนรวม องค์กรและสังคม โดยไม่หวังผลประโยชน์หรือผลตอบแทนใดๆ

จากปัญหาดังกล่าวทำให้เห็นว่าจิตสาธารณะเป็นสิ่งสำคัญและเป็นพฤติกรรมที่สามารถพัฒนาได้โดยใช้กิจกรรม แนวคิด วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินการ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้น

หลังจากทางโรงเรียนมีการแก้ไขปัญหาโดยการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย มีการใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ รมรงค์ในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมหลายรูปแบบ โดยเฉพาะด้านจิตอาสา มีการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักเรียนมัธยมศึกษาและบุคลากรจิตอาสาตามกลุ่มเป้าหมายให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรม สร้างขวัญกำลังใจ ด้วยการมีรางวัล มีการประกาศเกียรติคุณการทำ ความดีที่น่ายกย่อง และนำผลงานเหล่านั้นไปสู่สังคมภายนอก จนเป็นที่ยอมรับ และเป็นแบบอย่างที่ดีงาม ให้แก่นักเรียนและบุคคลทั่วไป ทำให้การจัดกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนเป็นที่ยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ จนได้รับรางวัลต่างๆ มากมายแต่น่าภาคภูมิใจที่สุดคือ โรงเรียนพระฤทัย ได้รับการคัดเลือกให้ได้รับ รางวัลเกียรติคุณ สัญญา ธรรมศักดิ์ (ดี) ประจำปีการศึกษา 2558 ในโครงการเชิดชูเกียรติสถานศึกษาที่สร้างคนดีให้สังคมด้วยการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมดีเด่น สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณ ให้คณะกรรมการมูลนิธิราชประชานุเคราะห์ และคณะกรรมการโครงการเชิดชูเกียรติสถานศึกษา

การปลูกฝังความสำนึกกับบุคคลต่างๆ ให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมหรือสาธารณชนจะเป็นการสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นกับบุคคลโดยทั่วไปโดยเฉพาะ เด็กและเยาวชนรวมทั้ง ประชาชนทั่วไป สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในกายของคน"จิตสาธารณะ" เป็นความสำคัญในการปลูกจิตสำนึกให้ผู้คนรู้จัก การเสียสละ การร่วมแรงร่วมใจ ร่วมมือในการทำประโยชน์ เพื่อสังคมและส่วนรวม จิตสำนึกดังกล่าว จะช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองและสังคม การช่วยกันพัฒนาคุณภาพชีวิต อันจะเป็นหลักการในการดำเนินชีวิต เป็นการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขกับสังคมอย่างได้ผลเป็นเชิงประจักษ์

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงเล็งความสำคัญของจิตสาธารณะในสถาบันการศึกษาเพื่อปลูกฝังจากเยาวชนไทยเพราะเยาวชนไทยจะเป็นกำลังสำคัญในการมีส่วนร่วม ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็น ในการร่วมคิด การแก้ไขปัญหา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกที่ศึกษาการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านโครงการกิจกรรมหรือโครงการที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด 5 ลำดับในการแก้ไขปัญหา และส่งเสริม โครงการจิตอาสา โครงการ “รักและเมตตาธรรม” โครงการ “ธรรมสัญจร” โครงการโรงเรียนสีขาว และโครงการส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง

## 2. คำถามการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก มีคำถามการวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก มีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษาอย่างไร

2.2 โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก มีการศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาอย่างไร

2.3 โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก มีปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาอย่างไร



### 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

3.2 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียน  
มัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

3.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัย  
นันทบุรีในเครือคาทอลิก

3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

3.5 เพื่อเสนอกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของ  
นักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

### 4. สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะ  
ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

## 5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 6. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1- มัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ปีการศึกษา 2560

## 7. นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีการกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะดังต่อไปนี้

**7.1 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก** หมายถึง โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ประเภทสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนและเป็นโรงเรียนแห่งที่ 5 ในเครือโรงเรียนคณะพระหฤทัย โดยพันธกิจของโรงเรียนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีศักยภาพ พร้อมนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับส่วนรวม

**7.2 การประชาสัมพันธ์** หมายถึง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก คือ

1) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ประกอบด้วย สื่อบุคคล เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์โรงเรียน วารสารโรงเรียน สารคดีหัวใจแห่งเมตตา สื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

2) พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ประกอบด้วย จิตสำนึกต่อตนเองและจิตสำนึกต่อส่วนรวม

**7.3 สื่อประชาสัมพันธ์** หมายถึง สื่อที่โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกใช้เผยแพร่เกี่ยวกับการสร้างจิตสาธารณะประกอบด้วยสื่อประเภทต่างๆ 9 ประเภทคือ

- 1) สื่อบุคคล ได้แก่ ได้รับข่าวสารจากเพื่อน ครู บุคลากร
- 2) เสียงตามสาย ได้แก่ ในการจิตอาสาภายในโรงเรียน และนอกโรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ
- 3) แผ่นป้ายโฆษณา ได้แก่ ภาพเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่างๆ



4) แผ่นพับโรงเรียน ได้แก่ มีบริการตามฝ่ายต่างๆ ของโรงเรียนอาทิ ห้องประชาสัมพันธ์  
ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ

5) สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน ได้แก่ ป้ายแสดงผลงาน แฟ้มสะสมผลงาน

6) เว็บไซต์โรงเรียน ได้แก่ [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th)

7) วารสารโรงเรียน

8) สารคดีหัวใจแห่งเมตตา

9) สื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

**7.4 จิตสาธารณะ** ได้แก่ โครงการที่โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือคาทอลิก จัดทำ  
ขึ้นเพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียน 2 ระดับ คือ 1) จิตสำนึกต่อตนเอง 2) จิตสำนึกต่อส่วนรวม  
อันประกอบไปด้วย 5 โครงการ คือ

1) โครงการจิตอาสา

- กิจกรรมจิตอาสาจราจร
- กิจกรรมหลังคาสีเขียว
- กิจกรรมสร้างบ้านดิน
- กิจกรรมปลูกป่าชายเลน
- กิจกรรมสร้างฝาย ปลูกปะการัง

2) โครงการ รักและเมตตาธรรม

- กิจกรรมบ้านพักคนชรา
- กิจกรรมสถานสงเคราะห์บ้านราชวดี
- กิจกรรมออมเงินเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษา
- กิจกรรมมอบของขวัญให้กับเด็กดอยในวันคริสต์มาส
- กิจกรรมบริจาคผ้าห่มและหนังสือให้กับผู้ที่ขาดแคลน

3) โครงการ ธรรมสัญจร

- กิจกรรมตักบาตรทำบุญ
- กิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด
- กิจกรรมเข้าเจียบ ฟันฟูจิตใจทางศาสนาคริสต์
- กิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพะยอม
- กิจกรรมให้กำลังใจผู้ถูกคุมขังที่ทัณฑสถานบ้านพักชายกลาง คลอง 6

## 4) โครงการโรงเรียนสีขาว

- กิจกรรมทางศาสนา
- กิจกรรมอบรมจริยธรรม
- กิจกรรมค่ายคุณธรรม
- กิจกรรมวันงดสูบบุหรี่
- กิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด

## 5) โครงการส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง

- กิจกรรมของเงินหายได้คืน
- กิจกรรมโทรศัพท์มือถือหายได้คืน
- กิจกรรมประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรี PTN
- กิจกรรมประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรีพระหฤทัย
- กิจกรรมประกาศเกียรติคุณด้านความซื่อสัตย์

7.5 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ได้แก่ นักเรียนชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายในโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีทั้งหมด 6 ระดับ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 – นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2560

## 8. ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ได้ประโยชน์ดังต่อไปนี้คือ

8.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพระหฤทัยในเครือคณะของพระเยซูเจ้า

8.2 เพื่อใช้ในการส่งเสริมพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี  
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายของคำว่าจิตสาธารณะ
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจิตสาธารณะ
3. แนวคิดทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรม
4. แนวคิดทฤษฎีพัฒนาการเชิงจริยธรรมของโคลสเบิร์ก (Kohlberg)
5. แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura)
6. หลักการประชาสัมพันธ์
7. ข้อมูลของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมายและแนวคิดจิตสาธารณะ

จากการศึกษาเอกสารต่างๆ พบว่ามีคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “จิตสาธารณะ”  
หลายคำ เช่น จิตอาสา จิตสาธารณะ จิตสำนึกต่อส่วนรวม ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Public  
Consciousness , Public Mind หรือ Volunteer Spirit ในเรื่องจิตสาธารณะนั้นมีการกล่าวถึงไว้มากมาย  
เช่น กระทรวงศึกษา (2560) ได้นิยามว่าคำว่า “มีจิตสาธารณะ” และ “ผู้ที่มีจิตสาธารณะ” ไว้ดังนี้

“มีจิตสาธารณะ” หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือ  
สถานการณ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น ชุมชน และสังคม ด้วยความตั้งใจ กระตือรือร้น โดยไม่  
หวังผลตอบแทน

ผู้ที่มีจิตสาธารณะ คือ ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้ให้และช่วยเหลือผู้อื่น แบ่งปันความสุข  
ส่วนตนเพื่อทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เข้าใจ เห็นใจผู้ที่มีความเดือดร้อน อาสาช่วยเหลือสังคม  
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้วยร่างกาย สติปัญญา ลงมือปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหา หรือร่วมสร้างสรรค์สิ่งที่ดี  
งามให้เกิดในชุมชน โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

**ตัวชี้วัดที่ 1** ช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจโดยไม่หวังผลตอบแทนโดยมีพฤติกรรมบ่งชี้ 3 ข้อ คือ

1. ช่วยพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูทำงานด้วยความเต็มใจ
2. อาสาทำงานให้ผู้อื่นด้วยกำลังกาย กำลังใจ และกำลังสติปัญญา

โดยไม่หวังผลตอบแทน

3. แบ่งปันสิ่งของ ทรัพย์สินและอื่นๆ และช่วยแก้ปัญหาหรือสร้างความสุขให้กับผู้อื่น

**ตัวชี้วัดที่ 2** เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนชุมชนและสังคมโดยมีพฤติกรรมบ่งชี้ 3 ข้อคือ

1. ดูแล รักษาสาธารณสมบัติและสิ่งแวดล้อมด้วยความเต็มใจ
2. เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน ชุมชนและสังคม
3. เข้าร่วมกิจเพื่อแก้ปัญหาหรือร่วมสร้างสิ่งที่ดีงามของส่วนรวม

ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยความกระตือรือร้น

วิชฌู เครื่องงาม (2555) ได้กล่าวถึง จิตสาธารณะไว้ดังนี้ “จิตสาธารณะเป็นความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อมนุษย์ ทุกศาสนาโดยเฉพาะศาสนาพุทธสอนเรื่องนี้มานานแล้วด้วยการแนะนำให้รู้จักแผ่เมตตา เสียสละ และการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ การที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้แล้วยอมตรากตรำจาริกไปเผยแผ่ธรรมะก็เพราะมีจิตสาธารณะเดิมทีคนไม่ใคร่คิดว่าเป็นภาคเอกชนและในวงการธุรกิจจิตสาธารณะจะเป็นเรื่องจำเป็นเรื่องหนึ่งไม่พ้น เพราะนอกจากจะเป็นคุณธรรมอย่างหนึ่งของคนดีแล้ว ยังเป็นธรรมาภิบาลของสังคมและเป็นหลักข้อหนึ่งในระบอบประชาธิปไตยด้วย สมเด็จพระบรมราชชนกเคยตรัสไว้กว่า 80 ปีมาแล้วว่าประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์ต้องถือเป็นกิจที่หนึ่ง นี่แหละสาระของจิตสาธารณะโดยแท้”

สุเทพ ปาลสาร (2554) ได้ให้ความหมายของจิตสาธารณะไว้ว่า “จิตที่คิดสร้างสรรค์ คิดดี ทำดี เพื่อส่วนรวม เพื่อสาธารณะโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนใดๆ”

วลัยรักษ์ บุญญา (2553) ได้กล่าวไว้ว่า “จิตสำนึกสาธารณะ คือ จิตสำนึกของสังคม (Social Consciousness) ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาตราบนานเท่าที่มีการดำรงอยู่ของสังคม (Social Being) จิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วยคำว่า “จิตสำนึก” และ “สาธารณะ” เป็นเรื่องของ Mind หรือ Spirit ก่อนที่จะกระทำสิ่งใดจิตที่สามารถส่งผ่านการสัมผัสเตือนทางอารมณ์โดยผ่านไปยังสมองก่อนจะกระทำทางกายคือจะต้องคิดก่อนกระทำนั่นเอง “สาธารณะ” Public เป็นเรื่องของส่วนรวมที่ทุกคนรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มีสิทธิในการใช้และมีหน้าที่บำรุงรักษาร่วมกัน”

### ส่วนนิยามของคำว่าจิตอาสาได้มีหลายท่านนิยามได้ดังนี้

ไพศาล วิสาโล (2554) ได้ให้นิยามคำว่าจิตอาสาไว้ในกลุ่มมือจิตอาสา สำหรับผู้ไม่พิการในความดี ไว้ดังนี้ (สถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ 2554) “จิตอาสาคือจิตที่พร้อมสละเวลา แรงกาย และสติปัญญา เพื่อสาธารณประโยชน์เป็นจิตที่ไม่นิ่งดูเฉยเมื่อพบเห็นปัญหาหรือความทุกข์ยากที่เกิดขึ้นกับผู้อื่นเป็นจิตสงบนเย็นและพลังแห่งความดี”

วีรบูรณ์ วิสารทสกุลวีรบูรณ์ (2554) อาจารย์ประจำ ภาควิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ให้ความหมายในเชิงที่ต่างไปสำหรับคำว่าจิตอาสา แต่เน้นไปคำว่าสำนึกพลเมืองดังนี้ “จิตอาสาที่แท้จริงแล้วเป็นการทำงานเพื่อตอบประโยชน์ตัวเองเป็นหลัก และการจะพัฒนาให้จิตอาสาเติบโตเป็นจิตสำนึกพลเมืองได้นั้น จำเป็นต้องเชื่อมโยงให้อาสาสมัคร เห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนตัวอาสาสมัครกับส่วนรวม และตระหนักว่าสาธารณะ หรือ ส่วนรวม (คนอื่น) สำคัญกว่าส่วนตัว อีกทั้งเมื่อส่วนรวมได้ประโยชน์ ส่วนตัวจึงได้ประโยชน์ตามมา”

ดังนั้นจากการศึกษาเอกสารต่างๆ ผู้วิจัยจึงสรุปนิยามคำว่าจิตสาธารณะเป็นความหมายเบื้องต้นเพื่อไว้เปรียบเทียบจากนิยามสาธารณะที่อาจค้นพบได้จากการศึกษาว่า “จิตสาธารณะ หมายถึง จิตใจที่พร้อมสละแรงกาย แรงใจ สติปัญญา และเวลา เพื่อการทำความดีที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ต่อสังคม เป็นการกระทำด้วยความสมัครใจอยากทำ และทำไม่หวังสิ่งตอบแทน

## 2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจิตสาธารณะ

มีแนวคิดที่สำคัญที่ผู้วิจัยเห็นว่าควรนำมาอ้างอิง เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการอภิปราย เปรียบเทียบข้อค้นพบจากการวิจัย เรื่องงานอาสาสมัคร

2.1 พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (เครือข่ายจิตอาสา 2554) เรื่องงานอาสาสมัคร

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสเกี่ยวกับการงานอาสาสมัครไว้ ความว่า อาสาสมัครจะต้องระลึกลักษณะของศรัทธาในงานอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นนั้นเกิดขึ้นด้วยตัวเอง มีความรู้สึกเห็นชอบในงานอาสาสมัคร มีศรัทธาที่จะทำงาน มีเวลาที่จะปฏิบัติงาน และพร้อมที่จะเป็น อาสาสมัคร” (เครือข่ายจิตอาสา 2554) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าจากพระราชดำรัสดังกล่าว อาจจะแยกองค์ประกอบของการงานอาสาสมัครไว้ 4 ประการ

1) ศรัทธาในงานอาสาสมัครนั้นเกิดขึ้นด้วยตนเอง หมายถึง การที่ทำสิ่งนั้นเป็นการตัดสินใจทำด้วยตนเองไม่มีใครบังคับให้ทำ

2) มีความรู้สึกเห็นชอบในงานอาสาสมัคร หมายถึง เห็นว่าการทำงานนั้นๆ ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม สิ่งที่ทำนั้นเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นจริง เห็นชอบในที่นี้จะหมายถึง สัมมาทิฐิ ในมรรค 8

3) มีศรัทธาที่จะทำงาน หมายถึง เลื่อมใสเชื่อถือในสิ่งที่ทำ

4) มีเวลาที่จะปฏิบัติงานและพร้อมที่จะเป็นอาสาสมัคร หมายถึง การมีความพร้อมทั้งกายและใจ รวมทั้งเวลาและโอกาสที่จะทำงานอาสาสมัครนั้นๆ

จากพระราชดำรัสที่อันเชิญมาผู้วิจัยจึงอาจสรุปได้ว่าการทำงานอาสาสมัครนั้นต้องประกอบด้วย

- 1) มีความอยากทำด้วยตนเองไม่ต้องมีใครบังคับหรือสั่งให้ทำ
- 2) คิดไตร่ตรองดูแล้วเห็นสิ่งที่จะทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น
- 3) มีความเชื่อมั่นในการทำงาน
- 4) มีความพร้อมที่จะทำงานนั้น

2.2 พระไพศาล วิสาโล (2554) ได้ให้ความหมายว่า “จิตที่ไม่นิ่งดูตายต่อสังคม หรือความทุกข์ยากของผู้คน และปรารถนาเข้าไปช่วย ไม่ใช่แค่ด้วยการให้ทานให้เงินแต่ด้วยการสละเวลาลงแรงเข้าไปช่วย และด้วยจิตที่เป็นสุขที่ได้ช่วยผู้อื่น จากหนังสือเรื่องจิตอาสา สุขสร้างง่าย ๆ แค่งมือทำ โดยกล่าวในหนังสือไว้ว่า “ส่วนใหญ่ใช้ความหมายในทางโลก คือ การเป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือ ส่วนรวมหรือผู้ทุกข์ อย่างไรก็ตามคำว่า “จิตอาสา” ก็มีมิติในทางธรรมด้วย เพราะเกิดจากความเมตตากรุณา การคิดถึงประโยชน์ของผู้อื่น ขณะเดียวกันก็เป็นการลดละตัวตนพูดได้ว่าจิตอาสาเป็นการปฏิบัติธรรมอย่างหนึ่งในพุทธศาสนา

ในอดีต คนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อเรื่องของชาติน้ำ มีจิตเมตตากรุณา และไม่นิ่งดูตายเมื่อเห็นคนอื่นเดือดร้อน ซึ่งถือเป็นค่านิยมที่ส่งเสริมและถ่ายทอดกันมา แตกต่างจากปัจจุบันแม้คนไทยจะมีความเชื่อเรื่องบุญ แต่มักทำบุญด้วยจิตที่เจือความโลภ

หัวใจสำคัญของ “จิตอาสา” คือ จิตที่เต็มไปด้วยความเมตตากรุณา ปรารถนาดีต่อผู้อื่น อยากให้เขาพ้นความทุกข์ โดยไม่หวังประโยชน์สุขหรือผลตอบแทนให้แก่ตนเอง เป็นจิตที่ทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ รางวัลจิตอาสา คือ ความสุขและความภาคภูมิใจในตนเองเท่านั้น

2.3 ฮาบาแมส (Habermas, 1992) กับแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับการกำเนิดจิตสาธารณะ โดยพบว่าการใช้การสื่อสารเปิดพื้นที่สาธารณะสามารถนำมาต่อยอดเพื่อทำการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงสังคม (Communication Social Change)



โดยในชาวตะวันตก จะใช้คำว่า “Public Sphere ” ในการกล่าวถึงการช่วยเหลือกันใน พื้นที่สาธารณะ ที่ทุกคน(มีความรู้สึกร่วม) การเป็นเจ้าของพื้นที่ชุมชนและประเทศ นอกจากนี้ยังมี แนวคิด “Active Citizen” ประชาชนมีแรงกระตุ้นในงานส่วนรวม

สำหรับคนไทย เชื่อว่าแนวคิดจิตสาธารณะ มีมาตั้งแต่ในอดีต (เช่น การลงแขก) วัฒนธรรมการเป็นอาสาสมัคร พื้นฐานวิถียุติธรรมในเรื่อง “ใจบุญสุนทาน” ตามวัฒนธรรมชาวพุทธ (เช่น การทอดผ้าป่าสามัคคี) เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ที่ทำงานอาสา ช่วยเหลือสาธารณะ สมควรตามแนวทางพระราช ดำรัสก็คือ ผู้มีจิตสาธารณะนั่นเอง

### 3. แนวคิดทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรม

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงสาเหตุพฤติกรรมของคนดีและ คนเก่ง โดยได้ทำการประมวลผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สาเหตุของพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนไทยทั้งเด็กและผู้ใหญ่ อายุตั้งแต่ 6-60 ปี ว่าพฤติกรรมเหล่านั้น มีสาเหตุทางจิตใจอะไรบ้าง และได้นำมาประยุกต์เป็นทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรมสำหรับคนไทยขึ้น โดยแบ่งต้นไม้อจริยธรรม ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่หนึ่ง ได้แก่ ดอกและผลไม้นบนต้น ที่แสดงถึงพฤติกรรมการทำงานดีละเว้นชั่วและ พฤติกรรมการทำงานอย่างขยันขันแข็งเพื่อส่วนรวม ซึ่งล้วนแต่เป็นพฤติกรรมของพลเมืองดี พฤติกรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

2. ส่วนที่สอง ได้แก่ ส่วนลำต้นของต้นไม้อ แสดงถึงพฤติกรรมการทำงานอาชีพอย่าง ขยันขันแข็ง ซึ่งประกอบด้วยจิตลักษณะ 5 ด้าน คือ

