

การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม สื่อประเภทต่างๆ มีคุณสมบัติที่แตกต่าง และใช้ต่างกัน ขึ้นอยู่กับแผนการประชาสัมพันธ์ว่าจะมีเป้าหมายในการทำงานระดับใด เพราะการใช้สื่อ นั้นมีข้อจำกัดอยู่เป็นอันมาก ในการหาคุณสมบัติ สื่อที่มีข้อดีข้อเสียต่างกัน เปรียบเทียบให้ดีแล้วจึงตัดสินใจใช้ และมีหลักเกณฑ์อื่นๆ ที่ต้องใช้ร่วมด้วย

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของสื่อ

ชนิดของสื่อ	ข้อดี	ข้อเสีย
หนังสือพิมพ์	บรรจุข่าวได้มาก คงทนถาวร เร็ว เข้าถึงคนอ่าน มีอิทธิพลสูงเลือกอ่านได้ ราคาถูก ทบทานได้	อ่านไม่ออก อ่านไม่หมด อ่านยาก ไม่มีชีวิตชีวา อายุสั้น เข้าไม่ถึงทุกมุมประเทศ
นิตยสาร	คงทนถาวร ลึกซึ้ง มีภาพ สีสันดี เลือกรุ่นเป้าหมายได้ง่าย	ไม่ชอบอ่านแต่ชอบฟัง ถ้าซ้ำ บางเล่มราคาแพง ต้นทุนสูง
โทรทัศน์	แพร่หลายกว้างขวาง บันทึกดีเร้าใจ ฟังเสียงและดูภาพพร้อมกันได้ดี	ต้องเผ้าน้ำจอ เวลาจำกัด ออกอากาศแล้วกลับไม่ได้ ราคาแพงผลิตยาก
วิทยุ	รวดเร็วแพร่หลายทำกิจกรรมขณะฟังได้ อิทธิพลสูงในเสียง ประหยัด ถ่ายทอดเหตุการณ์ได้รวดเร็ว	ไม่คงทนถาวร รูปแบบไม่ได้อาจนำเมื่อเปลี่ยนคลื่นได้ง่าย
ภาพยนตร์	เหมือนโทรทัศน์เร้าอารมณ์ มีสมาธิ	จำกัดคนดู แพง ผลิตยากงบประมาณสูง
รูปภาพ	ภาพหนึ่งภาพมีค่าเท่ากับคำพันคำ เข้าใจได้ง่าย	ตาบอดมองไม่เห็น
จดหมาย	รู้สึกประทับใจ ราคาถูก ประหยัดเวลา	ขึ้นกับเนื้อหา ถ้าไม่สนใจจะหมดค่า ตกถ่วงง่าย
โทรศัพท์	ถึงตัวคนที่ต้องการ รวดเร็ว ได้ตอบโต้ทันที	ความชัดเจน ทางไกลแพง ต้องมีสมาธิการพูดการฟัง
โปสเตอร์	เร็วและสง่างามราคาถูก ภาพสวยสื่อความหมายดี	บรรจุข้อความจำกัด
สไลด์	ราคาถูก เรืองราวดี	ภาพนิ่งไม่เร้าใจเท่าภาพยนตร์
นิทรรศการ	ใช้เป็นสื่อประสมได้ดี มีเวลาดู	ค่าใช้จ่ายสูง
ลมปาก	ุงใจได้ดี ถ่ายทอดได้ทุกวัย ทุกวรรณะ	พูดไม่ดีจะนำเมื่อ แคม หูไม่ดี ไม่ได้ยิน

การหาเกณฑ์สนับสนุนให้เลือกสื่อ ศึกษาจากการวิจัยของแหล่งข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้วและทดลองสุ่มทำขึ้นใหม่ เช่น สํารวจเพื่อนร่วมงาน กลุ่มเป้าหมายที่อ่าน สิ่งพิมพ์ ฟังวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนต์ ตามได้อาชีพต่างๆ ตามที่เลือกเป็นตัวอย่าง เป็นต้น เพื่อนำมาตัดสินใจว่าสื่อไหนเข้าถึงเป้าหมายที่สุด นำเชื่อถือที่สุดได้ตรงตามเวลาที่ สุด ใช้ร่วมกับสื่ออื่นได้เพียงใด เป็นต้น ดังนั้นจึงมีปัจจัย 3 ตัวที่ต้องใช้ คือ กลุ่มเป้าหมายที่จะรับสาร งบประมาณที่จะใช้และแผนดำเนินงานที่เป็นไปได้