#### 2.1 เหตุผลเชิงจริยธรรม

เหตุผลเชิงจริยธรรม หมายถึง การที่บุคคลรู้จักใช้เหตุผลในการเบี่ยงกระทำ หรือไม่กระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเมื่อมีเหตุการณ์บังคับ เหตุผลนี้จะแสดงให้ทราบถึงเหตุจูง ใจหรือแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการกระทำต่าง ๆ บุคคลที่มีจริยธรรมที่ต่างกันอาจมีเบื้องหลังการ กระทำที่แตกต่างกันหรือการกระทำที่เหมือนกัน

#### 2.2 มุ่งอนาคตและการควบคุมตนเอง

ลักษณะมุ่งอนาคต คาคการณ์ไกล หมายถึง ลักษณะมุ่งอนาคต เป็นความสามารถ ในการคาดการณ์ไกลและเล็งเห็นผลดี ผลเสียที่เกิดขึ้นในอนาคตและสามารถวางแผนปฏิบัติเพื่อรองรับ

ผลดีหรือป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ การมุ่งอนาคตจึงเกิดจากการสะสมผลของการเรียนรู้ ประสบการณ์ตั้งแต่อดีตของบุคคลเกี่ยวกับลักษณะความมั่นคงของสภาพแวดล้อม

การควบคุมตน หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติ หรือควบคุมการปฏิบัติ เพื่อผล ที่มีค่าสูงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความสามารถควบคุมตนนี้มีหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสังเกต ตนเอง การจัดสภาพแวดล้อม การกระทำหรือควบคุมที่จะกระทำพฤติกรรมและการให้รางวัลหรือลงโทษตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความมีระเบียบวินัย และการประพฤติปฏิบัติอย่างเหมาะสม

### 2.3 ความเชื่ออำนาจในตน

ความเชื่ออำนาจในตน ความเชื่ออำนาจในตนของบุคคลประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ 1) ความสามารถในการทำนาย (Predictability) ความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุหนึ่งและผลหนึ่ง 2) ความเชื่อที่ว่าตนสามารถควบคุมให้เกิดผลนั้นตามที่ต้องการได้ (Controllability) ผู้ที่มีความเชื่ออำนาจในตนมาก เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมที่น่าปรารถนาต่าง ๆ มากกว่า เชื่ออำนาจตน

### 2.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะรางวัลแต่ทำเพื่อประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) มุ่งหาความสำเร็จและกลัวความล้มเหลว
- 2) มีความทะเยอทะยานสูง
- 3) ตั้งเป้าหมายสูง
- 4) มีความรับผิดชอบในการงานดี
- 5) มีความอดทนในการทำงาน
- 6) รู้ความสามารถที่แท้จริง
- 7) เป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
- 8) เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังสูง

### 2.5 ทักษะ คุณธรรมและค่านิยม

ทักษะ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมี พฤติกรรมได้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทักษะนั้น



คุณธรรม คุณงามความดีที่เป็นธรรมชาติ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ซึ่งรวมสรุปก็คือ สภาพคุณงามความดี

ค่านิยม ค่านิยมทางสังคม เป็นระบบความชอบพิเศษที่คนในแต่ละสังคมมีอยู่ ค่านิยมประเภทนี้เกิดจากการเรียนรู้จากสังคมระดับต่าง ๆ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เช่น นาย ก ชอบสิ่งใดมากก็จะทำสิ่งนั้นมากเป็นต้น ดังนั้นสังเกตค่านิยมของสังคมอาจพิจารณาได้จากพฤติกรรมเด่น ๆ ของสมาชิกในสังคมแล้วอนุมานว่า สังคมนั้นมีค่านิยมอย่างไร เช่น ค่านิยมสังคมไทยที่เป็นค่านิยมดั้งเดิม คือ ยึดถือตัวบุคคล ความรักสนุก และยึดทางสายกลาง เป็นต้น

**3. ส่วนที่สาม** ได้แก่ รากของต้นไม้ ที่แสดงถึงพฤติกรรมการทำงานอาชีพอย่างขยันขันแข็งซึ่งประกอบด้วยจิตลักษณะ 3 ด้าน คือ

- 1) สติปัญญา
- 2) ประสบการณ์ทางสังคม
- 3) สุขภาพจิต

3 จิตลักษณะทั้งสามนี้อาจใช้เป็นสาเหตุของการพัฒนาจิตลักษณะ 5 ประการ ที่ลำต้นของต้นไม้ก็ได้ กล่าวคือ บุคคลจะต้องมีลักษณะพื้นฐานทางจิตใจ 3 ด้าน ในปริมาณที่สูงพอเหมาะ กับอายุ จึงจะเป็นผู้ที่มีความพร้อมที่จะพัฒนาจิตลักษณะทั้ง 5 ประการ ที่ลำต้นของต้นไม้ โดยที่จิตทั้ง 5 ลักษณะนี้จะพัฒนาไปเองโดยอัตโนมัติ ถ้าบุคคลที่มีความพร้อมทางจิตใจ 3 ด้านดังกล่าวและอยู่ในสภาพแวดล้อมทางครอบครัวและสังคมที่เหมาะสม นอกจากนั้นบุคคลยังมีความพร้อมที่จะรับการพัฒนาจิตลักษณะบางประการใน 5 ด้านนี้ โดยวิธีการอื่น ๆ ด้วย ฉะนั้นจิตลักษณะพื้นฐาน 3 ประการ จึงเป็นสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลและของบุคคลนั่นเอง นอกจากนี้จิตลักษณะพื้นฐาน 3 ประการที่รากนี้ อาจเป็นสาเหตุร่วมกับจิตลักษณะ 5 ประการที่ลำต้น หากบุคคลมีพื้นฐานทางด้านจิตใจเป็นปกติ และได้รับประสบการณ์ทางสังคมที่เหมาะสม บุคคลนั้นก็จะสามารถพัฒนาโดยธรรมชาติ แต่ในสังคมไทยมีการวิจัยพบว่าพัฒนาการหยุดชะงักอย่างไม่เหมาะสมกับวัย กล่าวคือ ผู้ใหญ่จำนวนหนึ่งซึ่งสมควรพัฒนาการใช้เหตุผลไปถึงขั้นสูงแล้วแต่ยังหยุดชะงักที่ขั้นต่ำ เช่น ยังยึดหลักแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนพวกพ้อง เป็นต้น บุคคลที่มีแรงจูงใจดังกล่าวจึงยังไม่สามารถคิดประโยชน์เพื่อสังคมได้ดวง (เดือน พันธุมนาวิน 2539)

ดังนั้น บุคคลจึงควรมีการตรวจสอบจริยธรรมของตัวเองอยู่ตลอดเวลา การบันทึกกิจกรรมที่ได้กระทำแต่ละวันทำให้ได้ข้อมูล เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการบันทึกข้อมูลการปฏิบัติหรือกิจกรรมที่ได้กระทำ เหมือนการปฏิบัติธรรมโดยวิธีนั่งสมาธิ เพราะในขณะที่จิตกำลังทบทวนสิ่งที่ได้กระทำ เหมือนเป็นการพิจารณาตัวเอง พิจารณาการกระทำดีและไม่ดี ในขณะที่จิตพิจารณา ก็จะเกิดสมาธิ และเมื่อได้พิจารณาตนเองแล้ว

ก็สามารถเข้าใจตนเองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใหม่ ซึ่งเป็นเสมือนเกิดปัญญาในการนำพาชีวิตผ่านพ้นทุกข์ได้ (ดวงเดือน พันธมนาวิน 2539)

#### 4. แนวคิดทฤษฎีพัฒนาการเชิงจริยธรรมของโคลเบอร์ก (Kohlberg)

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) ให้คำจำกัดความของจริยธรรมว่า จริยธรรมเป็นความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความถูกต้องผิด และเกิดขึ้นจากขบวนการทางความคิดอย่างมีเหตุผล ซึ่งต้องอาศัยวุฒิภาวะทางปัญญา

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) เชื่อว่าพัฒนาการทางจริยธรรมเป็นผลจากการพัฒนาการของโครงสร้างทางความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรม นอกจากนั้น โคลเบอร์กยังพบว่า ส่วนมากการพัฒนาทางจริยธรรมของเด็กจะไม่ถึงขั้นสูงสุดในอายุ 10 ปี แต่จะมีการพัฒนาขึ้นอีกหลายขั้นจากอายุ 11-25 ปี การใช้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะแสดงให้เห็นถึงความเจริญของจิตใจของบุคคล การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมไม่ได้ขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ของสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการใช้เหตุผลที่ลึกซึ้งยากแก่การเข้าใจยิ่งขึ้นตามลำดับของวุฒิภาวะทางปัญญา

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) ได้ศึกษาการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมของเยาวชนอเมริกัน อายุ 10 -16 ปี และได้แบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมออกเป็น 3 ระดับ ( Levels) แต่ละระดับแบ่งออกเป็น 2 ขั้น (Stages) ดังนั้น พัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบอร์กมีทั้งหมด 6 ขั้น คำอธิบายของระดับและขั้นต่างๆ ของพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบอร์ก มีดังต่อไปนี้

**ระดับที่ 1 ระดับก่อนมีจริยธรรมหรือระดับก่อนกฎเกณฑ์สังคม (Pre - Conventional Level)** ระดับนี้เด็กจะรับกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของพฤติกรรมที่ “ดี” “ไม่ดี” จากผู้มีอำนาจเหนือตน เช่น บิดามารดา ครูหรือเด็กโต และมักจะคิดถึงผลตามที่จะนำรางวัลหรือการลงโทษ

พฤติกรรม “ดี” คือ พฤติกรรมที่แสดงแล้วได้รางวัล

พฤติกรรม “ไม่ดี” คือ พฤติกรรมที่แสดงแล้วได้รับโทษ

โดยบุคคลจะตอบสนองต่อกฎเกณฑ์ซึ่งผู้มีอำนาจทางกายเหนือตนเองกำหนดขึ้น จะตัดสินใจเลือกแสดงพฤติกรรมที่เป็นหลักต่อตนเอง โดยไม่คำนึงถึงผู้อื่น จะพบในเด็ก 2-10 ปี โคลเบอร์กแบ่งพัฒนาการทางจริยธรรม ระดับนี้เป็น 2 ขั้น คือ

**ขั้นที่ 1 การถูกลงโทษและการเชื่อฟัง (Punishment and Obedience Orientation)**

เด็กจะยอมทำตามคำสั่งผู้มีอำนาจเหนือตนโดยไม่มีเงื่อนไขเพื่อไม่ให้ตนถูกลงโทษ ขั้นนี้แสดง

พฤติกรรมเพื่อหลบหลีกการถูกลงโทษ เพราะกลัวความเจ็บปวด ยอมทำตามผู้ใหญ่เพราะมีอำนาจทางกายเหนือตน

โคลเบอร์ก อธิบายว่า ในขั้นนี้เด็กจะใช้ผลตามของพฤติกรรมเป็นเครื่องชี้ว่า พฤติกรรมของตน “ถูก” หรือ “ผิด” เป็นต้นว่า ถ้าเด็กถูกทำโทษก็จะคิดว่าสิ่งที่ตนทำ “ผิด” และจะพยายามหลีกเลี่ยงไม่ทำสิ่งนั้นอีก พฤติกรรมใดที่มีผลตามด้วยรางวัลหรือคำชม เด็กก็จะคิดว่าสิ่งที่ตนทำ “ถูก” และจะทำซ้ำอีกเพื่อหวังรางวัล

**ขั้นที่ 2 กฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือเพื่อประโยชน์ของตน** (Instrumental Relativist Orientation) ใช้หลักการแสวงหารางวัลและการแลกเปลี่ยน บุคคลจะเลือกทำตามความพอใจของตนเอง โดยให้ความสำคัญของการได้รับรางวัลตอบแทน ทั้งรางวัลที่เป็นวัตถุหรือการตอบแทนทางกาย วาจา และใจ โดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องของสังคม ขั้นนี้แสดงพฤติกรรมเพื่อต้องการผลประโยชน์สิ่งตอบแทน รางวัล และสิ่งแลกเปลี่ยน เป็นสิ่งตอบแทน

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) อธิบายว่า ในขั้นนี้เด็กจะสนใจทำตามกฎข้อบังคับ เพื่อประโยชน์หรือความพอใจของตนเอง หรือทำดีเพราอยากได้ของตอบแทนหรือรางวัล ไม่ได้คิดถึงคุณธรรมและความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น หรือความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่น พฤติกรรมของเด็กในขั้นนี้ทำเพื่อสนองความต้องการของตนเอง แต่มักจะเป็นการแลกเปลี่ยนกับคนอื่น เช่น ประโยค “ถ้าเธอทำให้ฉัน ฉันจะให้.....”

**ระดับที่ 2 ระดับจริยธรรมตามกฎเกณฑ์สังคม** (Conventional Level) พัฒนาการจริยธรรมระดับนี้ ผู้ทำถือว่าการประพฤติตนตามความคาดหวังของผู้ปกครอง บิดามารดา กลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกหรือของชาติ เป็นสิ่งที่ควรจะทำหรือทำความผิดเพราะกลัวว่าตนจะไม่ใช่ที่ยอมรับของผู้อื่น ผู้แสดงพฤติกรรมจะไม่คำนึงถึงผลตามที่จะเกิดขึ้นแก่ตนเอง ถือว่าความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ ทุกคนมีหน้าที่จะรักษามาตรฐานทางจริยธรรม

โดยบุคคลจะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคมที่ตนเองอยู่ ตามความคาดหวังของครอบครัวและสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นขณะนั้นหรือภายหลังก็ตาม จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคมโดยคำนึงถึงจิตใจของผู้อื่น จะพบในวัยรุ่นอายุ 10-16 ปี โคลเบอร์กแบ่งพัฒนาการทางจริยธรรม ระดับนี้เป็น 2 ขั้น คือ

**ขั้นที่ 3 ความคาดหวังและการยอมรับในสังคม สำหรับ “เด็กดี”** (Interpersonal Concordance of “Good boy , nice girl” Orientation) บุคคลจะใช้หลักทำตามที่ผู้อื่นเห็นชอบ ใช้เหตุผลเลือกทำในสิ่งที่กลุ่มยอมรับ โดยเฉพาะเพื่อนเพื่อเป็นที่ชื่นชอบและยอมรับของเพื่อน ไม่เป็นตัวของตัวเอง คล้อยตามการชักจูงของผู้อื่น เพื่อต้องการรักษาสัมพันธภาพที่ดี พบในวัยรุ่นอายุ 10-15 ปี ขั้นนี้แสดงพฤติกรรมเพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับของหมู่คณะ การช่วยเหลือผู้อื่น

เพื่อให้เขาพอใจ และยกย่องชมเชย ทำให้บุคคลไม่มีความเป็นตัวของตัวเอง ชอบคล้อยตาม การชักจูงของผู้อื่น โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อน

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) อธิบายว่า พัฒนาการทางจริยธรรมขั้นนี้เป็นพฤติกรรมของ “คนดี” ตามมาตรฐานหรือความคาดหวังของบิดา มารดาหรือเพื่อนวัยเดียวกัน พฤติกรรม “ดี” หมายถึง พฤติกรรมที่จะทำให้ผู้อื่นชอบและยอมรับ หรือไม่ประพฤติดิเพราะเกรงว่าพ่อแม่จะเสียใจ

**ขั้นที่ 4 กฎและระเบียบ** (“Law-and-order” Orientation) จะใช้หลักทำตามหน้าที่ของสังคม โดยปฏิบัติตามระเบียบของสังคมอย่างเคร่งครัด เรียนรู้การเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ปฏิบัติตามหน้าที่ของสังคมเพื่อดำรงไว้ซึ่งกฎเกณฑ์ในสังคม พบในอายุ 13 -16 ปี ขั้นนี้แสดงพฤติกรรมเพื่อทำตามหน้าที่ของสังคม โดยบุคคลรู้ถึงบทบาทและหน้าที่ของเขาในฐานะเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมนั้น จึงมีหน้าที่ทำตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมกำหนดให้ หรือคาดหมายไว้

โคลเบอร์ก อธิบายว่า เหตุผลทางจริยธรรมในขั้นนี้ ถือว่าสังคมจะอยู่ด้วยความมีระเบียบเรียบร้อยต้องมีกฎหมายและข้อบังคับ คนดีหรือคนที่มีพฤติกรรมถูกต้องคือ คนที่ปฏิบัติตามระเบียบบังคับหรือกฎหมาย ทุกคนควรเคารพกฎหมาย เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและความเป็นระเบียบของสังคม

**ระดับที่ 3 ระดับจริยธรรมตามหลักการด้วยวิจารณญาณ หรือระดับเหนือกฎเกณฑ์สังคม** (Post - Conventional Level) พัฒนาการทางจริยธรรมระดับนี้ เป็นหลักจริยธรรมของผู้มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป ผู้ทำหรือผู้แสดงพฤติกรรมได้พยายามที่จะตีความหมายของหลักการและมาตรฐานทางจริยธรรมด้วยวิจารณญาณ ก่อนที่จะยึดถือเป็นหลักของความประพฤติที่จะปฏิบัติตาม การตัดสินใจ “ถูก” “ผิด” “ไม่ควร” มาจากวิจารณญาณของตนเอง ปราศจากอิทธิพลของผู้มีอำนาจหรือกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก กฎเกณฑ์ – กฎหมาย ควรจะตั้งบนหลักความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกของสังคมที่ตนเป็นสมาชิก ทำให้บุคคลตัดสินใจข้อขัดแย้งของตนเองโดยใช้ความคิดไตร่ตรองอาศัยค่านิยมที่ตนเชื่อและยึดถือเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจ จะปฏิบัติตามสิ่งที่สำคัญมากกว่าโดยมีกฎเกณฑ์ของตนเอง ซึ่งพัฒนามาจากกฎเกณฑ์ของสังคม เป็นจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับทั่วไป โคลเบอร์กแบ่งพัฒนาการทางจริยธรรม ระดับนี้เป็น 2 ขั้น คือ

**ขั้นที่ 5 สัญญาสังคมหรือหลักการทำตามคำมั่นสัญญา** (Social Contract Orientation) บุคคลจะมีเหตุผลในการเลือกกระทำโดยคำนึงถึงประโยชน์ของคนหมู่มาก ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น สามารถควบคุมตนเองได้ เคารพการตัดสินใจที่จะกระทำด้วยตนเอง ไม่ถูกควบคุมจากบุคคลอื่น มีพฤติกรรมที่ถูกต้องตามค่านิยมของตนและมาตรฐานของสังคม ถือว่ากฎเกณฑ์ต่างๆเปลี่ยนแปลงได้ โดยพิจารณาประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก พบได้ในวัยรุ่นตอนปลายและ

วัยผู้ใหญ่ ขั้นนี้แสดงพฤติกรรมเพื่อทำตามมาตรฐานของสังคม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว โดยบุคคลเห็นความสำคัญของคนหมู่มากจึงไม่ทำตนให้ขัดต่อสิทธิอันพึงมีได้ของผู้อื่น สามารถควบคุมบังคับใจตนเองได้ พฤติกรรมที่ถูกต้องจะต้องเป็นไปตามค่านิยมส่วนตัว ผสมผสานกับมาตรฐานซึ่งได้รับการตรวจสอบและยอมรับจากสังคม

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) อธิบายว่า ขั้นนี้เน้นถึงความสำคัญของมาตรฐานทางจริยธรรมที่ทุกคนหรือคนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ถูกสมควรที่จะปฏิบัติตาม โดยพิจารณาถึงประโยชน์และสิทธิของบุคคลก่อนที่จะใช้เป็นมาตรฐานทางจริยธรรมได้ ใช้ความคิดและเหตุผลเปรียบเทียบว่าสิ่งไหนผิดและสิ่งไหนถูก ในขั้นนี้การ“ถูก”และ“ผิด”ขึ้นอยู่กับค่านิยมและความคิดเห็นของบุคคลแต่ละบุคคล แม้ว่าจะเห็นความสำคัญของสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างบุคคล แต่เปิดให้มีการแก้ไข โดยคำนึงถึงประโยชน์และสถานการณ์แวดล้อมในขณะนั้น

**ขั้นที่ 6 หลักการคุณธรรมสากล (Universal Ethical Principle Orientation)**  
เป็นขั้นที่เลือกตัดสินใจที่จะกระทำโดยยอมรับความคิดที่เป็นสากลของผู้เจริญแล้ว ขั้นนี้แสดงพฤติกรรมเพื่อทำตามหลักการคุณธรรมสากล โดยคำนึงความถูกต้องยุติธรรมยอมรับในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ มีอุดมคติและคุณธรรมประจำใจ มีความยึดหยุ่นและยึดหลักจริยธรรมของตนอย่างมีสติ ด้วยความยุติธรรม และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เคารพในความเป็นมนุษย์ของแต่ละบุคคล ละอายและเกรงกลัวต่อบาป พบในวัยผู้ใหญ่ที่มีความเจริญทางสติปัญญา

โคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) อธิบายว่า ขั้นนี้เป็นหลักการมาตรฐานจริยธรรมสากล เป็นหลักการเพื่อนมนุษย์ธรรม เพื่อความเสมอภาคในสิทธิมนุษยชนและเพื่อความยุติธรรมของมนุษย์ทุกคน ในขั้นนี้สิ่งที่“ถูก”และ“ผิด”เป็นสิ่งที่ขึ้นมโนธรรมของแต่ละบุคคลที่เลือกยึดถือ

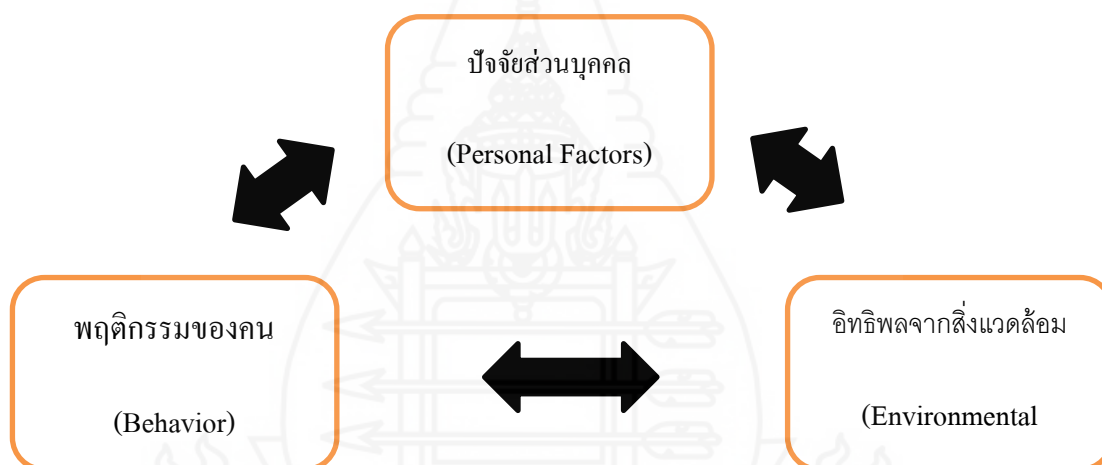
ดังนั้นการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยคิดว่าการที่เด็กจะเติบโตขึ้นเป็นคนที่มิจิตใจดีคิดเพื่อส่วนรวมย่อมต้องมีพัฒนาการทางจริยธรรมผ่านกระบวนการและกิจกรรมต่างๆทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแล้วพบว่าแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการเชิงจริยธรรมของโคลเบอร์ก (Kohlberg) (1976) น่าจะเป็นแนวทางที่จะนำมาเป็นฐานแนวคิดเปรียบเทียบกับข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ได้



## 5. แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรา (Albert Bandura, 1977)

อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura, 1977) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ศาสตราจารย์ด้านสังคมศาสตร์ของมหาวิทยาลัย (Social Learning Theory) (Bandura, 1977) ทั้งนี้ในการที่จะศึกษาวิจัยเห็นว่า การรับรู้ข้อมูลหลักต่อประสบการณ์ที่ผ่านเข้าไปในชีวิตของแต่ละคนนั้นน่าจะเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีความหมายจากการทบทวนเอกสารพบว่าแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรานั้นน่าจะมีประเด็นที่เกี่ยวข้องการวิจัยครั้งนี้ด้วย

ทั้งนี้ อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ได้เสนอแนวคิดการเรียนรู้ทางสังคม (Behavior) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences) และปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) โดยมีความสัมพันธ์กันดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.1 แสดงการเกิดพฤติกรรมตามแนวคิดของแบนดูรา (Bandura, 1977)

จาก ภาพ 2.1 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมของคนเราไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนด้วยสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว จะต้องมียปัจจัย 3 ปัจจัยร่วมด้วย ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences) 2) พฤติกรรมของคน (Behavior) 3) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences) โดยปัจจัยทั้ง 3 ประการ มีอิทธิพลอย่างต่อกันและกัน บางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยอื่นๆ โดยปัจจัยทั้ง 3 นั้นไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน หากแต่ต้องอาศัยเวลาในการที่ปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดปัจจัยอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) (1977) ได้กล่าวว่า วิธีการเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์มี 2 วิธี คือ (Bandura 1977 อ้างใน พรหมทิพย์ 2547, น.142-143)

#### 1. แนวคิดการเรียนรู้จากผลของการตอบสนอง (Learning by Response Consequences)

แนวคิดนี้เห็นว่า เด็กจะเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของผลการกระทำที่อาจจะเป็นบวกหรือลบจากประสบการณ์ในการดำรงชีวิตแต่ละวันของตน โดยหากสิ่งที่ทำแล้วจะไม่กระทำพฤติกรรมเช่นนั้นต่อไป และหากสิ่งใดเกิดผลในเชิงลบก็จะไม่กระทำพฤติกรรมเช่นนั้นต่อไป ซึ่งประสบการณ์นั้นๆ จะมีผลใน 3 รูปแบบ คือ การให้ข้อมูลการจูงใจ และการเสริมแรงโดยตรง

#### 2. แนวคิดการเรียนรู้จากตัวแบบ (Learning through Modeling)

แนวคิดนี้เห็นว่าพฤติกรรมของมนุษย์อาจเกิดจากการสังเกตเรียนรู้จากตัวแบบเพื่อเลียนแบบพฤติกรรม โดยใช้กระบวนการแบบสังเกตต่างๆ กัน โดยอาจสรุปกระบวนการสังเกตเพื่อเลียนแบบการสังเกตเพื่อเลียนแบบตัวแบบได้ 4 กระบวนการ คือ

2.1 กระบวนการตั้งใจ หมายถึงการตั้งใจสังเกตเพื่อให้ได้การรับรู้ที่ถูกต้องเพราะคนเราจะไม่สามารถเกิดแบบแผนในการเลียนแบบจากการสังเกตที่ขาดความตั้งใจ

2.2 กระบวนการจดจำ หมายถึง การคงความจำในกิจกรรมที่เลียนแบบโดยจดจำภาพการกระทำและคำพูดไว้ในใจ ซึ่งผู้สังเกตจะต้องทบทวนดูแบบพฤติกรรมของตัวแบบอย่างเป็นระบบ แล้วจึงลอกเลียนได้ถูกต้อง

2.3 กระบวนการสร้างพฤติกรรมทางกาย หมายถึง การแปรสภาพพฤติกรรมตัวแบบเป็นการกระทำ พฤติกรรมที่แสดงออกสามารถแยกตามกระบวนการความรู้ความเข้าใจในการตอบสนอง ตามข้อมูลพื้นฐานที่ป้อนกลับ ในการเลียนแบบทักษะต่างๆ เช่น ในการว่ายน้ำ การตีกอล์ฟ จะต้องเป็นไปในลักษณะการเรียนรู้และแก้ไขไปทุกๆ วัน

2.4 กระบวนการจูงใจ หมายถึง แรงจูงใจของผู้เรียนที่จะแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบที่ตนสังเกต เนื่องจากความคาดหวังว่า การเลียนแบบจะนำประโยชน์มาให้

จากข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า “การเรียนรู้ทางสังคมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้โดยผ่านประสบการณ์ตรงของตนเองและการเรียนผ่านประสบการณ์ของผู้อื่นก็คือตัวแบบ โดยพิจารณาจากผลของการกระทำนั้นๆ ว่าเกิดผลในทางบวกหรือทางลบ โดยมีความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ส่วนคือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences) 2) พฤติกรรมของคน (Behavior) 3) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences) โดยแต่ละปัจจัยมีอิทธิพลต่อกันไม่น้อยแล้วแต่กรณี”

## 6. หลักการประชาสัมพันธ์

### 6.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์

ค่านาย อภิปรีชาสกุล (2558, น. 96) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่อองค์การกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ อาจจะเป็น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน สหพันธ์แรงงาน กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม รัฐบาล ประชาชนในท้องถิ่น หรือกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

ธีรฤทธิ นวรัตน์ ณ อยู่ชยา (2557, น. 127) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แผนงาน และความพยายามที่จะกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่าง องค์การและสาธารณชน

นิศา ชัยกุล (2557, น. 390) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) หมายถึง การวางแผนโดยองค์การหนึ่ง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่องค์การกับกลุ่มต่าง ๆ

ฉัตรพร วรคุณพิเศษ (2556, น. 44) การประชาสัมพันธ์ คือวิธีการดำเนินงานในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อสร้างเสริมเจตคติที่ดี เป็นที่รับรู้ขององค์กรและนอกองค์กรนำมาซึ่งการให้ความร่วมมือและสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ จากคนทั้งในและนอกองค์กร

กฤษดา นนทวงษ์ (2558, น. 6) การประชาสัมพันธ์หมายถึง การพยายามขององค์การที่จะสร้างทัศนคติที่ดีภาพลักษณ์ที่ดีและความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การ กับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์การ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรม รัฐบาล หรือประชาชน เป็นต้น ด้วยการติดต่อสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการของการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีมุ่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีต่อกันในระหว่างบุคลากรในองค์การ และระหว่างองค์การกับสาธารณชนภายนอกที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ตั้งไว้

### 6.2 หลักการประชาสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553) ได้กำหนดหลักในการประชาสัมพันธ์ 6 ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเพื่ออะไรบ้างหรือเพื่อต้องการแก้ปัญหา



2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Public) ต้องระบุให้ชัดเจนว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่างๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนด้านจิตวิทยา

3. การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes) จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้นๆ เป็นคำขวัญต่างๆ ที่จดจำได้ง่าย หรือดึงดูดความสนใจได้ดี

4. การกำหนดช่วงระยะเวลา (Timing) ต้องมีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการปูพื้นก่อน

5. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่างๆ (Media and Techniques) ต้องกำหนดการใช้สื่อหรือเครื่องมือ เทคนิคใดในการประชาสัมพันธ์

6. กำหนดงบประมาณ (Budget) ต้องกำหนดงบประมาณที่ต้องใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน รวมถึงบุคลากรที่ใช้ในการดำเนินการด้วย

### 6.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์มีด้วยกัน 4 ขั้นตอน ดังที่ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2548) กล่าวไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Fact Findings) ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต้องการใช้ในการนำมาพิจารณาเพื่อวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่ผู้วางแผนต้องเข้าใจ เพื่อจะนำมาสรุปประเด็นปัญหาและมองหาวิธีการเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. การวางแผน (Planning) การวางแผนเป็นงานขั้นที่สองของกระบวนการประชาสัมพันธ์ เมื่อผู้วางแผนมีความเข้าใจและชัดเจนในสถานการณ์ที่เป็นมาที่กำลังเป็นอยู่และที่จะเป็นไปได้ในอนาคต ก็จะสามารถมองเห็นแนวทางและกลยุทธ์ ตลอดจนมาตรการต่างๆ ที่จะนำมาใช้ และก่อนที่จะจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามต้องทบทวนให้ชัดเจนว่าควรทำอย่างไรและมีขั้นตอนอย่างไรที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร

3. การสื่อสาร (Communicating) เป็นการนำสิ่งที่กำหนดไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์ไปดำเนินการ เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ หรือเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ความรู้สึก หรือพฤติกรรม

4. การประเมินผล (Evaluation) คือ การหาคำตอบว่าสิ่งที่สื่อสารออกไปได้ผลจริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

#### 6.4 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

ทิมากรณ์ ไชยสาร (2553) กลยุทธ์ หมายถึง หลัก วิธีการ และแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งจะใช้กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ โดยจะต้องมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ตามที่้องการต้องการ

พรพิทักษ์ แม้นศิริ (การสัมมนาด้านการประชาสัมพันธ์ 2561) การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นับเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบัน ไม่ว่าเราจะนิยาม ยุคสมัยนี้อย่างไร สิ่งที่เราท่านทั้งหลายได้สัมผัสกับความเปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างเป็นรูปธรรมนั้นย่อมเป็นที่ประจักษ์ พัฒนาการของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้สื่อใหม่ที่เรียกกันว่าสื่อ “Application” และ สื่อ “New Media” เข้ามามีบทบาทการผสมผสานในยุคโลกาภิวัตน์ มีการดเนิน Digital เพื่อการเข้าถึงความ ต้องการของผู้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการ รับรู้ให้กว้างขวางขึ้น หรืออย่างทีภาคธุรกิจใช้คว่าการตลาด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจ ว่าเป็นที่ ต้อง คอยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในทุกยุคทุกสมัย

การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการท ากิจกรรมอย่างใด อย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง โดยวิธีการ ดังกล่าว ต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมาย สำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อ ต่างๆ ทาง การ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตส านึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตาม เกิดความร่วมมือ ร่วมใจกัน ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้อยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสาร อย่างไรให้ดึงดูด และ กระทบใจ จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ จะ ใช้สื่ออะไรให้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร จินตวิริ์ เกษมสุข (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ ศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีปทุม)

อร่าม ศิริพันธ์ (2551) ที่ได้กล่าวถึง การวางแผนกลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยใช้ข้อมูลในการวินิจฉัยเหตุการณ์ต่างๆ และการกำหนดชุดของกิจกรรมที่จะนำไปปฏิบัติให้เหมาะสมเพื่อให้้องค์การอยู่ในฐานะที่ดี ที่สุด มีความพร้อมและสมรรถนะที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัด มีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงรุกที่ต้องการระบบการทำงานที่มีความสามารถ

ในการปรับตัวสูง สำหรับการทำงานในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องการระบบการทำงานที่คล่องตัว ต้องการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงในการนำไปสู่เป้าหมาย สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเพื่อความอยู่รอด (Survive) และความก้าวหน้า (Growth) ขององค์กรในอนาคต การวางแผนกลยุทธ์นี้ มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำ (Leadership) หรือในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน/องค์กร โดยในการวางแผนกลยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กรสำหรับการดำเนินงานในอนาคต ที่เรียกว่า วิสัยทัศน์

จอห์น นพดล วชิรสุนทร (2560) สรุปเทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกไว้ 10 ประเด็น ดังนี้

1. Differentiation คือการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในองค์กรผ่านสิ่งต่างๆ ได้แก่ Product Service Personal Image ด้วยนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่นำเสนอข้อมูลในทางบวกที่เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นจนเป็นที่จดจำ ได้ถึงสิ่งที่องค์กรนั้นๆ กำลังอธิบาย หรือให้ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. IMC (Integrated Marketing Communication) คือการผสมผสานแนวคิดการสื่อสารการตลาดทุก รูปแบบเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Promotions Mix และ Marketing Mix ทั้งนี้เพื่อเป็นการบูรณาการสื่อ ให้เสนอข้อมูลข่าวสารไปในทิศทางเดียวกันแต่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

3. No Free Media คือกรอบแนวคิดการประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนถึงความเป็นจริงทางด้านการประชาสัมพันธ์ในยุคทุนนิยมที่การให้บริการแบบฟรี หรือข่าวประชาสัมพันธ์จะลดน้อยลง ดังนั้นองค์กรไม่ว่าจะเป็น เอกชนหรือส่วนราชการต้องเข้าใจไว้ก่อนว่า การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีค่าใช้จ่ายแน่นอน ถึงแม้ว่าบางครั้งเราอาจจะขอลงข่าวได้ฟรี แต่ในความเป็นจริงคือ ของดีไม่มีที่ไหนถูก ของถูกไม่มีที่ไหนดีและของฟรี ไม่มีในโลก

4. Social Marketing หรือ การตลาดเพื่อสังคม ที่มองว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุกยังจะต้องมีมุมมองใน การให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาสังคม เพราะการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกจะช่วยให้การสื่อสารและการทำ กิจกรรมต่างๆ กับคนในสังคมทำได้โดยตรงเป้าหมาย ช่วย ปลุกจิตสำนึกที่ดีและเพิ่มความรับผิดชอบให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรได้ในอีกมุมหนึ่งด้วย ในปัจจุบันส่วนของ องค์กรธุรกิจหันมาให้ความสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) กันมากขึ้นเรื่อย ๆ

ซึ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมก็มีอยู่หลายวิธี เช่น การดูแลแหล่งน้ำ 1 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การปลูกป่าและช่วยเหลือด้านการศึกษาให้กับผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น

5. Creativity การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในทุกภาคส่วนของการบริหารงาน องค์กร โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เป็นประตูเปิดทางสู่สาธารณะชนที่มีหลากหลายความรู้สึคนึกคิด ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส ดังนั้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ในงานประชาสัมพันธ์ จึงควรเริ่มจากการระดมความคิดจากเวทีการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร

6. Marketing Mind การมีแนวความคิดด้านการตลาดสมัยใหม่ในงานประชาสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าในบาง องค์กรอาจจะมีข้อจ ากัดในการบริหารจัดการ ทั้งปัญหาจากวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร อย่างเช่นส่วน ราชการที่มองว่าการท านหน้าที่เป็นสิ่งที่ต้องท าดำเนินหน้าที่ แต่หากใช้มุมมองทางการตลาดเข้ามาใช้มากขึ้น ก็จะท านให้ องค์กรเกิดทิศทางและวัฒนธรรมองค์กรใหม่ๆ ในการด ำเนินการไปสู่การแข่งขันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียกับทุกคนขององค์กร

7. High Technology คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถ สร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เพราะการน ำเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลมาใช้ในองค์กรจะเป็นการน ำความรู้จาก ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาสร้างทางเลือกในการตัดสินใจในการด ำเนินงานต่าง ๆ ส่งผลให้องค์กรสามารถลดต้นทุน ลด เวลาในการติดต่อสื่อสารส่งเสริมให้เกิดการใช้งานทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งเหมาะกับสภาพขององค์กร ที่ในปัจจุบันที่ ต้องการการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงโดยเฉพาะงานที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการให้ข้อมูลเพื่อรายงาน หรืออธิบาย ชี้แจงปัญหา หรือข่าวสารที่เกิดขึ้นขององค์กรไปยังผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทันท่วงทีและตรงกลุ่มเป้าหมาย

8. Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ ถือเป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ อย่างมากในงานด้านประชาสัมพันธ์ที่องค์กรจะต้องมีศูนย์เก็บและบัญชาการข้อมูลเพื่อให้้องค์กรสามารถดึงข้อมูล ข่าวสารจากแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดความแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ หรือใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางการบริหารงานการสื่อสารองค์กรในวาระต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9. International PR คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล เนื่องจากองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนในปัจจุบันล้วนตกอยู่ในฐานะสมาชิกของพลเมืองในระดับประเทศและระดับโลกทั้งสิ้น การด ำเนิน กิจกรรมใดๆขององค์กรย่อมถูกจับตามองจากสังคมทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อกฎหมาย สนธิสัญญา หรือความเชื่อในแต่ละ วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ

มากมาย ทำให้การดำเนินงานจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับหลักสากลที่ข้อมูลข่าวสาร ต้องถูกเผยแพร่ไปสู่ระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นภาษา เนื้อหา ภาพต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงผลสะท้อนจากประชาคมโลก ด้วยเช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ศาสนา การเมืองต่างๆ เป็นต้น

10. Lobbying คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่อาศัยสายสัมพันธ์ในทางที่ถูกต้อง ทั้งด้านกฎหมายและ จริยธรรม หรือหากมองในแง่มุมการสื่อสารจะอธิบายได้ว่า การLobbying ดังกล่าวเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ หรือลดความขัดแย้ง ด้วยวิธีการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อสร้างฐาน เครือข่ายในงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งนี้ยังสามารถสร้างความร่วมมือ และลดความขัดแย้งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เป็นอย่างดีด้วย

### 6.5 สื่อในการประชาสัมพันธ์

สื่อในการประชาสัมพันธ์ เป็นการใช้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ ดังนั้น สื่อจึงมีใช้เพื่อการเผยแพร่หรือแจ้งข่าวสารเท่านั้น แต่สื่อประชาสัมพันธ์ต้องทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ สร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนเปิดรับปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากประชาชน กลุ่มเป้าหมายด้วย

วิจิตร อาวะกุล (2556) พิจารณาจากรูปแบบของสื่อเป็นหลักแล้ว สื่อในการประชาสัมพันธ์แบ่งได้เป็น

1. สื่อประเภทคำพูด ได้แก่ การพูดทั่วไป การติดต่อสนทนา การปราศรัย การกล่าวสุนทรพจน์ การให้โอวาท การอบรม การพูดโทรศัพท์ การประชุมแบบต่างๆ การอภิปรายต่างๆ การพบปะพูดคุยเยี่ยมเยือน ข่าวลือ

2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ แบ่งตามลักษณะต่างๆ ดังนี้

2.1 แผ่นปลิว (Leaflets) หรือใบปลิว เป็นเอกสารแผ่นเดียวไม่พับ บางครั้งก็เรียกว่าแผ่นประกาศ

2.2 แผ่นพับ (Folders) หรือแผ่นปลิวพับ เป็นเอกสารแผ่นเดียวพับให้เป็นรูปต่างๆ

2.3 หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็กบางๆ มักมีจำนวนหน้าไม่เกิน 10หน้า

2.4 เอกสารแนะนำประกอบ (Brochure) เป็นหนังสือคล้าย Pamphlets แต่มีลักษณะของการอธิบายรายละเอียด เป็นคู่มือของสิ่งของวิธีการ หรือเรื่องเกี่ยวกับหน่วยงานกิจกรรมต่างๆ



2.5 หนังสือเวียน (Circular Letters) เป็นจดหมายเหตุจากต้นต่อข่าวเพื่อแจ้งไปยังผู้เกี่ยวข้อง โดยใช้พิมพ์แผ่นเดียวแล้วเวียนกันอ่านหรือรับทราบ

2.6 จดหมายติดต่อ เป็นหนังสือหรือจดหมายโต้ตอบภายในองค์กร

2.7 หนังสือพิมพ์กำแพง (Wall Street Journal) เป็นแผ่นป้ายขนาดใหญ่ คัดผนังเรียบในที่ที่คนผ่านไปมา

2.8 เอกสารเผยแพร่ (Bulletin) หมายถึง หนังสือของหน่วยงานที่พิมพ์ออกเผยแพร่เกี่ยวกับเรื่องราวกิจการทั่วๆ ไปของหน่วยงาน

2.9 หนังสือต่างๆ (Book)

2.10 หนังสือเล่มเล็ก (Booklets)

2.11 แผ่นโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นแข่งข่าวย่อๆ กระตุ้นให้คนสนใจ

2.12 หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ (Newspaper Supplement)

2.13 หนังสือภาพ (Photo Books)

2.14 นิตยสาร (Journals)

2.15 หนังสือคู่มือ (Hand Books) เป็นหนังสือคู่มือในการปฏิบัติงานของพนักงาน

2.16 แฟ้มหรือหนังสือคู่มือสำหรับแจกผู้สื่อข่าว (Press Kits) คือ การจัดทำแฟ้มขนาดกะทัดรัด เพื่อใส่รายละเอียดข่าวต่างๆ เกี่ยวกับหน่วยงาน เพื่อให้สื่อมวลชนนักหนังสือพิมพ์นำไปเผยแพร่

2.17 หนังสือรายงานประจำปี (Yearbooks, Annual Reports)

3. สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทแสงและเสียง (Light and Sound) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพถ่าย สไลด์ ภาพยนตร์ เครื่องขยายเสียง เครื่องบันทึกเสียง แผ่นเสียง อุปกรณ์โสตทัศนอื่นๆ

4. สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรม (Activities) หรือเหตุการณ์พิเศษ (Special Event) ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ การจัดแสดงนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดงานวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ การเปิดให้สื่อมวลชนชมสถาบัน การจัดกิจกรรมประกวด การอุปถัมภ์งานงานของชุมชน การให้ความสนับสนุนแก่องค์กรต่างๆ การจัดงานฉลอง เป็นต้น