ผู้ใช้สื่อ อาศัยที่การใช้สื่อทางการประชาสัมพันธ์นั้น ต้องมีข้อมูลพื้นฐาน ด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์บ้าง จะช่วยให้ดำเนินงานได้สะดวกรวดเร็วมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพราะข้อจำกัดมีมากมาย ความรู้ของนักประชาสัมพันธ์ ควรมีคุณสมบัติทางด้านการเลือกใช้สื่อผลิตสื่อ วิเคราะห์สื่อออก โดยการศึกษาโดยตรงทางนิเทศศาสตร์หรือผ่านการอบรม การมีประสบการณ์และเรียนรู้มามากพอสมควร หากไม่เข้าใจให้ชวนขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมจากการฝึกอบรมหรือดูงานสาธิต

### กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นั้น สามารถจำแนกออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมเผชิญหน้าเป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ที่ทั้งสองฝ่ายเกี่ยวข้อง มีการพบปะกันต่อหน้า มีการพูดคุยโต้ตอบ โดยที่ทั้งสองฝ่ายสามารถสัมผัสและรับรู้ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ กิริยาท่าทางได้ กิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การประชุม การสัมมนา การตอบข้อซักถาม การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ การบรรยายสรุป ตลอดจนการออกไปเยี่ยมเยือน ไปพบปะผู้คนที่เกี่ยวข้องด้วยตนเอง

2. กิจกรรมสัมพันธ์ ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายที่มุ่งสร้างสัมพันธ์กัน ได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกระทำกิจกรรมด้วยกัน กิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การแข่งขันกีฬาเชื่อมสัมพันธ์ไมตรี การจัดงานรื่นเริงหรืองานเลี้ยงรับรองแสดงความยินดี การจัดงานการกุศล การนำชมโรงเรียน การให้คำแนะนำปรึกษา การสำรวจทัศนคติ ฯลฯ

3. กิจกรรมนิทรรศการและงานแสดง ได้แก่ การแสดงการละเล่นต่างๆ การจัดนิทรรศการผลงานและการดำเนินงานของโรงเรียน การจัดงานสาธิตผลงานวิทยาศาสตร์ ของนักเรียน การออกร้านในงานสังคม เช่น งานกาชาด ฯลฯ

4. กิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การร่วมกับโรงเรียนอื่นๆ จัดงานสาธารณกุศล เพื่อหารายได้ช่วยเหลือสังคม หรือบำบัดทุกข์หรือภัยพิบัติต่างๆ เช่น การจัดรายการโทรทัศน์เพื่อหารายได้ช่วยเหลือผู้ประสบภัยภาคใต้ การจัดงานขายสินค้าราคาถูกเพื่อหารายได้บำรุงการกุศล การจัดการเดิน-วิ่งการกุศล การจัดกีฬาสาธิต การตั้งชมรมอาสาสมัครพัฒนาชนบท ฯลฯ

5. การโฆษณาโรงเรียน ได้แก่ การเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของโรงเรียน ให้ประชาชนได้รับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าใจบทบาทของโรงเรียนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี เผยแพร่นโยบายและอุดมการณ์ของโรงเรียน ตลอดจนการโฆษณาโรงเรียนในลักษณะบริการสังคม เช่น โฆษณาชักจูงใจให้ประชาชนประหยัดไฟฟ้า ชักจูงให้ประชาชนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ห้วยน้ำ ลำคลอง เช่นเดียวกับที่ตาวิเศษได้ดำเนินการไปแล้ว

**5.1.2.7 กำหนดระยะเวลาดำเนินงานประชาสัมพันธ์** กาลเวลาเป็นเรื่องสำคัญมาก หากทำไม่ถูกจังหวะและเวลาแทนที่จะได้ผลกลับไร้ผล ในการวางแผนจึงต้องพิจารณาจังหวะและเวลาอย่างรอบคอบโดยเลือกจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการดำเนินงานทุกขั้นตอน จะเลือกกำหนดเวลาอย่างไรแล้วแต่สถานการณ์ และวัตถุประสงค์ เช่น อาจจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเพื่อปูพื้นฐานเรียก้องความสนใจก่อนลงมือปฏิบัติจริงๆ หรือเมื่อลงมือปฏิบัติสักระยะหนึ่งแล้วดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะเป็นการกำหนดจังหวะเวลาการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น ช่วงเวลานั้นใช้หนังสือพิมพ์ อีกช่วงหนึ่งพิมพ์เอกสารเผยแพร่หรือ อีกจังหวะหนึ่งใช้วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น การกำหนดจังหวะเวลานี้ต้องกำหนดไว้ในแผนด้วย