## 6.6 การวัดความสำเร็จทางการประชาสัมพันธ์

การกำหนดว่าควรจะใช้เทคนิคใดในการประเมินผลขึ้นอยู่กับผู้วางแผนว่าจะมีวัตถุประสงค์ต้องการใช้ผลประโยชน์ไปในลักษณะใด ซึ่งในเรื่องของการกำหนดเทคนิค

การประเมินผลให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประเมินนั้น วอลเตอร์ เค ลินเดนแมน (Walter K Lindenman) รองประธานกรรมการอาวุโสและผู้จัดการฝ่ายวิจัยของบริษัทที่ปรึกษาทางการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียง คือ

บริษัท เคทช์ม พับบลิก รีเลชัน (Ketchum Public Relations Lindenman) จัดได้ว่าเป็นผู้คร่ำหวอดในวงการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ได้นำเสนอบทความในวารสาร Public Relations Quarterly ฉบับประจำฤดูใบไม้ผลิปี 1993 (อ้างถึงใน นุชบา สุธีธร, 2548, น. 47) ได้ระบุถึงระดับสัมฤทธิ์ผลทางการประชาสัมพันธ์ไว้ระดับ คือ

1. ระดับที่ 1 ระดับพื้นฐาน (Basic Level) เป็นการวัด Outputs ที่ออกมาจากการดำเนินงานในแง่ของปริมาณ เช่น จำนวนผู้ฟัง ผู้ชมที่ได้ชมรายการ วัดจากจำนวนสื่อมวลชนที่ให้ความร่วมมือช่วยเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลขององค์กร วัดจากจำนวนผู้รับสารที่สนใจหรือประทับใจกับข้อมูลขององค์กร ดังนั้น หากระดับที่นักประชาสัมพันธ์กำหนดไว้ในระดับที่วิธีการประเมินผลที่นำมาเลือกใช้เพื่อหาคำตอบก็อาจใช้วิธีการพื้นฐาน เช่น การใช้วิธีการแจกจ่ายจำนวนสื่อมวลชนหรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ หรืออาจวิเคราะห์ให้ลึกลงไปอีกชั้นหนึ่งโดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาว่าสื่อมวลชนประเภทใดสนใจข่าวสารประเภทใด หนังสือพิมพ์ฉบับใดมีจุดยืนในการให้การสนับสนุน หรือฉบับใดค่อนข้างมีแนวโน้มที่ต่อต้านต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เป็นต้น

2. ระดับที่ 2 ระดับกลาง (Intermediate Level) เป็นการวัด Outgrowths ในระดับนี้การวัดการประเมินก็จำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีซับซ้อนมากขึ้นไปกว่าการวัด Outputs เช่นนอกจากรับทราบเพียงว่าข่าวสารที่ส่งออกไปถึงกลุ่มประชาชนจำนวนเท่าใด แล้วยังต้องการทราบมากขึ้นไปอีกว่าในกลุ่มนั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายจริงจำนวนเท่าไร เมื่อได้รับสารแล้วเขาสนใจในสารหรือไม่เข้าใจในเนื้อหาข่าวสารเพียงไร และข่าวสารที่ได้รับยังคงเป็นข้อมูลที่เขาจะจำได้เป็นประโยชน์ในแง่ความคิดการตัดสินใจของเขาต่อไปภายหลังหรือไม่อีกด้วย

เทคนิคการประเมินผลก็จำเป็นต้องอาศัยทั้งการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เทคนิคในการหาข้อมูลที่นิยมใช้เพื่อหาข้อมูลประเภทนี้ เช่น การใช้วิธีสัมภาษณ์กลุ่ม การใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งแบบเผชิญหน้าหรือการใช้โทรศัพท์สอบถาม เป็นต้น

3. ระดับที่ 3 ระดับที่สูง (Advanced Level) เป็นการวัดจาก Outcomes นับเป็นระดับที่จำเป็นต้องอาศัยวิธีการประเมินที่มีความซับซ้อนมากที่สุดเพราะการวัดจะเป็นการวัดในแง่ของทัศนคติ ความคิดเห็น หรือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น หากนักประชาสัมพันธ์กำหนดระดับมาตรฐานของเป้าหมายของงานไว้ระดับนี้ เทคนิคที่จะนำมาใช้ก็ต้องซับซ้อนมากขึ้น เช่น อาจต้องใช้เทคนิคการประเมินก่อน-หลังโครงการ การทดลอง การวิจัยเชิงทดลอง การสังเกตการณ์



โดยมีส่วนร่วม การใช้บทบาทสมมติ และการวิเคราะห์ผลที่อาจจำเป็นต้องใช้วิเคราะห์ที่ลึกซึ้ง เช่น การวิเคราะห์ผลทางจิตวิทยา การวิเคราะห์ผลตัวแปรด้วยเทคนิคสถิติขั้นสูงต่างๆ เป็นต้น

## 6.7 ข้อมูลโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี

### 6.7.1 ประวัติโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี

โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีเป็นโรงเรียนในเครือคณะพระหฤทัยของพระเยซูเจ้าแห่งกรุงเทพฯ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ประเภทสหศึกษา อยู่ในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2 จ.นนทบุรี มีพื้นที่ 27 ไร่ 309 ตารางวา เปิดทำการสอนตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 โดยการศึกษาแบ่งออกเป็นออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับก่อนประถมศึกษา ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา บริหารโดยนักบวช คณะภคินีพระหฤทัยของพระเยซูเจ้าแห่งกรุงเทพฯ แนวทางการบริหารงาน มุ่งเน้นการจัดการศึกษาตามจิตตารมณ์ของนักบวช “รัก และรับใช้” และมุ่งพัฒนาด้านคุณธรรม นำความรู้ คู่ความก้าวหน้า และพัฒนาการศึกษา สถานที่ตั้ง เลขที่ 59/25 ถ.ติวานนท์ ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทรศัพท์ 0-2961-367-8, 0-2961-5685 โทรสาร 0-2961-6586 URT:www.ptn.ac.th E-mail:ptn@ptn.ac.th, Facebook: วิทยาลัยพระหฤทัยนนทบุรี (พ.ท.น.) โดยพันธกิจของโรงเรียนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้มีคุณธรรมจริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีศักยภาพ พร้อมนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับส่วนรวม วิทยาลัยพระหฤทัยนนทบุรี เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ บุคลากรเป็นคนดี มีทักษะและสมรรถนะรัก ภาควิชาในองค์กร ดำรงตนอย่างมีศักดิ์ศรี เด่นด้านภาษาและเทคโนโลยี รักความเป็นไทย ดำเนินชีวิตอยู่บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมพัฒนาสู่มาตรฐานสากล (แบบรายงานข้อมูลสถานศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี 2559)

### 6.7.2 สัญลักษณ์ของโรงเรียน

ตัวอักษร	หมายถึง ความเป็นหนึ่งเดียวกันของสมาชิกที่มีเกียรติ และศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในสังคม
ใบไม้	หมายถึง บุคคลสมาชิกในสังคม
กิ่งไม้	หมายถึง สังคมที่ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันโดยสมาชิก จะอยู่ร่วมกันอย่างสันติด้วยความรัก ความเอื้ออาทร
ตัวอักษร H	ความหมายร่วมกัน ดังนี้
Heart	หมายถึง ปรัชญาพื้นฐานของภคินีพระหฤทัยของพระเยซูเจ้าแห่งกรุงเทพฯ ที่ยึดเอาพระหฤทัยของพระเยซูเจ้าเป็นแบบอย่างแห่งความรักความเมตตา

<b>Holy</b>	หมายถึง ความเป็นผู้ฝึกฝนตนเอง ให้เพียบพร้อมด้วย จริยธรรมและคุณธรรมทุกประการเป็นผู้ควรค่า แก่การยกย่องสรรเสริญ
<b>Honest</b>	หมายถึง ความซื่อสัตย์อันเป็นคุณธรรมที่มนุษย์ทุกคน พึงมีพึงปฏิบัติ
<b>Honour</b>	หมายถึง เกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ มีจิตสำนึก ของกรรักเกียรติและยอมรับในความมีเกียรติ และศักดิ์ศรีของผู้อื่น
<b>Humble</b>	หมายถึง ความสุภาพ ถ่อมตน ความอ่อนหวาน อันเป็น คุณสมบัติของกุลสตรี
<b>Hospitality</b>	หมายถึง มีอัธยาศัยไมตรีและการบริการผู้อื่น
<b>Home</b>	หมายถึง ความเป็นครอบครัวเดียวกันความเป็นพี่น้อง และความเป็นหนึ่งเดียวกัน

สรุปได้ว่า สัญลักษณ์ H เป็นศูนย์รวมของโรงเรียนในเครือคณะภคินี  
พระหฤทัยของพระเยซูเจ้า ซึ่งทุกคนเป็นหนึ่งเดียวกัน มีเกียรติและศักดิ์ศรี แห่งความเป็นมนุษย์  
ที่สมบูรณ์

### 6.7.3 ข้อมูลสำคัญของโรงเรียน

**สีประจำโรงเรียน** แดง – ขาว แดง หมายถึง ความรักของพระเยซู  
ขาว หมายถึง จิตใจบริสุทธิ์ที่ปรารถนาดีต่อผู้อื่น

**ต้นไม้ประจำโรงเรียน** คือ “ต้นนนทรี”

**ตราสัญลักษณ์ประจำโรงเรียน** คือ พระหฤทัยอันศักดิ์สิทธิ์ยิ่งของพระเยซูเจ้า  
อันปกอบด้วย หัวใจที่ถูกเป็นเปลวไฟ รอบหัวใจมีมงกุฎหนามและมีกางเขนปักอยู่ด้านบนหัวใจ  
ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นถึงความรักอันสูงสุด ของพระเยซูเจ้าที่มีต่อมนุษย์

**ปรัชญาโรงเรียน** คือ “ซื่อสัตย์ เมตตา วิชาเป็นเลิศ รักเกิด – คุณธรรม”

**คำขวัญ** “ริเริ่ม รอบรู้ กตัญญู สามัคคี”

**วิสัยทัศน์ของโรงเรียน (Vision)** วิทยาลัยพระหฤทัยเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้  
บุคลากรเป็นคนดี มีทักษะ สมรรถนะ ภาควิชาในองค์กร ดำรงตนอย่างมีศักดิ์ศรี เติบโตด้านภาษา  
และเทคโนโลยี รักความเป็นไทย ดำเนินชีวิตอยู่บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมพัฒนา  
สู่มาตรฐานสากล

### พันธกิจของโรงเรียน (Mission)

1. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีศักยภาพ พร้อมนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม
2. พัฒนาให้ผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาชาติ นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์สูงขึ้นโดยวิชาภาษา และเทคโนโลยี
3. พัฒนาให้ผู้เรียนให้เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม รักความเป็นไทย ค่านิยมที่พึงประสงค์ และการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วยการบูรณาการการเข้าไปทุกมิติ
4. พัฒนาผู้เรียนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี มีสุนทรียภาพ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมสู่สากลและสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข
5. พัฒนาระบบการบริหารจัดการของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและมีการประกันคุณภาพภายในอย่างต่อเนื่อง

### นโยบายของโรงเรียน (Policy)

1. ปลุกฝังคุณธรรม จริยธรรม โดยเน้นความรัก ความซื่อสัตย์ ความเมตตา และค่านิยมอันพึงประสงค์
2. ส่งเสริมการเป็นศาสนิกชนที่ดี พัฒนาผู้เรียนให้มีความเป็นมนุษย์ที่ครบครัน ตามหลักธรรมคริสตศาสนา
3. ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นคนดีมีระเบียบวินัย และมารยาทที่ดี มีความสามารถตามความถนัด และความสนใจ ปลุกฝังนิสัยใฝ่เรียนรู้
4. ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์ มีความเป็นผู้นำ รักสันติ เคารพศักดิ์ศรี ของความเป็นมนุษย์และใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข
5. ส่งเสริมสุขภาพอนามัยเสริมสร้างนิสัยรักความสะอาดและสร้างจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
6. พัฒนางานด้านวิชาการ ผู้เรียนเรียนรู้สู่ความเป็นสากล เปิดโลกทัศน์ด้านการศึกษามีประสิทธิภาพ
7. พัฒนาระบบการประกันภายในอย่างเข้มแข็ง เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาโรงเรียนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีคุณภาพอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง

### 6.7.4 การวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค

#### 1) จุดแข็ง (Strengths)

จุดแข็งของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เป็นสถานศึกษาที่สั่งสอนให้นักเรียนมีความรัก ความเมตตาต่อเพื่อนมนุษย์ปลุกฝังให้นักเรียนเป็นผู้ให้มากกว่าผู้รับ

มาจนเป็นระยะถึง 20 กว่าปี เพื่อกล่อมเกลาคิดใจให้นักเรียนเติบโตมาเป็นเยาวชนที่ดี มีเมตตาอ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักเสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อส่วนรวม

ในการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2539 เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน นับได้ว่าเป็นระยะเวลาค่อนข้างยาวนาน ทางโรงเรียนมีการแก้ไขปัญหการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่หลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์ วรรณคดีในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมหลายรูปแบบ โดยเฉพาะด้านจิตสาธารณะ มีการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักเรียนตามกลุ่มเป้าหมาย ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรม สร้างขวัญกำลังใจ ด้วยการมีรางวัล มีการประกาศเกียรติคุณการทำความดีที่น่ายกย่อง และนำผลงานเหล่านั้นไปสู่สังคมภายนอก จนเป็นที่ยอมรับ และเป็นแบบอย่างที่ดีงาม ให้แก่นักเรียนและบุคคลทั่วไป ทำให้การจัดกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนเป็นที่ยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ

รวมถึงกิจกรรมแห่งความพอเพียง ที่พยายามชี้ให้เห็นถึงคุณประโยชน์และแบบอย่างของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 แบบอย่างอันงดงาม ด้านความพอเพียง และจากการได้พยายามปลูกฝังค่านิยม เรื่องความพอเพียง คือรากแก้วของแผ่นดิน ช่วยปลูกฝังให้นักเรียน มีค่านิยมที่ตั้งอยู่ในความพอเพียงรู้จักการทำบัญชีในการใช้จ่ายส่วนตัวไม่ฟุ้งเฟ้อ รู้จักคุณค่าของเงิน สิ่งใดที่ใช้แล้วก็สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยการแปรสภาพ หรือนำไปเป็นประโยชน์แก่บุคคลอื่นๆ ต่อไป เรียนรู้จากการให้ การเสียสละ การกล่อมเกลาคิดใจของตนเอง ให้เป็นคนดี เสียสละเพื่อส่วนรวม ทิละเล็กทีละน้อย เมื่อเติบโตขึ้นจักเป็นกำลังสำคัญที่มีคุณภาพต่อประเทศชาติสืบต่อไป

## 2) จุดอ่อน (Weaknesses)

การจัดโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับจิตสาธารณะที่โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก องค์กรเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ ถึงการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ครอบคลุมทุกด้าน ยังมีจุดอ่อน ดังนี้

(1) งบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับจิตสาธารณะมีอย่างจำกัด

(2) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุม ทำให้การประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารไม่ทั่วถึง

### 3) โอกาส (Opportunities)

จากการที่องค์กรมุ่งมั่นดำเนินงานด้านจิตสาธารณะทำให้องค์กรได้รับความน่าเชื่อมั่นด้านคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยยึดตามนโยบายที่ชัดเจนในการบริหารงานตามแนวส่งผลให้สถานศึกษาได้รับความน่าเชื่อถือ และรางวัลจากองค์กรภายนอก และหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

รางวัลที่ได้รับ / การยกย่องจากผลงานดีเด่นด้านคุณธรรม จริยธรรมที่น่าภาคภูมิใจ

(1) คณะกรรมการมูลนิธิธารน้ำใจ คณะกรรมการโครงการเชิดชูเกียรติสถานศึกษาฯ ขอมอบโล่เกียรติคุณนี้เพื่อแสดงว่า โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี เป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลเกียรติคุณ สัญญา ธรรมศักดิ์ (ดี) พ.ศ. 2558 ในโครงการเชิดชูเกียรติสถานศึกษาที่สร้างคนดีให้สังคมด้วยการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมดีเด่น ให้ไว้ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558

(2) มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ขอมอบโล่เกียรติคุณแก่ โรงเรียนแบบอย่างด้านการพัฒนา และส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้กับนักเรียนเป็นผู้มีจิตสาธารณะด้วยการแบ่งปันช่วยเหลือเด็กในครอบครัวยากไร้ด้วยโอกาส ผ่านโครงการ THE HERT OF GIVING ให้ไว้ ณ ปีการศึกษา 2558

(3) สำนักงานคาทอลิกสงเคราะห์ผู้ประสบภัยและผู้ลี้ภัย (โคเออร์) ขอมอบโล่ให้เพื่อประกาศเกียรติคุณแก่ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ที่เป็นเครือข่ายชมรมอาสาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (VSED) ประจำปี 2558 ให้ไว้ ณ ปีการศึกษา 2558

(4) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โล่เกียรติยศ มอบให้ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ได้รับรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 การประกวดโครงการส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาในสถาบันการศึกษา ให้ไว้ ณ วันที่ 16 พฤศจิกายน 2555 ณ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

(5) โล่เกียรติยศ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี เป็นสถาบันการศึกษาที่ส่งเสริมการเรียนรู้และกิจกรรมด้านงานอาสาสมัครเพื่อสังคมดีเด่น ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า เนื่องในการจัดงานมหกรรมจิตอาสาในสถาบันการศึกษาปีที่ 2 ประจำปี 2556

(6) นายกฤษฎาพุทธิสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ขอมอบโล่เพื่อประกาศเกียรติคุณแก่โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ได้รับรางวัลชนะเลิศ ในการประกวดผลงานเสริมสร้างคุณธรรมความซื่อสัตย์ในโรงเรียน ให้ไว้ ณ วันที่ 10 มกราคม 2558

(7) คณะกรรมการจัดงานสัปดาห์คุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 6 โดยความร่วมมือของ 25 องค์กรภาคี ขอมอบโล่เกียรติคุณนี้เพื่อแสดงว่า โครงการจิตอาสา สานสายใจ น้อมพี พพน.

โดยโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี เป็นโครงการที่ได้รับคุณธรรมแห่งชาติ พ.ศ.2556 ให้ไว้ ณ วันที่ 25 กรกฎาคม พุทธศักราช 2556

(8) คณะกรรมการจัดงานสัปดาห์คุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 6 โดยความร่วมมือของ 25 องค์กรภาคี ขอมอบโล่เกียรติคุณนี้เพื่อแสดงว่า เป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลคุณธรรมแห่งชาติ พ.ศ.2556 ให้ไว้ ณ วันที่ 25 กรกฎาคม พุทธศักราช 2556

#### 4) อุปสรรค (Threats)

องค์กร มีการบริหารงบประมาณอย่างจำกัด ที่เน้นหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นในการจัดโครงการหรือกิจกรรมแต่ละครั้งที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายบริจาคสิ่งของที่เป็นจิตสาธารณะซึ่งสิ่งของอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการ

#### 5) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์โรงเรียน วารสารโรงเรียน สารคดีหัวใจเมตตา ดังภาพต่อไปนี้

(1) สื่อบุคคล ได้รับข่าวสารจากเพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ต่างๆ เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่างภาพสื่อบุคคลเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะ (17 สิงหาคม 2560)



(2) เสียงตามสาย ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของโรงเรียน ในการ ทำจิตอาสาภายใน โรงเรียน และนอกโรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ



ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะผ่านเสียงตามสาย  
(24 พฤษภาคม 2560)

(3) แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน อาทิ ภาพเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่างๆ



ภาพที่ 2.4 แสดงตัวอย่างภาพการรับรางวัล “The Heart of Giving” (6 มิถุนายน 2559)



(4) แผ่นพับโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน มีบริการตามฝ่ายต่างๆ  
ของโรงเรียน อาทิ ห้องประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ



ภาพที่ 2.5 แสดงตัวอย่างภาพแผ่นพับ โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรี (5 มีนาคม 2560)

(5) สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน อาทิ ป้าย  
แสดงผลงาน แผ่นสะสมผลงานจิตอาสา



ภาพที่ 2.6 แสดงตัวอย่างภาพสื่อนิทรรศการแสดงผลงานกิจกรรมจิตสาธารณะ (18 กันยายน 2558)

(6) เว็บไซต์โรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th)



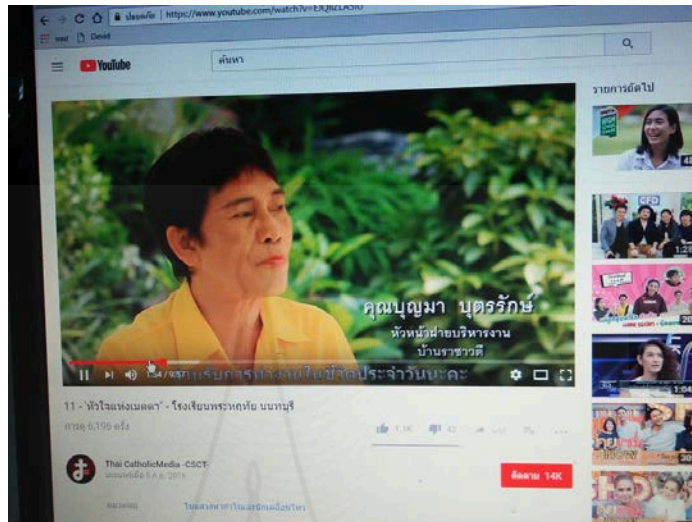
ภาพที่ 2.7 แสดงตัวอย่างภาพเว็บไซต์โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรี (18 กันยายน 2561)

(7) วารสารโรงเรียน



ภาพที่ 2.8 แสดงตัวอย่างภาพวารสารโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรี (3 พฤศจิกายน 2560)

## (8) สารคดีหัวใจแห่งเมตตา



ภาพที่ 2.9 แสดงตัวอย่างภาพสารคดีหัวใจแห่งเมตตาในช่อง You Tube (6 กันยายน 2559)