**5.1.2.8 กำหนดงบประมาณ** หลังจากที่ได้มีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์จนถึงขั้นการกำหนดงบประมาณ การคำนวณค่าใช้จ่ายสำหรับการดำเนินกิจกรรมทุกประเภทตามแผนงานที่กำหนดไว้ รวมทั้งจำนวนบุคลากรที่จะต้องใช้ในการดำเนิน

งานเป็นกิจกรรมที่ช่วยควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายได้โดยไม่มีปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณหรือค่าใช้จ่ายไม่พอเมื่อเริ่มดำเนินการไปแล้วระยะหนึ่ง ดังนั้น การจัดทำงบประมาณที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ต้องมีการแจกแจงงานให้ละเอียดตามแต่ละกิจกรรมที่กำหนด เช่น ถ้ากำหนดว่าจะมีการแถลงข่าวสื่อมวลชน การคำนวณก็จำเป็นต้องประมาณรายละเอียดค่าใช้จ่ายดังนี้

- ค่าจ้างแรงงาน บุคลากร ค่าตอบแทนพนักงานปฏิบัติงาน
- ค่าอาหารเครื่องดื่มที่ต้องใช้ในการจัดเลี้ยงงานแถลงข่าว
- ค่าเช่าห้องจัดเลี้ยงหากมีการแถลงข่าวตามโรงแรม
- ค่าจัดทำเอกสาร ข่าวแจก ของชำร่วย ของที่ระลึกแก่แขกผู้มีเกียรติ สื่อมวลชนที่มาร่วมงาน

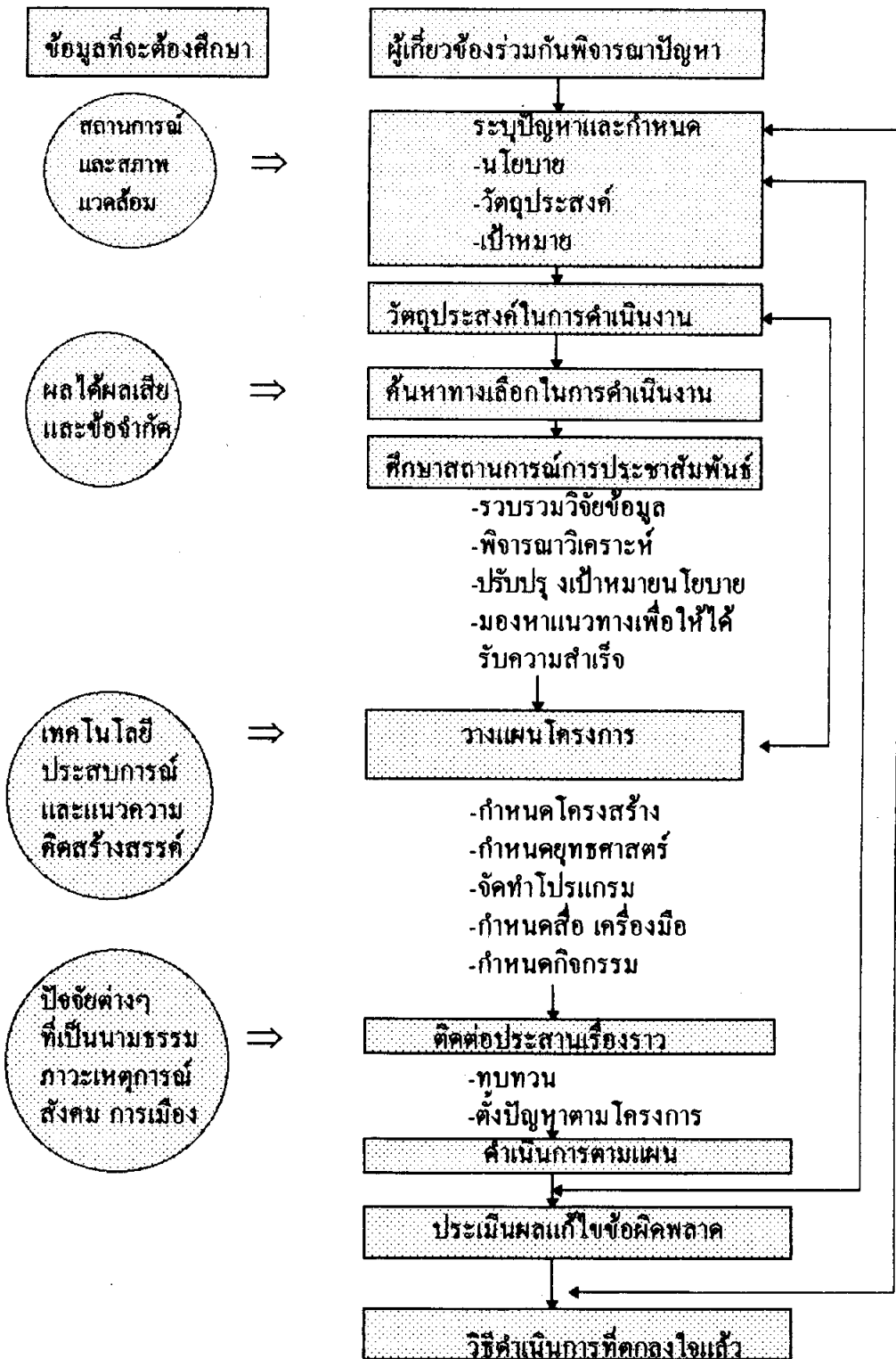
โดยทั่วไปอาจจัดแบ่งประเภทงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธฺ์โรงเรียนออกได้เป็น 4 กลุ่มด้วยกัน

1. ค่าจ้างแรงงาน ค่าตอบแทน ซึ่งต้องจ่ายให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานประชาสัมพันธฺ์ตามกิจกรรมต่างๆ
2. ค่าสาธารณูปโภค เช่น รายจ่ายสำหรับค่าไฟฟ้า โทรเลข โทรศัพท์ ไปรษณียากร เป็นต้น
3. ค่าวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ ค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธฺ์ เช่น กระดาษ फिल्मถ่ายรูป ของจดหมาย การ์ดเชิญ วัสดุสำนักงานต่างๆ
4. หมวดรายจ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายที่ไม่อาจรวมอยู่ในหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่กล่าวมา เช่น ค่าจัดเลี้ยงรับรองแขก ค่าเช่ารถ ค่าเช่าโรงแรม ค่าจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์พิเศษ เช่น บัตรอวยพร

การกำหนดงบประมาณจะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธฺ์ได้วางแผนการใช้จ่าย งบประมาณอย่างคุ้มค่า ประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุดกับโรงเรียน โดยแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายให้ปรากฏในตารางกิจกรรม หรืออยู่ในภาคผนวกตอนท้ายของแผนก็ได้

5.1.2.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อดำเนินการตามแผนเป็นข้อสุดท้าย ที่ควรระบุไว้ในแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ เพื่อให้ผู้วางแผนได้ตรวจสอบทบทวนดู ความเป็นไปได้ของแผนว่าจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้แค่ไหนเพียงไร ซึ่งปกติจะต้องตรงกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมาย มิฉะนั้นจะต้องปรับวัตถุประสงค์และ จุดมุ่งหมายให้ตรงกับความคาดหมายในตอนท้าย ซึ่งจะช่วยให้ได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการ ตามแผนต่อไป

แผนภูมิที่ 3 กระบวนการวิเคราะห์ระบบการวางแผนงานประชาสัมพันธ์



5.1.8 การกำหนดงานประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร (Taking action and communication) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นหน้าที่โดยตรงของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าคณะทำงาน 1 คน และผู้ร่วมงานอีกอย่างน้อย 2 คน (ภาคผนวกหน้า 617) สำหรับโรงเรียนขนาดเล็กและควรถูกจัดในรูปแบบคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีผู้บริหารของโรงเรียนเป็นกรรมการที่ปรึกษาตามรูปแบบคณะกรรมการในหน้าภาคผนวก

### ข้อเสนอแนะบางประการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ถ้าจะให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดี ควรจะต้องยึดหลักการดังต่อไปนี้

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินการก่อนงานทุกชนิดเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน
2. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ถูกต้องและชัดเจน
3. ต้องมีการบอกกล่าวเผยแพร่เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี
4. ถ้าเกิดการเข้าใจผิด ต้องรีบหาทางแก้ไขโดยเร็ว
5. การประชาสัมพันธ์ ที่ดีต้องพูดความจริง และเผยแพร่ความดี
6. การประชาสัมพันธ์ต้องทำกับกลุ่มชนเป้าหมายภายในและภายนอกสถาบัน
7. ต้องมีการวางแผนงานในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม
8. ต้องร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้นำในท้องถิ่นนั้นๆ
9. ใช้กระบวนการสื่อสารสองทางในการประชาสัมพันธ์
10. ต้องทำไปตามลำดับขั้นตอน
11. การทำให้เกิดความประทับใจครั้งแรก จะสร้างศรัทธาได้มาก
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความซื่อสัตย์ดีและมีความรู้กว้างขวาง โดยเฉพาะเรื่องการประชุมประชาสัมพันธ์และเรื่องของสถาบัน
13. การรณรงค์ การเขียนคำขวัญ และการเผยแพร่ ควรจะหาวิธีการที่ง่าย เร้าและดึงดูดใจ และสายตากันให้มากที่สุด