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจษฎา หนูรุ่น (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจิตลักษณะที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักเรียน ช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักเรียน ช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2551 จำนวน 405 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบวัดจิตสาธารณะ แบบสอบถามวัดเหตุผลเชิงจริยธรรม แบบสอบถามวัดลักษณะมุ่งอนาคต แบบสอบถามวัดความเชื่ออำนาจในตน แบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบสอบถามวัด ค่านิยมความเป็นไทย แบบทดสอบวัดความสามารถทางสมอง แบบสอบถามวัดประสบการณ์ทาง สังคมและแบบสอบถามวัดสุขภาพจิต มีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง .831 - .950 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (MMR) และตัวแปรตามเอกนาม (MR) ผลการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างปัจจัยจิตลักษณะรายด้านกับจิตสาธารณะโดยรวมมีค่า เท่ากับ .572 สามารถอธิบายร่วมกันได้ 32.7% โดยปัจจัยจิตลักษณะที่ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคต สุขภาพจิต ค่านิยมความเป็นไทยและแรงจูงใจใฝ่ สัมฤทธิ์ มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ .213, .203, .178 และ .148 ตามลำดับส่วนสถิติปัญญาและ

ความเชื่ออำนาจในตน ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ .108 และ .107

ทิมาภรณ์ ไชยสาร (2553) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการรับรู้ การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มลูกค้าบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 คน ใช้แบบ สัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้ทางด่วนเป็นประจำและเป็นสมาชิกวารสารศรีรัช ของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลรวบรวมผล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การศึกษาคำว่าข้อมูลการสำรวจสถานการณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการใช้ กลยุทธ์ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมหรือโครงการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มีการกลยุทธ์ด้านการสื่อสารโดยใช้การบูรณาการสื่อ และกลยุทธ์การประเมินผลการจัด กิจกรรมหรือโครงการ โดยให้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ประเมิน กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะประชากร แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารของ กลุ่มลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พรพรหม ไทวรรณศรี (2557) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลเอกชนกับ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ แนวทางในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Integrated Research) ด้วยเทคนิควิธีการต่างๆ(1.)การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) ซึ่งเป็นเทคนิคหลัก มุ่งเน้นการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน อาทิ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน ผู้บริหารหน่วยงาน ของรัฐที่มีส่วนสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชนและชาวต่างประเทศที่เข้ารับ การรักษาที่โรงพยาบาลเอกชนเพื่อให้เห็นข้อมูลเชิงลึกในทุกมิติที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์



เพื่อการตลาดและประชาสัมพันธ์องค์กร (2.) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อใช้ในการพัฒนาประเด็นคำถามและใช้ในการยืนยันความตรงของข้อมูล ควบคู่กับวิธีการอื่น (3.) การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Document Analysis) เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการยืนยันอย่างเป็นรูปธรรมของการประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลเอกชน การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมการก่อนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ อาทิ การปรับชื่อโรงพยาบาลให้สะท้อนความเป็นนานาชาติ การพัฒนาตราสินค้าที่ชัดเจน การปรับปรุงด้านสถานที่ให้สวยงามและทันสมัย และการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการสื่อสารภาษาต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ อาทิ การเลือกกลุ่มเป้าหมายหลัก การกำหนดข้อความสำคัญในการที่จะสื่อสาร การกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายการกำหนดช่องทางในการสื่อสารให้หลากหลายและการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดเพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศทั้งหมด

พรจรัส สุทธิพินทุ์ (2556) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์และประสิทธิผลของการใช้ผู้มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่แสวงหากำไรระหว่างประเทศ การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษา (1) กลยุทธ์ของการใช้ผู้มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่แสวงหากำไรระหว่างประเทศและ (2) ระดับและความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารจากการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ผู้มีชื่อเสียง โดยงานวิจัยนี้แบ่งการวิจัยเป็นสองส่วนคือ วิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าหน้าที่ผ่านการสื่อสารของ UNICEF และ WWF ประเทศไทย และการวิจัยเชิงปริมาณโดยการวิจัยเชิงสำรวจจากการเก็บแบบสอบถาม 400 ชุดจากกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่รู้จักองค์กรข้างต้น ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การใช้ผู้มีชื่อเสียงของ UNICEF ประเทศไทย และ WWF ประเทศไทย มีความคล้ายกับเกณฑ์การเลือกผู้มีชื่อเสียงทั้งสององค์กรยังได้นำแนวคิดตราสินค้าแบบก้าวหน้ามาใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ผู้มีชื่อเสียง กล่าวคือสื่อสารแบบ 360 องศา สร้างเครือข่ายและให้ผู้สนับสนุนมีส่วนร่วม องค์กรทั้ง 2 มีรายละเอียดกลยุทธ์การใช้ผู้มีชื่อเสียงที่แตกต่างกันบางประการ เนื่องจากวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาสารขององค์กร นอกจากนี้การวิจัยเชิงปริมาณพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเคยเห็นการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มีชื่อเสียงของทั้งสององค์กร และจดจำผู้มีชื่อเสียงที่เป็นทุกคนล่าสุดของ UNICEF ได้ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยรวมไปในทางเห็นด้วยต่อการใช้ผู้มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่แสวงหากำไร และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกรวมไปในทางเฉยๆ จากสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ผลการวิจัยพบว่า (1) การรับรู้ข้อมูลโดยการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มีชื่อเสียงไม่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ (2) การรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มี

ชื่อเสียงสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (3) ทศนคติต่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มีชื่อเสียงสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอย่างมีนัยทางสถิติ (4) การรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์โดยใช้ผู้มีชื่อเสียงไม่สัมพันธ์ต่อทศนคติต่อการประชาสัมพันธ์นั้นและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยทศนคติเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพทำนายมากที่สุด

สตีเฟน เจ โกลด์ และ เบนนี่ บาร์ค (Stephen J.Gould and Benny Barak, 2553) ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะและพฤติกรรมการบริโภค จิตสำนึกสาธารณะเป็นประเด็นสำคัญของการใส่ใจตนเองเกี่ยวข้องกับการใส่ใจตนเองในฐานะวัตถุประสงค์ในการศึกษาของผู้ใหญ่ชาวอเมริกันนี้จิตสำนึกสาธารณะถูกทดสอบกับตัวแปรหลายตัวที่มีแนวคิดเกี่ยวกับตนเองหรือองค์ประกอบที่เห็นได้ชัดเจนทางสังคม ความสัมพันธ์หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับการตระหนักรู้ในตนเองของประชาชนโดดเด่นจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ดำเนินการรวมถึงผู้ที่มีอายุภาพลักษณ์ทางเพศและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงจิตสำนึกสาธารณะในวงกว้างเกี่ยวกับพฤติกรรมและการรับรู้มีความแตกต่างทางเชื้อชาติและสถานภาพในความสำนึกในที่สาธารณะ

จอห์น เอ เลดิงแฮม (John A.Ledingham ,2552) ศึกษาเรื่อง การอธิบายการจัดการความสัมพันธ์ตามทฤษฎีทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมกลายเป็นแนวคิดสำคัญในการประชาสัมพันธ์ แต่รูปแบบที่ได้รับการบอกกล่าวทางทฤษฎีพร้อมการอธิบายที่ชัดเจนและสอดคล้องกันของสิ่งก่อสร้างนั้นยังขาดอยู่ จากการศึกษาของเราในบริบทขององค์กรภายในเราได้จัดทำแนวความคิดและการดำเนินงานของการมีส่วนร่วมของพนักงานให้ทันสมัยขึ้นนำเสนอรูปแบบการมีส่วนร่วมของพนักงานสามขั้นตอน ผลลัพธ์จากการสำรวจพนักงาน (n = 568) สนับสนุนรูปแบบแนวคิดของเราแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การมีส่วนร่วมขององค์กรทำนุบำรุงการมีส่วนร่วมของพนักงานในเชิงบวกซึ่งเป็นสาเหตุของพฤติกรรม การส่งข้อความในเชิงบวกและเชิงลบของพนักงาน หลังจากควบคุมตัวแปรทางประชากรที่สำคัญเช่นเพศอายุขนาดขององค์กรจำนวนผู้ได้บังคับบัญชาและระดับตำแหน่งการจัดการเราได้ระบุผลการใกล้เคียงที่สมบูรณ์ของการมีส่วนร่วมของพนักงานในการวิเคราะห์การสร้างแบบจำลองสมการ โครงสร้างสองขั้นตอน

ฮงเม เซน (Hongmei shen, 2562) ศึกษาเรื่อง พนักงานในการประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการทำงานหรือไม่ การมีส่วนร่วมกลายเป็นแนวคิดสำคัญในการประชาสัมพันธ์ แต่รูปแบบที่ได้รับการบอกกล่าวทางทฤษฎีพร้อมการอธิบายที่ชัดเจนและสอดคล้องกันของสิ่งก่อสร้างนั้นยังขาดอยู่ จากการศึกษาของเราในบริบทขององค์กรภายในเราได้จัดทำแนวความคิดและการดำเนินงานของการมีส่วนร่วมของพนักงานให้ทันสมัยขึ้นนำเสนอ รูปแบบการมีส่วนร่วมของพนักงานสามขั้นตอน ผลลัพธ์จากการสำรวจพนักงาน (n=568) สนับสนุนรูปแบบแนวคิดของเรา



แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การมีส่วนร่วมขององค์กรทำนุขการมีส่วนร่วมของพนักงานในเชิงบวก ซึ่งเป็นสาเหตุของพฤติกรรมการส่งข้อความในเชิงบวกและเชิงลบของพนักงาน หลังจากควบคุมตัวแปรทางประชากรที่สำคัญเช่นเพศ อายุ ขนาด ขององค์กร จำนวนผู้ได้บังคับบัญชาและระดับตำแหน่งการจัดการ เราได้ระบุผลการโต้เถียงที่สมบูรณ์ของการมีส่วนร่วมของพนักงานในการวิเคราะห์การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างสองขั้นตอน



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก” เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์การแสดงออกซึ่งจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก โดยใช้วิธีการในการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 1. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

**1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In -Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

**1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** ใช้รูปแบบการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว ในรูปแบบของการวิจัย เชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่กำหนด โดยสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษา เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ตามวิธีการในการศึกษาครั้งนี้ กล่าวคือ

**2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** โดยสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานทั้ง 3 ฝ่าย  
1.หัวหน้าฝ่าย 2.หัวหน้าโครงการจิตอาสา 3.หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์

**2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** ใช้รูปแบบการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่กำหนด โดยสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษา เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยเลือกจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะกับโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ผู้วิจัยได้กำหนดโดยใช้สูตรของ Yamane ที่มีค่าความน่าเชื่อถือได้ 95% ถือว่ามีความผิดพลาดมาตรฐานไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

### การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional stratified sampling) การสุ่มตัวอย่างเช่นนี้เน้นหนักที่อัตราส่วนของบุคคลในแต่ละช่วงชั้นต่อประชากรทั้งหมดดังตัวอย่าง

ตัวอย่างประชากรที่จะศึกษา 897 คน แยกเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/ 163 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/ 204 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3/170 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/139 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5/130 คน และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 /91 คน มีวิธีการแบ่งสัดส่วนตามช่วงชั้น โดยเทียบจากตารางตัวอย่าง (n) ตามขนาดของประชากรที่มีความเชื่อมั่น 95% จึงคิดค่าจากสูตรได้ผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 277 ชุด ดังนี้

ระดับชั้น	จำนวนประชากร (N)	เปอร์เซ็นต์	ค่าความเชื่อมั่นตาม จำนวนประชากร
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1	163	18%	50
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	204	23%	64
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	170	19%	53
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	139	15%	41
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	130	15%	41
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	91	10%	28

เนื่องจากจำนวนประชากรสามารถเก็บแบบสอบถามได้มาก ผู้ศึกษาจึงเพิ่มประชากรในการกรอกแบบสอบถาม 13 ชุด เป็นจำนวน 300 คนของผู้กรอกแบบสอบถาม

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ปฏิบัติงาน วิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

**3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** กำหนดโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การกำหนดแนวทางเกี่ยวกับการบริหารวางแผนระยะยาว และระยะสั้น เป้าหมายขององค์กร การใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ ปัญหาอุปสรรคด้านใด และมีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

**3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นเองด้วยการศึกษาและค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษา

แบบสอบถามสำหรับวิจัยเชิงปริมาณ ได้แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะ

ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัย  
นันทบุรีในเครือคาทอลิก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

5 = ทุกสัปดาห์ หมายถึง นักเรียนได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ทุกสัปดาห์

4 = 2-4 ครั้ง ต่อเดือน หมายถึง นักเรียนได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ 2-4 ครั้ง ต่อเดือน

3 = 1-2 ครั้งต่อเดือน หมายถึง นักเรียนได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ 1-2 ครั้งต่อเดือน

2 = น้อยกว่า เดือนละครั้ง หมายถึง นักเรียนได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์น้อยกว่า  
เดือนละครั้ง

1 = ไม่เคย หมายถึง นักเรียนไม่เคยได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์เลย

**ส่วนที่ 3 พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัย  
นนทบุรีในเครือข่ายทอติก**

5 = เป็นประจำ	หมายถึง นักเรียนมีจิตสาธารณะระดับสูง
4 = บ่อยครั้ง	หมายถึง นักเรียนมีจิตสาธารณะระดับดีมาก
3 = นานๆ ครั้ง	หมายถึง นักเรียนมีจิตสาธารณะระดับพอใช้
2 = แทบจะไม่ทำ	หมายถึง นักเรียนมีจิตสาธารณะระดับต่ำ
1 = ไม่เคย	หมายถึง นักเรียนมีจิตสาธารณะระดับต่ำที่สุด

#### **การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะทำการทดสอบแบบสอบถามเพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

##### **1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)**

นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์

##### **2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)**

ในส่วน of แบบสอบถามเชิงปริมาณ ได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์

2.1 ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

2.2 ตรวจสอบคำถาม ให้ผู้ตอบเข้าใจตรงกับความหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

2.3 คำนวณค่าความเชื่อมั่น ((Reliability of Measurement) ของแบบสอบถาม

#### **4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ โดยแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงจนสมบูรณ์แล้วจำนวน 300 ชุด สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เมื่อเก็บแบบสอบถามคืนแล้ว ก็ตรวจสอบความสมบูรณ์ไว้เพื่อนำมาบันทึกในแบบรหัส (Coding Form) และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

## 5. วิธีทางสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูล ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การทดสอบสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติดังนี้

2.1 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความแตกต่างของข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย แบ่งการทดสอบเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1.1 T-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าของตัวแปร 2 กลุ่ม

2.1.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป

2.1.3 กรณิที่ใช้ (One-way Analysis of Variance) ทดสอบและพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณค่าสถิติและทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์ข้อมูลในสถิติในการวิเคราะห์คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

## 7. เกณฑ์การจัดระดับค่าความสัมพันธ์ และระดับความสัมพันธ์ Bartz (1999:184)

ค่าสหสัมพันธ์ 0.20 หรือต่ำกว่า	หมายถึง	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ 0.21 - 0.40	หมายถึง	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ 0.41 - 0.60	หมายถึง	มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ 0.61 - 0.80	หมายถึง	มีระดับความสัมพันธ์สูง
ค่าสหสัมพันธ์ 0.80	หมายถึง	มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก และเพื่อเสนอกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหัวข้อดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก
4. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย
5. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้แก่ เพศ ระดับชั้นของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน โดยประมาณ อาชีพของผู้ปกครองนักเรียน โดยนำเสนอเป็นค่าจำนวนและค่าร้อยละในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	108	36.0
หญิง	192	64.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
<b>2. ระดับชั้นของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>		
มัธยมศึกษาปีที่ 1	50	16.6
มัธยมศึกษาปีที่ 2	64	21.3
มัธยมศึกษาปีที่ 3	53	17.7
มัธยมศึกษาปีที่ 4	41	13.7
มัธยมศึกษาปีที่ 5	41	13.7
มัธยมศึกษาปีที่ 6	31	17.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
<b>3. สถานภาพครอบครัว</b>		
อยู่กับพ่อและแม่	212	70.7
อยู่กับแม่	10	3.3
อยู่กับพ่อ	37	12.3
อยู่กับญาติพี่น้อง	20	6.7
อื่นๆ เช่น ลูกบุญธรรม	21	7.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
<b>4. รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ</b>		
ต่ำกว่า 1,5000 บาท	22	7.3
15,000 -30,000	87	29.0
30,000 – 50,000	53	17.7
50,000 – 100,000	78	26.0
100,000 – 200,000	33	11.0
200,000 บาทขึ้นไป	27	9.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. อาชีพของผู้ปกครองนักเรียน</b>		
ลูกจ้างทั่วไป	49	16.3
ธุรกิจส่วนตัว	106	35.3
ข้าราชการ	26	8.7
พนักงานบริษัทเอกชน	57	19.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	6.7
อื่นๆ เช่น ขับรถ ค้าขาย	42	14.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 และ เพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามลำดับ

2. ระดับชั้นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ต่อมาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และน้อยที่สุดระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

3. สถานภาพครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่อยู่กับพ่อและแม่ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ อยู่กับพ่อ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 อื่นๆ เช่น ลูกบุญธรรม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อยู่กับญาติพี่น้อง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และอยู่กับแม่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

4. รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ 15,000 -30,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ 50,000 – 100,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ 100,000 – 200,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ 200,000 บาทขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

และรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ ต่ำกว่า 1,5000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

5. อาชีพของผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ลูกจ้างทั่วไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 อาชีพอื่นๆ เช่น จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ข้าราชการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ดังแสดงในตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึก  
สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่ เกี่ยวกับจิตสาธารณะ โรงเรียนพระ หฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก	จำนวนและร้อยละของการปฏิบัติ				
	ทุกสัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	1-2 ครั้ง ต่อเดือน	น้อยกว่า เดือนละ ครั้ง	ไม่เคย
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
1. สื่อบุคคล เช่น ได้รับข่าวสารจาก เพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ต่างๆ เป็นต้น	180 (60.0)	71 (23.7)	43 (14.3)	5 (1.7)	1 (0.3)
2. ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ของโรงเรียน ในการทำจิตอาสา ภายในโรงเรียน และนอกโรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ	138 (48.0)	88 (29.3)	55 (18.3)	14 (4.7)	5 (1.7)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่ เกี่ยวกับจิตสาธารณะ โรงเรียนพระ หฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก	จำนวนและร้อยละของการปฏิบัติ				
	ทุกสัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	1-2 ครั้ง ต่อเดือน	น้อยกว่า เดือนละ ครั้ง	ไม่เคย
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
3. แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้า โรงเรียน อาทิ ภาพเกี่ยวกับ โครงการหรือกิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจาก โครงการต่างๆ	71 (23.7)	125 (41.7)	75 (25.0)	20 (6.7)	9 (3.0)
4. แผ่นพับโรงเรียน มีบริการตาม ฝ่ายต่างๆ ของโรงเรียน อาทิ ห้อง ประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้อง ฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ	47 (15.7)	121 (40.3)	74 (24.7)	38 (12.7)	20 (6.7)
5. สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน อาทิ ป้ายแสดงผลงาน แฟ้มสะสมผลงาน จิตอาสา	49 (16.3)	124 (41.3)	93 (31.0)	28 (9.3)	6 (2.0)
6. เว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th	110 (36.7)	101 (33.7)	50 (16.7)	32 (10.7)	7 (2.3)
7. สื่อวารสารของโรงเรียน ชื่อ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี พัฒนา การศึกษาสู่มาตรฐานสากล	86 (28.7)	107 (35.7)	69 (23.0)	36 (12.0)	2 (0.7)
8. สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube อาทิ จิตอาสาจิตใจที่ เป็นผู้ให้	66 (22.0)	114 (38.0)	75 (25.0)	38 (12.7)	7 (2.3)

จากตารางที่ 4.2 ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า นักเรียนมีระดับการปฏิบัติมากที่สุด เรียงลำดับ ดังนี้

อันดับแรกได้รับข่าวสารสื่อจาก สื่อบุคคล เช่น ได้รับข่าวสารจากเพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ต่างๆ เป็นต้น ร้อยละ 60.0 รองลงมาประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของโรงเรียน ในการทำจิตอาสาภายในโรงเรียน และนอกโรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ ร้อยละ 48.0 ต่อมาเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) ร้อยละ 36.7 มีสื่อวารสารของโรงเรียน ชื่อโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี พัฒนาการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 28.7 แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน อาทิ ภาพเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่างๆ ร้อยละ 23.7 สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube อาทิ จิตอาสาจิตใจที่เป็นผู้ให้ ร้อยละ 22.0 สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน อาทิ ป้ายแสดงผลงาน แฟ้มสะสมผลงานจิตอาสา ร้อยละ 16.3 และแผ่นพับโรงเรียน มีบริการตามฝ่ายต่างๆ ของโรงเรียน อาทิ ห้องประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ ร้อยละ 15.7

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา

#### โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ได้แก่ ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ข้าพเจ้าขึ้นลงอาคารเรียน 1-2 ชั้น จะเดินแทนการใช้ลิฟท์	4.24	1.39	มากที่สุด	5
2. ถ้าข้าพเจ้าออกจากห้อง ข้าพเจ้าจะปิดไฟ พัดลมหรือแอร์ ก่อนออกจากห้องเรียนทุกครั้ง	4.47	0.80	มากที่สุด	3



ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
3. ข้าพเจ้าทิ้งขยะลงในถังขยะของโรงเรียนและ จะแยกขยะตามสีถังต่างๆ ทุกครั้ง	4.15	0.85	มาก	6
4. เมื่อทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้าจะ นำจานไปเก็บเองและทิ้งเศษอาหารออกก่อน เสมอ	4.65	0.74	มากที่สุด	1
5. ข้าพเจ้าเคยขีดเขียนข้อความ บน โต๊ะและตาม ประตูต่างๆ	2.83	1.47	ปานกลาง	9
6. เมื่อเก็บเงินหรือสิ่งของมีค่าได้ ข้าพเจ้าส่งให้ ห้องประชาสัมพันธ์เพื่อหาเจ้าของ	4.08	1.24	มาก	7
7. ข้าพเจ้าทุจริตในการสอบ อาทิ นำโน้ต ข้อสอบเข้าไป แอบดูเพื่อนข้างๆ เป็นต้น	2.20	1.48	น้อย	10
8. เมื่อเข้าห้องน้ำข้าพเจ้าดูแลความสะอาดก่อน ออกจากห้องน้ำทุกครั้ง	4.40	0.91	มากที่สุด	4
9. หลังจากที่ใช้อุปกรณ์การเรียนของโรงเรียน อาทิ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การทำอาหาร ของโรงเรียนจะเก็บเข้าที่ทุกครั้ง	4.57	0.67	มากที่สุด	2
10. เมื่ออ่านหนังสือในห้องสมุดแล้ว เมื่อจะออก จากห้องข้าพเจ้าจะวางหนังสือไว้โดยไม่เก็บ ที่ชั้นวาง	2.95	1.75	ปานกลาง	8
รวม	3.85	0.33	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.85$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เมื่อทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้าจะนำจานไปเก็บเองและทิ้งเศษอาหารออกก่อนเสมอ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.65$ )

รองลงมาหลังจากที่ใช้อุปกรณ์การเรียนของโรงเรียน อาทิ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การทำอาหารของโรงเรียนจะเก็บเข้าที่ทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) ต่อมาถ้าข้าพเจ้าออกจากห้อง ข้าพเจ้าจะปิดไฟพัดลมหรือแอร์ ก่อนออกจากห้องเรียนทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$ ) เมื่อเข้าห้องน้ำข้าพเจ้าดูแลความสะอาดก่อนออกจากห้องน้ำทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) ข้าพเจ้าขึ้นลงอาคารเรียน 1-2 ชั้น จะเดินแทนการใช้ลิฟท์ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) ข้าพเจ้าทิ้งขยะลงในถังขยะของโรงเรียนและจะแยกขยะตามสีถังต่างๆ ทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) เมื่อเก็บเงินหรือสิ่งของมีค่าได้ ข้าพเจ้าส่งให้ห้องประชาสัมพันธ์เพื่อหาเจ้าของ มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) เมื่ออ่านหนังสือในห้องสมุดแล้ว เมื่อจะออกจากห้องข้าพเจ้าจะวางหนังสือไว้โดยไม่เก็บที่ชั้นวาง มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.95$ ) ข้าพเจ้าเคยขีดเขียนข้อความ บนโต๊ะและตามประตูต่างๆ มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.83$ ) และข้าพเจ้าทุจริตในการสอบ อาทิ นำโน้ตข้อสอบเข้าไป แอบดูเพื่อนข้างๆ เป็นต้น มีการปฏิบัติในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.20$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ  
ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก  
ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการจิตอาสา

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการจิตอาสา	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาจราจร	4.89	0.76	มากที่สุด	1
2. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมหลังคาสีเขียว	3.78	0.84	มาก	4
3. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างบ้านดิน	3.69	0.51	มาก	5
4. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลน	3.94	0.75	มาก	2
5. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างฝาย ปลูกปะการัง	3.85	0.61	มาก	3
รวม	4.03	0.69	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม ของโครงการจิตอาสา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาจราจร มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.89$ ) รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลน มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.94$ ) ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างฝาย ปลูกปะการัง มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.85$ ) เคยเข้าร่วมกิจกรรมหลังคาสีเขียว มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.78$ ) และเคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างบ้านดิน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.69$ )

ตารางที่ 4.5 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “รักและเมตตาธรรม”

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “รักและเมตตาธรรม”	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
6. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมบ้านพักคนชรา อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	3.46	1.38	มาก	3
7. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กับเด็กๆ ที่พิการทางสมองและปัญญาที่สถานสงเคราะห์ บ้านราชวดี	3.78	1.14	มาก	1
8. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมออมเงินเพื่อเพิ่ม โอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้ด้อยโอกาส	3.74	1.20	มาก	2
9. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมมอบของขวัญให้กับ เด็กดอยในวันคริสต์มาส	3.12	1.34	ปานกลาง	4
10. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมบริจาคผ้าห่มและ หนังสือให้กับผู้ที่ขาดแคลน	2.97	1.28	ปานกลาง	5
รวม	3.41	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “รักและเมตตาธรรม” โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.41$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กับเด็กๆ ที่พิการทางสมอง และปัญหาที่สถานสงเคราะห์บ้านราชวดี มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.78$ ) รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมออมเงินเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้ด้อยโอกาส มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.74$ ) ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมบ้านพักคนชรา อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.46$ ) เคยเข้าร่วมกิจกรรมมอบของขวัญให้กับเด็กดอยในวันคริสต์มาส มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.12$ ) และเคยเข้าร่วมกิจกรรมบริจาคผ้าห่มและหนังสือให้กับผู้ที่ขาดแคลน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.97$ )

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “ธรรมสัญจร”

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “ธรรมสัญจร”	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
11. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมตักบาตรทำบุญ	4.80	1.25	มากที่สุด	2
12. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด	4.83	1.22	มากที่สุด	1
13. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมเข้าเฝ้าฯ ฟังพุดใจทางศาสนาคริสต์	3.73	1.59	มาก	5
14. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพยอม	4.74	1.22	มากที่สุด	3
15. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กำลังใจผู้ถูกคุมขังทัณฑสถานบ้านพักชายกลางคลอง6	3.98	1.47	มาก	4
รวม	4.41	0.62	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “ธรรมสัญจร” โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.41$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.83$ ) รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมตักบาตรทำบุญ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.80$ ) ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพยอม มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.74$ ) เคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กำลังใจผู้ถูกคุมขังทัณฑสถาน บ้านพักชายกลางคลอง 6 มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) และเคยเข้าร่วมกิจกรรมเข้าเฝ้าฯ ฟังจิตใจทางศาสนาคริสต์มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ )

ตารางที่ 4.7 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “โรงเรียนสีขาว”

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “โรงเรียนสีขาว”	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
16. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	4.65	1.38	มากที่สุด	3
17. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมอบรมจริยธรรม	4.23	1.47	มากที่สุด	5
18. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมค่ายคุณธรรม	4.51	1.47	มากที่สุด	4
19. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่	4.84	1.24	มากที่สุด	1
20. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด	4.81	1.26	มากที่สุด	2
รวม	4.61	0.58	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “โรงเรียนสีขาว” โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.61$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.84$ ) รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.81$ ) ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.65$ ) เคยเข้าร่วมกิจกรรมค่ายคุณธรรม มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ ) และเคยเข้าร่วมกิจกรรมอบรมจริยธรรม มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ )

ตารางที่ 4.8 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ  
ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก  
ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
21. ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็น แบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมของเงินหายได้คืน	4.52	0.52	มากที่สุด	2
22. ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็น แบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมโทรศัพท์มือถือหายได้คืน	4.06	0.40	มากที่สุด	4
23. ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรี PTN	4.67	0.56	มากที่สุด	1
24. ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรีพระหฤทัย	3.96	0.51	มาก	5
25. ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติคุณด้านความซื่อสัตย์	4.31	0.45	มากที่สุด	3
รวม	4.30	0.49	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก เคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรี PTN มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.67$ ) รองลงมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมของเงินหายได้คืน มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.52$ ) ต่อมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณด้านความซื่อสัตย์ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.31$ ) เคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมโทรศัพท์มือถือหายได้คืน มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.06$ ) และเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรีพระหฤทัย มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.96$ )



ตารางที่ 4.9 แสดงถึงแสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมจิตสาธารณะ  
ของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง	3.85	0.33	มาก
2. ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม			
โครงการจิตอาสา	4.03	0.69	มากที่สุด
โครงการ “รักและเมตตาธรรม”	3.41	0.65	มาก
โครงการ “ธรรมสัจจ”	4.41	0.62	มากที่สุด
โครงการ “โรงเรียนสีขาว”	4.61	0.58	มากที่สุด
โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง	4.30	0.49	มากที่สุด
รวม	4.10	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเองและด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ )

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลำดับแรก โครงการ “โรงเรียนสีขาว” มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.61$ ) โครงการ “ธรรมสัจจ” มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.41$ ) โครงการส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) โครงการจิตอาสา มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.03$ ) ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) และด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม ต่อมาด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ “รักและเมตตาธรรม” มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) และโครงการ “รักและเมตตาธรรม” มีการปฏิบัติในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.41$ ) ตามลำดับ

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณและอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก โดยการทดสอบค่า T-Test , F-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 ตัวแปรดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

เพศ	พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีใน เครือคาทอลิก		t	Sig
	Mean	S.D.		
ชาย	3.41	0.25	0.42	0.99
หญิง	3.43	0.24		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.10 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีค่า sig เท่ากับ 0.99 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ทั้งเพศหญิงและเพศชายที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้น ที่มีผลต่อพฤติกรรม  
จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ระดับชั้น	พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีใน เครือคาทอลิก		F	Sig
	Mean	S.D.		
มัธยมศึกษาปีที่ 1	3.17	0.22	26.78	0.00*
มัธยมศึกษาปีที่ 2	3.47	0.21		
มัธยมศึกษาปีที่ 3	3.42	0.20		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	3.46	0.20		
มัธยมศึกษาปีที่ 5	3.39	0.18		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	3.61	0.16		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้น มีค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติ (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นที่มีผล  
ต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี  
ในเครือคาทอลิก

ระดับชั้น	Mean	มัธยมศึกษา ปีที่ 1	มัธยมศึกษา ปีที่ 2	มัธยมศึกษา ปีที่ 3	มัธยมศึกษา ปีที่ 4	มัธยมศึกษา ปีที่ 5	มัธยมศึกษา ปีที่ 6
		3.17	3.47	3.42	3.46	3.39	3.61
มัธยมศึกษาปีที่ 1	3.17	-	0.29*	0.24*	0.29*	0.22*	0.45*
มัธยมศึกษาปีที่ 2	3.47		-	0.05	0.01	0.07	0.15*
มัธยมศึกษาปีที่ 3	3.42			-	0.04	0.02	0.20*
มัธยมศึกษาปีที่ 4	3.46				-	0.06	0.15*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	3.39					-	0.22*
มัธยมศึกษาปีที่ 6	3.61						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก จำแนกระดับชั้นเป็นรายคู่ พบว่าระดับชั้นมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 9 คู่ ได้แก่

มัธยมศึกษาปีที่ 1 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 1 มีพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 2

มัธยมศึกษาปีที่ 1 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 1 มีพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3

มัธยมศึกษาปีที่ 1 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 1 มีพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 4

มัธยมศึกษาปีที่ 1 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 5 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 1 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 5

มัธยมศึกษาปีที่ 1 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 1 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6

มัธยมศึกษาปีที่ 2 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 2 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6

มัธยมศึกษาปีที่ 3 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 3 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6

มัธยมศึกษาปีที่ 4 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 4 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6

มัธยมศึกษาปีที่ 5 กับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า มัธยมศึกษาปีที่ 5 มีพฤติกรรมจิต  
 สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก น้อยกว่า  
 มัธยมศึกษาปีที่ 6

จึงเห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน  
 มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก

สถานภาพครอบครัว	พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัย นันทบุรีในเครือคาทอลิก		F	Sig
	Mean	S.D.		
อยู่กับพ่อแม่	3.43	0.24	1.81	0.12
อยู่กับแม่	3.25	0.35		
อยู่กับพ่อ	3.38	0.19		
อยู่กับญาติพี่น้อง	3.40	0.21		
อื่นๆ เช่น ลูกบุญธรรม	3.47	0.22		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัว มีค่า sig เท่ากับ 0.12 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติ (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 14



ตารางที่ 14 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก

รายได้ของผู้ปกครอง ต่อเดือน	พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัย นันทบุรีในเครือคาทอลิก		F	Sig
	Mean	S.D.		
ต่ำกว่า 1,5000 บาท	3.35	0.26	2.00	0.08
15,000 -30,000	3.44	0.19		
30,000 – 50,000	3.44	0.26		
50,000 – 100,000	3.45	0.24		
100,000 – 200,000	3.31	0.26		
200,000 บาทขึ้นไป	3.40	0.20		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน มีค่า sig เท่ากับ 0.08 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติ (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 15 แสดงค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก

อาชีพของผู้ปกครอง นักเรียน	พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน มัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัย นันทบุรีในเครือคาทอลิก		F	Sig
	Mean	S.D.		
ลูกจ้างทั่วไป	3.38	0.29	0.37	0.87
ธุรกิจส่วนตัว	3.42	0.23		
ข้าราชการ	3.45	0.25		
พนักงานบริษัทเอกชน	3.43	0.20		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.39	0.22		
อื่นๆเช่น จักรกร ค้าขาย	3.41	0.23		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนมีค่า sig เท่ากับ 0.87 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติ (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก**

การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณา บริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) สื่อวารสารของโรงเรียน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โพรดักโมเมนต์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ดังแสดงในตารางที่ 4.16 ดังนี้

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรม  
จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

พฤติกรรมจิต สาธารณะ	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เพียร์สัน( $r_{xy}$ )
พฤติกรรม	สื่อบุคคล	0.68*
จิตสาธารณะของ	ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	0.47
นักเรียนมัธยมศึกษา	แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน	0.35
โรงเรียนพระหฤทัย	แผ่นพับโรงเรียน	0.41
นันทบุรีในเครือ	สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน	0.34
คาทอลิก	เว็บไซต์ของโรงเรียน <a href="http://www.ptn.ac.th">www.ptn.ac.th</a>	0.86*
	สื่อวารสารของโรงเรียน	0.43*
	สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube	0.53

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ได้แก่ สื่อบุคคล ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) สื่อวารสารของโรงเรียน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube พบว่า สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับสูงทางด้านบวก สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับต่ำสูงทางด้านบวก และสื่อวารสารของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับปานกลางทางด้านบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## 5. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน โดยประเด็นในการสัมภาษณ์เป็นเรื่อง 5 ประเด็นสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่ 1 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีการกำหนดนโยบาย มีการกำหนดการวางแผนระยะยาว และระยะสั้น เกี่ยวกับนโยบายการแสดงออกด้านจิตสาธารณะ ของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกอย่างไร

ประเด็นที่ 2 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีนโยบาย และมีการกำหนด แนวทางเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัย นันทบุรีในเครือคาทอลิก” มีจิตสาธารณะต่อสังคมให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างไรบ้าง

ประเด็นที่ 3 ท่านคิดว่าการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะ ประชาสัมพันธ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกประสบ ความสำเร็จหรือมีปัญหาอุปสรรคด้านใด และมีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

ประเด็นที่ 4 ท่านมีวิธีการในการประเมินผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิต สาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก และการจัด กิจกรรมด้านจิตสาธารณะที่ผ่านมา ท่านเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ประเด็นที่ 5 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกใดที่ท่านคิดว่าประสบความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์ นั้นใช้วิธีการและสื่อใด ท่านคิดว่า การประชาสัมพันธ์นั้นๆ น่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ ก่อให้เกิดความสำเร็จขึ้น

5.1 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีการกำหนดนโยบาย มีการกำหนด การวางแผนระยะยาว และระยะสั้น เกี่ยวกับนโยบายการแสดงออกด้านจิตสาธารณะของโรงเรียน พระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกอย่างไร

“โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี มีการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการจิต สาธารณะเพื่อให้นักเรียนของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ให้ได้ปฏิบัติตาม นโยบาย และตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ปรารถนาจะร่วมและ มีส่วนช่วยเหลือสังคม จิตสำนึกในการทำจิตสาธารณะ เพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยไม่หวัง ผลตอบแทน” การวางแผนในระยะยาวนั้นคือการตั้งเป้าหมายในอนาคตและในครั้งนี้เป้าหมายคือ การทำงานด้านจิตสาธารณะต่อไปเรื่อยๆ โดยไม่คำนึงเรื่องของเวลา เราสามารถทำงานด้านจิต สาธารณะเมื่อไหร่ก็ได้ เมื่อใจเราพร้อม เพื่อทำให้สังคมของเรานั้นดีขึ้น ได้มีการเรียนรู้และแก้ไข

ปัญหาร่วมกันกับคนในสังคม ส่วนการวางแผนระยะสั้น คือการวางแผนเพื่อให้นักเรียนปฏิบัติตาม และช่วยกันปลูกฝังจิตสำนึกในการทำจิตอาสา เพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยไม่หวังผลตอบแทน” (ครูอัมรินทร์ ฟุ้งเฟื่อง, หัวหน้าโครงการจิตอาสา, สัมภาษณ์, 23 เม.ย. 2562)

“การจัดการด้านจิตสาธารณะของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับนโยบายงานด้านจิตสาธารณะเพื่อเป็นการปลูกฝังนิสัยการให้กับตัวผู้เรียน หากการทำจิตสาธารณะเกิดขึ้นกับตัวผู้เรียน ผู้เรียนก็จะทำจิตสาธารณะโดยไม่ต้องมีใครมาคอยบอก ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดีที่ปลูกฝังนิสัยจิตสาธารณะให้กับผู้เรียน จึงเป็นการดีที่เริ่มปลูกฝังตั้งแต่สถาบันโรงเรียน และจะถูกแพร่ออกมาสู่สังคมปัจจุบัน การวางแผนในระยะยาวนั้นคือการตั้งเป้าหมายในอนาคต และในครั้งนี้เป้าหมายคือการทำงานด้านจิตสาธารณะต่อไปเรื่อยๆ โดยไม่คำนึงเรื่องของเวลา เราสามารถทำงานด้านจิตสาธารณะเมื่อไหร่ก็ได้ เมื่อใจเราพร้อม ส่วนการวางแผนในระยะสั้น คือ การตั้งเป้าหมายในอนาคตที่กำลังจะถึง เพราะฉะนั้นหากมีโอกาสในการทำงานจิตสาธารณะ ในช่วงเวลาหรือโอกาสก็เลยอยากจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยผลักดันและปลูกฝังในการทำจิตสาธารณะ” (สุพรรณิ ขำรุ่ง หัวหน้าฝ่ายจิตตาศาสนา, สัมภาษณ์, 23 เม.ย. 2562)

“โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ได้มีการกำหนดนโยบายด้านจิตสาธารณะประโยชน์ โดยเน้นกลุ่มนักเรียนเป็นหลักและมีการวางแผนระยะยาว อยากให้นักเรียนเป็นผู้ให้มากกว่าผู้รับ สามารถช่วยเหลือสังคมได้ในอนาคต ส่วนการวางแผนระยะสั้น ให้นักเรียนมีชั่วโมงการทำงานจิตสาธารณะครบตามที่โรงเรียนกำหนด การแสดงออกด้านจิตสาธารณะประโยชน์ของโรงเรียนเองก็มีกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านจิตสาธารณะประโยชน์ ได้แก่การบริจาคสิ่งของ และจัดกิจกรรมที่บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ การสร้างฝายชะลอน้ำ และการปลูกประภาคาร” (รุ่งนภา ศรีเพชร, หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 23 เม.ย. 2562)

5.2 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีนโยบาย และมีการกำหนดแนวทางเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก” มีจิตสาธารณะต่อสังคมให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างไรบ้าง

“โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี มีการกำหนดนโยบาย แนวทาง การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสาธารณะ โดยมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับจิตสาธารณะของนักเรียน ภายในโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก เพื่อให้การปลูกฝังความสำนึก ให้กับนักเรียน เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมจึงควรที่จะเกิดขึ้นในสังคมเพื่อให้ผู้คนได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อจิตสาธารณะมากกว่าตนเอง นั่นหมายถึงว่า ทุกคนต้องมีการให้ มากกว่า การรับ เพราะสิ่งเหล่านี้ ถ้าสามารถปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนักสังคมย่อมได้รับแต่ความสุข

อย่าง แน่นนอน ซึ่งบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในอีกระดับ ” (อัมรินทร์ พึ่งเฟื่อง ,หัวหน้าโครงการจิตอาสา,สัมภาษณ์ ,23 เม.ย.2562)

“โรงเรียนได้มีการกำหนด นโยบาย การกำหนดแนวทาง การทำจิตสาธารณะ เพื่อเป็นกำหนด และปลูกฝังไปในตัว แต่หากใครไม่สะดวกที่จะทำในช่วงเวลาวันหยุด ทางโรงเรียนก็อาจจะมีกิจกรรมหรืองานเล็ก ๆ น้อย ๆ และให้เวลาในการทำจิตสาธารณะ ซึ่งถือเป็นการดี ส่วนนักเรียนที่ทำจิตสาธารณะสูงสุดจะได้รับเกียรติบัตรและโล่ ถือว่ามีการพัฒนายิ่ง ๆ ขึ้นไป เห็นได้จากรางวัลที่ได้รับจากองค์กรภายนอก ” (สุพรรณิ ยำรุ่ง,หัวหน้าฝ่ายจิตตภาบาล,สัมภาษณ์, 23 เม.ย. 2562)

“โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีได้มีการประชาสัมพันธ์ด้านจิตสาธารณะประโยชน์ อยู่สม่ำเสมอ โดยใช้วิธี เสียงตามสาย ประกาศหน้าเสาธงหลังเข้าแถว มีป้ายติดไว้ที่บอร์ดและ ตัวแทนประชาสัมพันธ์ตามชั้นเรียน รวมทั้งประกาศข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของโรงเรียน ซึ่งนักเรียนให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ทั้งยังได้รับข่าวสารที่ทั่วถึงและถูกต้องอีกด้วย นับว่ามีการพัฒนายิ่ง ๆ ขึ้นไป ” (รุ่งนภา ศรเพชร ,หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์,สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

5.3 ท่านคิดว่าการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะ ประชาสัมพันธ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือข่ายทอโลกีประสบความสำเร็จหรือมีปัญหาอุปสรรคด้านใด และมีแนวทางการแก้ไขอย่างไร

“การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสาธารณะ มีความประสบความสำเร็จโดยเห็นได้ว่านักเรียนของโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือข่ายทอโลกีมีจิตสาธารณะ เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยทางโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีได้สนับสนุน เรื่องต่างๆ ในการกระทำ จิตสาธารณะ มีดังนี้ การช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยไม่ทิ้งขยะลงที่พื้นทั่วไปต้องทิ้งขยะในที่จัดไว้ให้ ไม่ทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ การดูแลรักษาสาธารณะสมบัติ อาจประสบปัญหาในบางอย่ ยกตัวอย่างเช่นการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการพูดคนต่อคน บางทีการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลอาจบิด เบือนไปบ้าง” (อัมรินทร์ พึ่งเฟื่อง ,หัวหน้าโครงการจิตอาสา,สัมภาษณ์ ,23 เม.ย.2562)

“การประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมีความน่าสนใจ แต่อาจประสบปัญหาในบางอย่ ยกตัวอย่างเช่นการเผยแพร่ข่าวสารโดยการพูดคนต่อคน บางทีการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลอาจ บิดเบือนไปบ้าง แต่รวมๆแล้วค่าความสำเร็จสูงกว่าการเกิดปัญหา” (สุพรรณิ ยำรุ่ง หัวหน้าฝ่ายจิต ตาภิบาล, สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)



“โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีได้ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ด้านจิตสาธารณะประโยชน์ แต่ก็ยังพบปัญหาที่นักเรียนบางส่วนยังจัดสรรเวลาในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ยังไม่ดีพอ จึงก่อให้เกิดนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงด้านจิตสาธารณะไม่เพียงพอ ทางโรงเรียนจึงมีแนวทางแก้ไขคือ มีการจัดกิจกรรมหรือจัดค่าย ด้านสาธารณะประโยชน์เพื่อรองรับนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงไม่เพียงพอและกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องแฝงไปด้วยความรู้เพื่อเป็นทักษะให้นักเรียนนั้นนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในสังคม” (รุ่งนภา ศรีเพชร, หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

5.4 ท่านมีวิธีการในการประเมินผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือข่ายทอติก และการจัดกิจกรรมด้านจิตสาธารณะที่ผ่านมา ท่านเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

“ในการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะที่ผ่านมาเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะมากขึ้นและมีจิตสำนึกในด้านการเห็นประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ดังนั้นทางโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือข่ายทอติกได้การมีกิจกรรม และการทำงานร่วมกันในสังคม การพัฒนาจิตสาธารณะ เพื่อให้ความรู้สึกระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ปรารถนาจะร่วมและมีส่วนช่วยเหลือสังคม” (อัมรินทร์ ฟุ้งเฟื่อง, หัวหน้าโครงการจิตอาสา, สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

“ในกลุ่มเป้าหมายบางคนมีความเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการทำงานจิตสาธารณะค่อนข้างมากกว่าคนอื่นจึงทำให้การคิด การกระทำ จะคำนึงถึงคนอื่นมากกว่าตัวเอง และนักเรียนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ชอบงานปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี ดังนั้นกลุ่มนักเรียนเหล่านี้จึงมีความเปลี่ยนแปลงมากกว่าที่สนใจทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติ” (สุพรรณิ ยำรุ่ง, หัวหน้าฝ่ายจิตตาศาสนา, สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

“โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรี ได้มีการประเมินผล โดยเช็คชั่วโมงในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีชั่วโมงจิตสาธารณะครบตามที่กำหนดชั่วโมงไว้ และยังสอบถามนักเรียนว่าจิตสาธารณะประโยชน์ที่นักเรียนได้ทำนั้น สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตได้อย่างไรบ้าง ซึ่งนักเรียนก็สามารถตอบคำถามได้และนำไปปรับใช้ได้ ส่วนการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย คือนักเรียนมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ต่อเพื่อนร่วมห้อง ร่วมชั้นหรือแม้กระทั่งรุ่นพี่รุ่นน้อง และนักเรียนยังมีจิตสาธารณะการช่วยเหลือครูอาจารย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้นักเรียนนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้เป็นอย่างดี” (รุ่งนภา ศรีเพชร, หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

5.5 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกใดที่ท่านคิดว่าประสบความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์นั้นใช้วิธีการและสื่อใด ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์นั้นๆ น่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จขึ้น

“การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีที่ประสบความสำเร็จคือการอบรม โดยการนำวิทยากร ที่มีความมีความสามารถ ด้านจิตสาธารณะ เช่น มูลนิธิครอบครัวพอเพียงมาให้การอบรม อธิบายเกี่ยวจิตสาธารณะ เพื่อให้นักเรียนของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกมีความสนใจเรื่อง จิตสาธารณะ เพิ่มมากขึ้น โดยชี้ให้เห็นสาเหตุ ที่ทำให้สังคมโดยทั่วไป มีค่านิยมที่ให้ความจิตสาธารณะสำคัญ ในการแสวงหาเงินทอง แสวงหาอำนาจ บารมี มากกว่าที่จะให้ความสำคัญทางด้านจิตใจ สังคมในปัจจุบันจึงกลับเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัดเจนปัญหาต่าง เป็นการประชาสัมพันธ์ก่อให้เกิดความสำเร็จ” (อัมรินทร์ พึ่งเฟื่อง ,หัวหน้าโครงการจิตอาสา,สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

“การประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจที่สุดคือการวิทยากรมาแนะนำหรือมาจัดกิจกรรมสนุกๆให้กับตัวผู้เรียนเพื่อเป็นการกระตุ้นความอยากทำอยากทำในตัวผู้เรียน เพราะหากเอาแต่พูดว่า การทำจิตสาธารณะคือเรื่องดี คนฟังอาจเกิดอาการเบื่อหน่ายแต่ไม่ยอมทำ ดังการปฏิบัติงานให้เห็นจึงเป็นเรียกร้องความน่าสนใจได้ดี ยกตัวอย่างเช่นการไปปลูกปะการังหากเอาแต่พูดว่าได้ไปดำน้ำดูปะการังใครจะไปอยากทำ ต้องมีหลักฐานอ้างอิงเพิ่มความน่าสนใจ เช่น การนำภาพถ่ายมาเพิ่มความน่าสนใจ” (สุพรรณิ ย่ำรุ่ง หัวหน้าฝ่ายจิตตาศาสนา,สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

“โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ซึ่งการประชาสัมพันธ์ทางโรงเรียนได้ใช้คือ เสียงตามสายประชาสัมพันธ์หน้าเสาธง ป้ายที่ติดตามบอร์ดหรือตามเสาของโรงเรียน หรือส่งตัวแทนไปประชาสัมพันธ์ในชั้นเรียน ยังรวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในเว็บไซต์ของโรงเรียน ซึ่งการประชาสัมพันธ์เหล่านี้ช่วยทำให้การประชาสัมพันธ์ด้านจิตสาธารณะประโยชน์ของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกได้รับประสบความสำเร็จและลุ่ล่งไปด้วยดี” (รุ่งนภา ศรเพชร ,หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์,สัมภาษณ์, 23 เม.ย.2562)

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกเกี่ยวกับ เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียน และ เพื่อศึกษาเสนอกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง จำนวน 300 คนและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ ประชากรคือนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ทั้งหมด จำนวน 897 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional stratified sampling) ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 297 คน แต่เนื่องจากผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้มากจึงเพิ่มเก็บข้อมูลเป็น 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกและข้อเสนอแนะ สำหรับเก็บข้อมูลจากนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินเก็บข้อมูลด้วยตนเองซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักเรียนนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ อันจะดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ อันได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูล ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์หาสัมพันธด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ดังผลสรุป ดังต่อไปนี้

## 1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษา การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียน พระพุทธยอนนทบุรีในเครือคาทอลิก สรุปได้ดังนี้

### 1.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์

“โรงเรียนพระพุทธยอนนทบุรี มีการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการจิตสาธารณะ เพื่อให้ นักเรียนของโรงเรียนพระพุทธยอนนทบุรีในเครือคาทอลิก ให้ได้ปฏิบัติตามนโยบาย และตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ปรารถนาจะร่วมและมีส่วนช่วยเหลือสังคม โดยรับรู้ถึงสิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่และความรับผิดชอบ สำนึกถึงพลังของตนเอง สามารถร่วมแก้ไขปัญหาได้ มีการวางแผนระยะยาว คือการทำจิตอาสาเพื่อสังคมไม่ว่าอยู่ในเวลาใด ช่วงอายุใด เพื่อให้สังคมของเรานั้นดีขึ้น ได้มีการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกันกับคนในสังคม ส่วนการวางแผนระยะสั้น คือการวางแผนเพื่อให้นักเรียนปฏิบัติตาม และช่วยกันปลูกฝังจิตสำนึกในการทำจิตสาธารณะ เพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยไม่หวังผลตอบแทน”

โรงเรียนพระพุทธยอนนทบุรี มีการกำหนดนโยบาย แนวทาง การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสาธารณะ โดยมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับจิตสาธารณะ ของนักเรียน เพื่อให้การปลูกฝังการเป็นผู้ให้ มากกว่าผู้รับ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าสามารถปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนัก สังคมย่อมได้รับแต่ความสุขอย่างแน่นอนส่วนนักเรียนที่ทำจิตสาธารณะสูงสุดจะได้รับเกียรติบัตร และโล่ ซึ่งตรงกับนโยบายของโรงเรียนความซื่อสัตย์ ความเมตตา

การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสาธารณะ มีความประสบความสำเร็จโดยเห็นได้ว่านักเรียนของโรงเรียนพระพุทธยอนนทบุรีในเครือคาทอลิกมีจิตสาธารณะเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยทางโรงเรียนพระพุทธยอนนทบุรีได้สนับสนุน เรื่องต่างๆ ในการกระทำจิตสาธารณะ มีดังนี้ การช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยไม่ทิ้งขยะลงที่พื้นทั่วไปต้องทิ้งขยะใน ที่จัดไว้ให้ ไม่ทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ การดูแลรักษาสาธารณะสมบัติ อาจประสบปัญหาในบางอย่าง ยกตัวอย่างเช่นการเผยแพร่ข่าวสารโดยการพูดคนต่อคน บางทีการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลอาจบิดเบือนไปบ้าง

นักเรียนบางส่วนยังจัดสรรเวลาในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ยังไม่ดีพอ จึงก่อให้เกิดนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงด้านจิตสาธารณะไม่เพียงพอ มีแนวทางแก้ไขคือ มีการจัดกิจกรรมหรือจัดค่ายด้านสาธารณะประโยชน์เพื่อรองรับนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงไม่เพียงพอและกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องแฝงไปด้วยความรู้เพื่อเป็นทักษะให้นักเรียนนั้นนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในสังคม

ในการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะที่ผ่านมาเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะมากขึ้นและมีจิตสำนึกในด้านการเห็นประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ได้มีการประเมินผล โดยเช็คชั่วโมงในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีชั่วโมงจิตสาธารณะครบตามที่กำหนดชั่วโมงไว้ นักเรียนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ชอบงานปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี ส่วนการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย คือนักเรียนมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ต่อเพื่อนร่วมห้อง ร่วมชั้นหรือแม้กระทั่งรุ่นพี่รุ่นน้อง และนักเรียนยังมีจิตสาธารณะการช่วยเหลือครูอาจารย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็นักเรียนนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้เป็นอย่างดี

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีที่ประสบความสำเร็จคือการอบรม โดยการนำวิทยากร ที่มีความมีความสามารถ ด้านจิตสาธารณะ เช่น มูลนิธิครอบครัวพอเพียงมาให้การอบรม อธิบายเกี่ยวจิตสาธารณะ เพื่อให้นักเรียนของโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิกมีความสนใจเรื่อง จิตสาธารณะ เพิ่มมากขึ้น โดยชี้ให้เห็นสาเหตุ ที่ทำให้สังคมโดยทั่วไป การกระตุ้นความอยากทำอะไรในตัวเองผู้เรียนมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญจิตสาธารณะสำคัญ ยกตัวอย่างเช่นการไปปลูกปะการังหากเอาแต่พูดว่าได้ไปดำน้ำดูปะการังใครจะไปอยากทำ ต้องมีหลักฐานอ้างอิงเพิ่มความน่าสนใจ เช่น การนำภาพถ่ายมาเพิ่มความน่าสนใจ

## 1.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ พบว่า นักเรียนมีระดับการปฏิบัติมากที่สุด เรียงลำดับคือ อันดับแรกได้รับข่าวสารสื่อจาก สื่อบุคคล เช่น ได้รับข่าวสารจากเพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ต่างๆ เป็นต้น รองลงมาประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของโรงเรียน ในการทำจิตอาสาภายในโรงเรียน และนอกโรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ ต่อมาเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptm.ac.th](http://www.ptm.ac.th) มีสื่อวารสารของโรงเรียน ชื่อ โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรี พัฒนาการศึกษาสู่มาตรฐานสากล แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน อาทิ ภาพเกี่ยวกับโครงการหรือ



กิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่างๆ สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube อาทิ จิตอาสาจิตใจที่เป็นผู้ให้ สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน อาทิ ป้ายแสดงผลงาน แฟ้มสะสมผลงานจิตอาสา และแผ่นพับโรงเรียน มีบริการตามฝ่ายต่างๆ ของโรงเรียน อาทิ ห้องประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ

### 1.3 พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ได้แก่ ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง ด้านจิตสำนึกสาธารณะ ต่อส่วนรวม ดังนี้

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เมื่อทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้าจะนำจานไปเก็บเองและทิ้งเศษอาหารออกก่อนเสมอ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาหลังจากที่ใช้อุปกรณ์การเรียนของโรงเรียน อาทิ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การทำอาหาร ของโรงเรียนจะเก็บเข้าที่ทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ต่อมาถ้าข้าพเจ้าออกจากห้อง ข้าพเจ้าจะปิดไฟพัดลมหรือแอร์ ก่อนออกจากห้องเรียนทุกครั้ง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ ข้าพเจ้าทุจริตในการสอบ อาทิ นำโน้ตข้อสอบเข้าไป แอบดูเพื่อนข้างๆ เป็นต้น มีการปฏิบัติในระดับน้อย

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ด้านจิตสาธารณะต่อส่วนรวม ของโครงการจิตอาสาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาจราจร มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลน มีการปฏิบัติในระดับมาก ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างฝาย ปลูกปะการัง มีการปฏิบัติในระดับมาก และน้อยที่สุด เคยเข้าร่วมกิจกรรมสร้างบ้านดิน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ รักและเมตตาธรรม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กับเด็กๆ ที่พิการทางสมองและปัญญาที่สถานสงเคราะห์บ้านราชวดี มีการปฏิบัติในระดับมาก รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมออมเงินเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้ด้อยโอกาส มีการปฏิบัติในระดับมาก ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมบ้านพักคนชรา อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี มีการปฏิบัติในระดับมาก และน้อยที่สุด เคยเข้าร่วมกิจกรรมบริจาคผ้าห่มและหนังสือให้กับผู้ที่ขาดแคลน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง



พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ธรรมสัญจร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมดักบาตรทำบุญ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ต่อมา เคยเข้าร่วมกิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพยอม มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด เคยเข้าร่วมกิจกรรมเข้าเฝ้าฯ ฟังพู่ใจทางศาสนาคริสต์มีการปฏิบัติในระดับมาก

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ โรงเรียนสีขาว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เคยเข้าร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ต่อมาเคยเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด เคยเข้าร่วมกิจกรรมอบรมจริยธรรม มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก เคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรี PTN มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมของเงินหาญได้คืน มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ต่อมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณด้านความซื่อสัตย์ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรีพระหฤทัย มีการปฏิบัติในระดับมาก

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเองและด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก โครงการ โรงเรียนสีขาว โครงการ ธรรมสัญจร โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โครงการจิตอาสา มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ รักและเมตตาธรรม มีการปฏิบัติในระดับมาก ตามลำดับ

#### 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครอง ต่อเดือนโดยประมาณและอาชีพของผู้ปกครองนักเรียน ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน อาชีพของผู้ปกครอง ที่ต่างกันไม่มีผลต่อ

พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก ส่วนระดับชั้นที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก ได้แก่ สื่อบุคคล ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) สื่อวารสารของโรงเรียน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube พบว่า สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลกในระดับต่ำสูงทางด้านบวก สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลกในระดับสูงทางด้านบวก และสื่อวารสารของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลกในระดับปานกลางทางด้านบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## 2. อภิปรายผล

การศึกษา การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก มีประเด็นที่อภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก เมื่อพิจารณาผลการวิจัยด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายทอโลก พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อบุคคล เสียงตามสายของโรงเรียน เว็บไซต์ของโรงเรียน สื่อวารสารของโรงเรียน แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่างๆ สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน และแผ่นพับโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิสา ชัยกุล (2557: 390) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) หมายถึง

การวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่องค์กรกับกลุ่มต่าง ๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของ กฤษดา นนทวงษ์ (2558, น.6) การประชาสัมพันธ์หมายถึง การพยายามขององค์กรที่จะสร้างทัศนคติที่ดีภาพลักษณ์ที่ดีและความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร กับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรม รัฐบาล หรือประชาชน เป็นต้น ด้วยการติดต่อสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาตามรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า มีการสื่อสารทั้งสื่อบุคคล สื่อภายใน สื่อภายนอก สื่อเว็บไซต์ต่างๆ ทำให้สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์กับนักเรียนได้เป็นอย่างดี ทำให้นักเรียนได้ทราบข้อมูลของการร่วมทำกิจกรรมตามโครงการต่างๆของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ วิจิตร อาวะกุล (2556) ได้กล่าวว่า รูปแบบของสื่อถือเป็นปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อประเภทคำพูด สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นปลิว (Leaflets) หรือใบปลิว เอกสารแนะนำประกอบ หนังสือเวียน (Circular Letters) เอกสารเผยแพร่ (Bulletin) สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทแสงและเสียง (Light and Sound) และสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรม (Activities) หรือเหตุการณ์พิเศษ (Special Event) เป็นต้น ซึ่งถือเป็นตัวกลางในการสื่อสารได้เป็นอย่างดีทำให้การประชาสัมพันธ์ส่งถึงผู้รับได้ดีมาก

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า ได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิมาภรณ์ ไชยสาร (2553) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการรับรู้การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มลูกค้าบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้ทางด่วนเป็นประจำและเป็นสมาชิกวารสารศรีรัชของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลรวบรวมผล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การศึกษาค่าตัวข้อมูล การสำรวจสถานการณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการใช้

กลยุทธ์ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมหรือโครงการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มีการกลยุทธ์ด้านการสื่อสารโดยใช้การบูรณาการสื่อ และการประเมินผลการจัดกิจกรรมหรือโครงการโดยให้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ประเมิน กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก มีด้านจิตสำนึกต่อตนเอง อยู่ในระดับมาก เพราะนักเรียนส่วนใหญ่มีการปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทางโรงเรียนได้กำหนดและมีรุ่นพี่คอยดูแลคอยสอนน้องๆ ให้ปฏิบัติตาม เช่น เมื่อทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะนำจานไปเก็บเองและทิ้งเศษอาหารออกก่อนเสมอ หลังจากที่ใช้อุปกรณ์การเรียนของโรงเรียน อาทิ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การทำอาหาร ของโรงเรียนจะเก็บเข้าที่ทุกครั้งเป็นการปฏิบัติที่มีจิตสำนึกต่อตนได้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ วลัยรักษ์ บุญญา (2553) ได้กล่าวไว้ว่า จิตสำนึกสาธารณะ คือ จิตสำนึกของสังคม (Social Consciousness) ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา ตราบเท่าที่มีการดำรงอยู่ของสังคม (Social Being) จิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วยคำว่า “จิตสำนึก” และ “สาธารณะ” เป็นเรื่องของ Mind หรือ Spirit ก่อนที่จะกระทำสิ่งใดจิตที่สามารถส่งผ่านการสัมผัสเตือนทางอารมณ์โดยผ่านไปยังสมองก่อนจะกระทำทางกายคือจะต้องคิดก่อนกระทำนั่นเอง “สาธารณะ” Public เป็นเรื่องของส่วนรวมที่ทุกคนรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มีสิทธิในการใช้และมีหน้าที่บำรุงรักษาร่วมกัน และ สอดคล้องกับ สุเทพ ปาลสาร (2554) ได้กล่าวว่า จิตสาธารณะ เป็นจิตที่คิดสร้างสรรค์คิดดี ทำดี เพื่อส่วนรวม เพื่อสาธารณะโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนใดๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุ เครืองาม (2555) ได้กล่าวถึง จิตสาธารณะไว้ดังนี้ “จิตสาธารณะเป็นความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อมนุษย์ ทุกศาสนาโดยเฉพาะศาสนาพุทธสอนเรื่องนี้มานานแล้วด้วยการแนะนำให้รู้จักแผ่เมตตา เสียสละ และการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ การที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้แล้วยอมตรากตรำจาริกไปเผยแผ่ธรรมะก็เพราะมีจิตสาธารณะเดิมทีคนไม่มีใครคิดว่าในภาคเอกชนและในวงการธุรกิจจิตสาธารณะจะเป็นเรื่องจำเป็นเรื่องหนึ่งไม่พ้น เพราะนอกจากจะเป็นคุณธรรมอย่างหนึ่งของคนดีแล้ว ยังเป็นธรรมาภิบาลของสังคมและเป็นหลักข้อหนึ่งในระบอบประชาธิปไตยด้วย สมเด็จพระบรมราชชนกเคยตรัสไว้กว่า 80 ปีมาแล้วว่าประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์ต้องถือเป็นกิจที่หนึ่ง นี่แหละสาระของจิตสาธารณะโดยแท้”

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ประกอบด้วย สื่อบุคคล ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน แผ่นพับโรงเรียน สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) สื่อวารสารของโรงเรียน และสารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube พบว่า สื่อบุคคล สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับสูงทางด้านบวก และสื่อวารสารของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับปานกลางทางด้านบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดของ อร่าม ศิริพันธ์ (2551) ที่ได้กล่าวถึง การวางแผนกลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยใช้ข้อมูลในการวินิจฉัยเหตุการณ์ต่างๆ และการกำหนดชุดของกิจกรรมที่จะนำไปปฏิบัติให้เหมาะสมเพื่อให้องค์การอยู่ในฐานะที่ดีที่สุด มีความพร้อมและสมรรถนะที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัด มีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงรุกที่ต้องการระบบการทำงานที่มีความสามารถในการปรับตัวสูงสำหรับการทำงานในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องการระบบการทำงานที่คล่องตัว ต้องการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงในการนำไปสู่เป้าหมาย สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเพื่อความอยู่รอด (Survive) และความก้าวหน้า (Growth) ขององค์การในอนาคต การวางแผนกลยุทธ์นี้ มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำ (Leadership) หรือในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน/องค์การ โดยในการวางแผนกลยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์การสำหรับการดำเนินงานในอนาคต ที่เรียกว่า วิสัยทัศน์

และยังสอดคล้องกับ เจษฎา หนูรุ่น (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจิตลักษณะที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2551 จำนวน 405 คนได้มาโดยการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดจิตสาธารณะ แบบสอบถามวัดเหตุผลเชิงจริยธรรม แบบสอบถามวัดลักษณะมุ่งอนาคตแบบสอบถามวัดความเชื่ออำนาจในตน แบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบสอบถามวัดค่านิยมความเป็นไทย แบบทดสอบวัดความสามารถทางสมอง แบบสอบถามวัดประสบการณ์ทางสังคมและแบบสอบถามวัดสุขภาพจิต มีค่าความเชื่อมั่น



ระหว่าง .831 - .950 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (MMR) และตัวแปรตามเอกนาม (MR) ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างปัจจัยจิตลักษณะรายด้านกับจิตสาธารณะโดยรวมมีค่าเท่ากับ .572 สามารถอธิบายร่วมกันได้ 32.7% โดยปัจจัยจิตลักษณะที่ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคต สุขภาพจิต ค่านิยมความเป็นไทยและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ .213, .203, .178 และ .148 ตามลำดับส่วนสติปัญญาและความเชื่ออำนาจในตน ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ .108 และ .107

4. เพื่อเสนอแนวทางในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า การจัดทำสื่อที่นักเรียนให้ความสนใจ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน [www.ptn.ac.th](http://www.ptn.ac.th) และสื่อวารสารของโรงเรียนที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกและควรมีการปรับปรุงพัฒนาระบบสื่อดังที่กล่าวให้ข้อมูลได้ทันสมัยตลอดเวลา

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์และการเปิดรับสื่อต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1) เนื่องจากผลการนำรูปแบบกิจกรรมเสริมสร้างจิตสาธารณะตามหลักการเรียนรู้แบบรับใช้สังคม สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาไปใช้ ปรากฏผลเป็นที่น่าพอใจว่าสามารถพัฒนาคุณลักษณะจิตสาธารณะได้ จึงนับว่าเป็นรูปแบบกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นทางเลือกที่ผู้สอนสามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรม และสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมของผู้เรียน

2) ควรมีการติดตามความต่อเนื่องและยั่งยืนของการแสดงออกของคุณลักษณะจิตสาธารณะที่เป็นรูปธรรมในทุกระดับชั้น โดยใช้เวลาในการประชุมประจำสัปดาห์ ในชั่วโมงระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน หรือชั่วโมงกิจกรรมลูกเสือ และเก็บข้อมูลเพื่อทราบถึงความคงทนของคุณลักษณะจิตสาธารณะ



3) ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ป้ายประชาสัมพันธ์การจิตสาธารณะ ในโรงเรียนให้ชัดเจน มีประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะให้เร็วขึ้น ไม่กะทันหัน เพิ่มกิจกรรม สาธารณะต่างๆ มากขึ้น เพิ่มจำนวนรางวัลให้มีการมอบเกียรติบัตรและโล่เกียรติคุณจิตสาธารณะมี โครงการด้านจิตสาธารณะภายในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น และไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อ สังคมมากเกินไป

### 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของหลักสูตรแกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2561 ในข้ออื่นๆ เช่น ชื่อสัถย์สุจริต อยู่อย่างพอเพียง เป็นต้น
- 2) ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณลักษณะจิตสาธารณะกับ พฤติกรรมการมีจิตสาธารณะของนักเรียนที่ใช้รูปแบบกิจกรรมเสริมสร้างจิตสาธารณะ



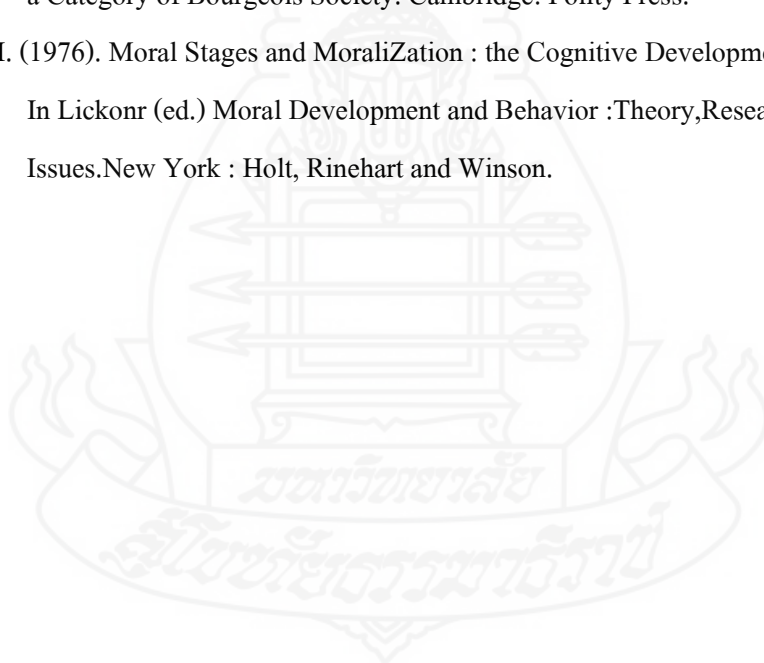
บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). *การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ จิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนา และวัฒนธรรม*.
- คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2552). “นโยบายการดำเนินการในปี พ.ศ.2550 – 2552” ของศูนย์คุณธรรมที่ได้เน้นในเรื่องจิตอาสา และเพื่อสนองมาตรฐานการศึกษา สพฐ และสมศ.
- เจษฎา หนูร่น. (2551). *ปัจจัยจิตลักษณะที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.*
- จอห์น นพดล วสินสุนทร. (2560). *การกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก การอบรม การบริหารวิกฤตการณ์เพื่อการฝึกการระดมสรรพกำลังเพื่อการทหารประจำปี 2561*.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2539). *ทฤษฎีต้นไม้วิจัยธรรมการวิจัยและการพัฒนาบุคคล โครงการ ส่งเสริมเอกสารวิชาการ. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- ทิมาภรณ์ ไชยสาร. (2553). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการรับรู้การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบ ต่อสังคมของกลุ่มลูกค้าบริษัททางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นครสวรรค์.*
- นราทิพย์ พุ่มทรัพย์. (2551). “การพัฒนาประเทศด้านคุณธรรมจริยธรรมและวัฒนธรรม” *การบริหารศูนย์คุณธรรมองค์การมหาชน.*
- พรจรัส สุพิริยพจน์. (2556). *ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์และประสิทธิผลของการใช้ผู้มีชื่อเสียงในการ ประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่แสวงหากำไรระหว่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.*
- พรพรหม ไทยวรรณศรี. (2557). *ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลเอกชนกับกลุ่มลูกค้า ต่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.*
- บุญทัน ภูบาล. (2549). *การใช้จิตทัศน์ละครหุ่นเชิดเป็นตัวแทนเพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2.*
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. (2545). *การบริหารและจัดการศึกษาของเอกชน สำนักงาน เลขาธิการสภาการศึกษา.*

- วิจิตร อวทะกุล. (2556). พิจารณาจากรูปแบบของสื่อเป็นหลักแล้ว สื่อในการประชาสัมพันธ์.
- วีรบูรณ์ วิสารทสกุลวีรบูรณ์. (2554). “ให้คำนิยามจิตอาสา” อาจารย์ประจำ ภาควิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วลัยรักษ์ บุญญา. (2553). กระบวนการสร้างจิตอาสาของคณะกรรมการชุมชนในเขตเทศบาล ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิษณุ เครืองาม. (2555) . “จิตสาธารณะ” สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/Content/Article/17105>
- สุเทพ ปาลสาร. (2554). “จิตสาธารณะ” สืบค้นจาก <http://pbm-suthep.blogspot.com/>
- หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช. (2551). คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551.
- อ้อมใจ วงมณฑา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Bandura Albert. (1977). Social Learning Theory .New Jersry : Prentice Hall ,Inc.,.
- Habermas, Jürgen. (1992). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: Polity Press.
- Kohlberg,I. (1976). Moral Stages and MoraliZation : the Cognitive Developmental Approach. In Lickonr (ed.) Moral Development and Behavior :Theory,Reseach,and Social Issues.New York : Holt, Rinehart and Winson.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
ภาพกิจกรรม





## โครงการ จิตอาสา



ภาพที่ 1 นักเรียนทำกิจกรรมจิตสาธารณะกิจกรรมสร้างฝาย



ภาพที่ 2 นักเรียนทำกิจกรรมจิตสาธารณะเตรียมกล่องนมสร้างหลังคาเพื่อทำกิจกรรมหลังคาสีเขียว

โครงการ “รักและเมตตาธรรม”



ภาพที่ 3 กิจกรรมบ้านพักคนชรา อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี



ภาพที่ 4 กิจกรรมมอบของขวัญให้กับเด็กดอยในวันคริสต์มาส



โครงการ “ธรรมสัจจอร์”



ภาพที่ 5 กิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด



ภาพที่ 6 กิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด

### โครงการ “ธรรมสัจจริ”



ภาพที่ 7 กิจกรรมตักบาตรทำบุญ



ภาพที่ 8 กิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพยอม



โครงการ “โรงเรียนสีขาว”



ภาพที่ 9 นักเรียนแข่งกีฬาบาสเกตบอลในกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด



ภาพที่ 10 นักเรียนแข่งกีฬาฟุตบอล ในกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด

## โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง



ภาพที่ 11 รางวัลประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเด็กดีศรี PTN



ภาพที่ 12 รางวัลประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเด็กดีศรีพระหฤทัย





ภาพที่ 13 ประกาศรางวัลเกียรติคุณ สัญญา ธรรมศักดิ์



ภาพที่ 14 คณะกรรมการมูลนิธิธารน้ำใจ แจั่งรางวัลเกียรติคุณ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



## แบบสอบถาม

เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก”

## คำชี้แจง

- ◆ คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงในตัวตน

## แบบสอบถามมี 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียน  
มัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัย  
นันทบุรีในเครือคาทอลิก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โปรดเขียนตอบ และ/หรือ ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็น  
คิดเห็นของท่านมากที่สุด

## 1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

## 2. ระดับชั้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 1    ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 2    ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 3

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 4    ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 5    ☐ มัธยมศึกษาปีที่ 6

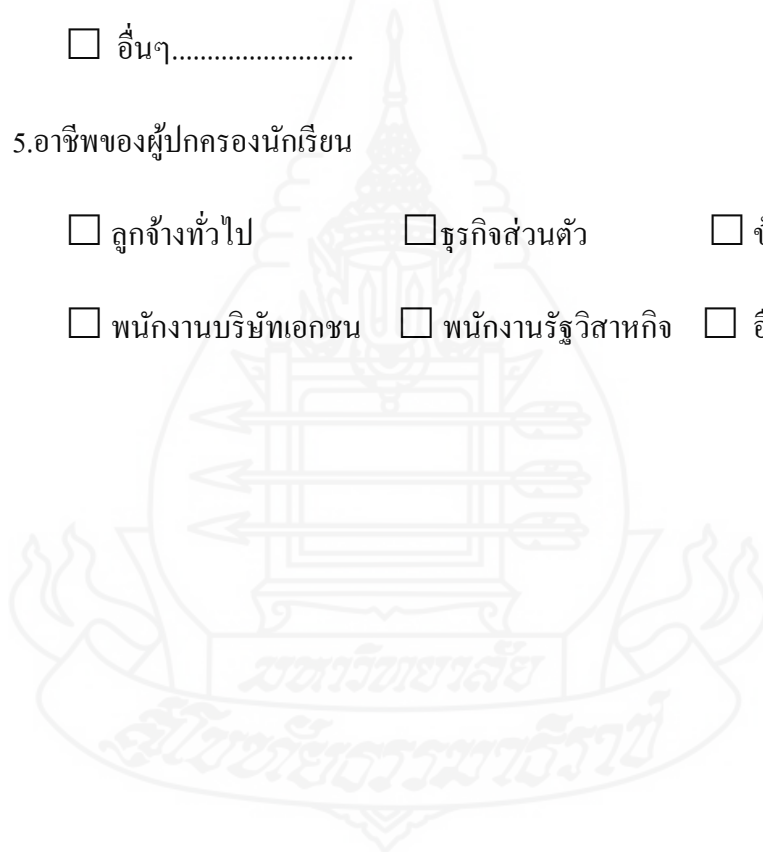
## 3.สถานภาพครอบครัว

☐ อยู่กับพ่อและแม่☐ อยู่กับแม่☐ อยู่กับพ่อ☐ อยู่กับญาติพี่น้อง☐ อื่นๆ.....

## 4.รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือนโดยประมาณ

☐ ต่ำกว่า 1,5000 บาท☐ 15,000 -30,000☐ 30,000 – 50,000☐ 50,000 – 100,000☐ 100,000 – 200,000☐ 200,000 บาทขึ้นไป☐ อื่นๆ.....

## 5.อาชีพของผู้ปกครองนักเรียน

☐ ลูกจ้างทั่วไป☐ ธุรกิจส่วนตัว☐ ข้าราชการ☐ พนักงานบริษัทเอกชน☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ อื่นๆ.....

## ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา  
โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

นักเรียนทราบข่าวสารโครงการหรือกิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้นเกี่ยวกับจิตสาธารณะ  
ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสื่อหรือช่องทางต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก	ทุก สัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	1-2 ครั้ง ต่อเดือน	น้อยกว่า เดือนละ ครั้ง	ไม่เคย
1..สื่อบุคคล เช่น ได้รับข่าวสาร จากเพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ต่างๆ เป็นต้น	5	4	3	2	1
2.ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียง ตามสายของโรงเรียน ในการทำจิต อาสาภายในโรงเรียน และนอก โรงเรียน อาทิ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็กๆ การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ					
3. แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้า โรงเรียน อาทิ ภาพเกี่ยวกับ โครงการหรือกิจกรรมจิต สาธารณะ และภาพการได้รับ รางวัลจากโครงการต่างๆ					

ประเภทของสื่อ สื่อที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ในเครือคาทอลิก	ทุก สัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	1-2 ครั้ง ต่อเดือน	น้อยกว่า เดือนละ ครั้ง	ไม่เคย
4.แผ่นพับโรงเรียน มีบริการ ตามฝ่ายต่างๆ ของโรงเรียน อาทิ ห้องประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด ห้องวิชาการ	5	4	3	2	1
5.สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน อาทิ ป้ายแสดงผลงาน แฟ้มสะสม ผลงานจิตอาสา					
6. เว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th					
7. สื่อวารสารของโรงเรียน ชื่อโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี พัฒนาการศึกษาสู่มาตรฐานสากล					
8. สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ You Tube อาทิ จิตอาสาจิตใจที่ เป็นผู้ให้					
9. กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ.....					



ตอนที่ 3 พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

**คำชี้แจง** ให้นักเรียนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการปฏิบัติตามสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	เป็นประจำ (5)	บ่อยครั้ง (4)	นาน ๆ ครั้ง (3)	แทบจะไม่ทำ (2)	ไม่เคย (1)
	<b>3.1 จิตสำนึกต่อตนเอง</b>					
1.	ข้าพเจ้าขึ้นลงอาคารเรียน 1-2 ชั้น จะเดินแทนการใช้ลิฟท์					
2	ถ้าข้าพเจ้าออกจากห้อง ข้าพเจ้าจะปิดไฟ พัดลมหรือแอร์ ก่อนออกจากห้องเรียนทุกครั้ง					
3.	ข้าพเจ้าทิ้งขยะลงในถังขยะของโรงเรียนและจะแยกขยะตามสีถังต่างๆ ทุกครั้ง					
4.	เมื่อทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้านำจานไปเก็บเองและทิ้งเศษอาหารออกก่อนเสมอ					
5.	ข้าพเจ้าเคยขีดเขียนข้อความ บน โต๊ะ และตามประตูต่างๆ					

ข้อ	ข้อความ	เป็นประจำ (5)	บ่อยครั้ง (4)	นาน ๆ ครั้ง (3)	แทบจะ ไม่ทำ (2)	ไม่เคย (1)
6.	เมื่อเก็บเงินหรือสิ่งของมีค่าได้ ข้าพเจ้าส่งให้ห้องประชาสัมพันธ์เพื่อหาเจ้าของ					
7.	ข้าพเจ้าทุจริตในการสอบ อาทิ นำโน้ตข้อสอบเข้าไปแอบดูเพื่อนข้างๆ เป็นต้น					
8.	เมื่อเข้าห้องน้ำข้าพเจ้าดูแลความสะอาดก่อนออกจากห้องน้ำทุกครั้ง					
9.	หลังจากที่ใช้อุปกรณ์การเรียนของโรงเรียน อาทิ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การทำอาหาร ของโรงเรียน จะเก็บเข้าที่ทุกครั้ง					
10.	เมื่ออ่านหนังสือในห้องสมุดแล้ว เมื่อจะออกจากห้อง ข้าพเจ้าจะวางหนังสือไว้โดยไม่เก็บที่ชั้นวาง					
	<b>3.2 จิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม</b>					
	<b>โครงการจิตอาสา</b>					
11.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาจราจร					
12.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมหลังคาสีเขียว					

ข้อ	ข้อความ	เป็นประจำ (5)	บ่อยครั้ง (4)	นาน ๆ ครั้ง (3)	แทบจะ ไม่ทำ (2)	ไม่เคย (1)
13.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม สร้างบ้านดิน					
14.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม ปลูกป่าชายเลน					
15.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม สร้างฝาย ปลูกปะการัง					
	<b>โครงการ “รักและเมตตา ธรรม”</b>					
16.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม บ้านพักคนชรา อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี					
17.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม ให้กับเด็กๆ ที่พิการทาง สมองและปัญญาที่สถาน สงเคราะห์บ้านราชวดี					
18	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม ออมเงินเพื่อเพิ่มโอกาสทาง การศึกษาให้แก่ ผู้ด้อยโอกาส					
19.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม มอบของขวัญให้กับเด็ก ดอยในวันคริสต์มาส					
20.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม บริจาคผ้าห่มและหนังสือ ให้กับผู้ที่ขาดแคลน					

ข้อ	ข้อความ	เป็นประจำ (5)	บ่อยครั้ง (4)	นาน ๆ ครั้ง (3)	แทบจะ ไม่ทำ (2)	ไม่เคย (1)
	<b>โครงการ “ธรรมสัญจร”</b>					
21.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมตักบาตรทำบุญ					
22.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมไปปฏิบัติธรรมที่วัด					
23.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมเข้าเฝ้าฯ ถวายพระพรชัยมงคลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ					
24.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมรับฟังคำเทศนาจากพระพยอม					
25.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมให้กำลังใจผู้ถูกคุมขังทัณฑสถานบ้านพักชายกลางคลอง 6					
	<b>โครงการ “โรงเรียนสีขาว”</b>					
26.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา					
27.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมอบรมจริยธรรม					
28.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมค่ายคุณธรรม					
29.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่					
30.	ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมสัปดาห์ด้านยาเสพติด					

ข้อ	ข้อความ	เป็นประจำ (5)	บ่อยครั้ง (4)	นาน ๆ ครั้ง (3)	แทบจะ ไม่ทำ (2)	ไม่เคย (1)
	โครงการ ส่งเสริมความ ซื่อสัตย์ ซื่อตรง					
31.	ท่านเคยได้รับประกาศ เกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็น แบบอย่างแก่ผู้อื่น ใน กิจกรรมของเงินหายได้คืน					
32.	ท่านเคยได้รับประกาศ เกียรติคุณเชิดชูเกียรติ เป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมโทรศัพท์มือถือ หายได้คืน					
33.	ท่านเคยได้รับประกาศ เกียรติคุณเด็กดีศรี PTN					
34.	ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติ คุณเด็กดีศรีพระฤทัย					
35.	ท่านเคยได้รับประกาศเกียรติ คุณด้านความซื่อสัตย์					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในครั้งนี้





**ภาคผนวก ค**  
**แนวคำถามการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน**



### แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ปฏิบัติงาน

ชื่อโครงการวิจัย “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียน  
พระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก”

ชื่อ-สกุล ผู้สัมภาษณ์ .....วัน / เดือน / ปีที่ .....

สัมภาษณ์.....เวลา.....สถานที่.....

### แนวคำถามสัมภาษณ์

#### 1) แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงาน

1. โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีการกำหนดนโยบาย มีการกำหนดการวางแผนระยะยาว และระยะสั้น เกี่ยวกับนโยบายการแสดงออกด้านจิตสาธารณะของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกอย่างไร
2. โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก มีนโยบาย และมีการกำหนดแนวทางเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก” มีจิตสาธารณะต่อสังคมให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างไรบ้าง
3. ท่านคิดว่าการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะประชาสัมพันธ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกประสบความสำเร็จหรือมีปัญหาอุปสรรคด้านใด และมีแนวทางการแก้ไขอย่างไร
4. ท่านมีวิธีการในการประเมินผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก และการจัดกิจกรรมด้านจิตสาธารณะที่ผ่านมา ท่านเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายอย่างไร
5. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิกใดที่ท่านคิดว่าประสบความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์นั้นใช้วิธีการและสื่อใด ท่านคิดว่า การประชาสัมพันธ์นั้นๆ น่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จขึ้น

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวณลินี คงเพชรศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	5 มีนาคม 2533
สถานที่เกิด	117/1 ต.พนมรอก อ.ท่าตะโก จ.นครสวรรค์ 60160
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต (RBAC)
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี
ตำแหน่ง	ครู ระดับชั้นมัธยมศึกษา