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปฏิบัติงานตามนโยบายของผู้บริหารโรงเรียน คณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะระดมความคิด นำนโยบายมาดำเนินการตามแนวความคิดและรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลต่างๆ ที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้น หากจะเปรียบกับการทำอาหารก็เหมือนกับการปรุงอาหาร ภายหลังจากที่ได้มีการเตรียมเครื่องปรุงและวางแผนวิธีปรุง David K. Berlo (Berlo 1960, 9) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้แก่

1. เพื่อให้ข่าวสาร (to inform) หรือเพื่อให้ความรู้ (to educate)
2. เพื่อจูงใจ (to persuade)
3. เพื่อให้ความบันเทิง (to entertain)

#### องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากการประชาสัมพันธ์ทั่วไป เป็นการมุ่งถึงความสำคัญแห่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีบทบาทร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา และผูกพันกับโรงเรียนมากที่สุด โดยไม่หวังผลกำไร แต่จะเน้นในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนการปฏิบัติต่อกันในกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้แก่

1. ความสัมพันธ์ของบุคคลต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา
2. ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล
3. เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ กิจกรรมต่างๆ และกิจกรรมพิเศษที่เป็นช่องทางการจัดประชาสัมพันธ์
4. งบประมาณของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

#### แนวคิดในการประชาสัมพันธ์

แนวคิดในการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้ 2 แนว คือ

1. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (proactive) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน



2. การประชาสัมพันธ์เชิงรับ (reactive) เพื่อการสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือ (unity) ในการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในโรงเรียน

1. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (proactive) ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน เป็นเรื่องที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และแม้ว่าการวัดผลอาจทำได้เป็นระยะๆ ก็ตาม แต่ผลที่จะเห็นได้ชัดเจนมักจะกินเวลายาวนานพอสมควร การประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพมาก มักจะเกิดจากความร่วมมือของทุกคนในโรงเรียน เริ่มตั้งแต่การมีนโยบายในการประชาสัมพันธ์และการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอจากผู้บริหาร ลงมาจนถึงการดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน วิธีง่ายๆ วิธีหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยทำให้บุคลากรเหล่านั้นเป็นผู้กระจายข่าวที่เป็นจริงในแง่บวกของโรงเรียน เพราะการกระจายข่าวชนิดปากต่อปาก นับเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งแต่นั้นหมายความว่าบุคลากรภายในทั้งหลายต้องมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียนก่อน ฉะนั้นผู้บริหารโรงเรียนต้องพยายามใช้ทักษะในการบริหารโรงเรียน เพื่อสร้างให้บุคลากรในโรงเรียนมีทัศนคติที่ดี มีความรักและเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในโรงเรียน (sense of belonging) เพราะเพียงแค่ว่าเป็นส่วนหนึ่งนั้นไม่เพียงพอแต่ต้องเป็นส่วนที่มีความสำคัญด้วย เพื่อสร้างความภูมิใจในตนเองของคนทำงานแต่ละคนและเมื่อเขาเหล่านั้นเกิดภูมิใจในตนเองและรักงานที่ตนทำแล้ว เขาจะทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจให้แก่โรงเรียนเต็มที่ นอกจากนี้ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องสามารถทำให้บุคลากรในโรงเรียนมีความซื่อสัตย์ต่อโรงเรียนด้วย เมื่อผู้บริหารโรงเรียนทำได้ดังกล่าว ผู้บริหารก็จะได้รับบริการด้านประชาสัมพันธ์โดยไม่ต้องซื้อ ไม่ต้องจ้างผู้ใดเลยเป็นการประชาสัมพันธ์จากบุคลากรในโรงเรียนเอง นับเป็นการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความเต็มใจโดยอัตโนมัติ ฉะนั้นบุคลากรทุกคนในโรงเรียนสามารถมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น

การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนควรพิจารณาเรื่องต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้รู้จักโรงเรียน เป็นกลุ่มเป้าหมายใด
2. กลุ่มเป้าหมายทราบที่ตั้งของโรงเรียนหรือไม่
3. กลุ่มเป้าหมายทราบกิจการหลักของโรงเรียนเป็นอย่างดีหรือไม่
4. กลุ่มเป้าหมายมีความชื่นชอบโรงเรียนแค่ไหนเพียงไร

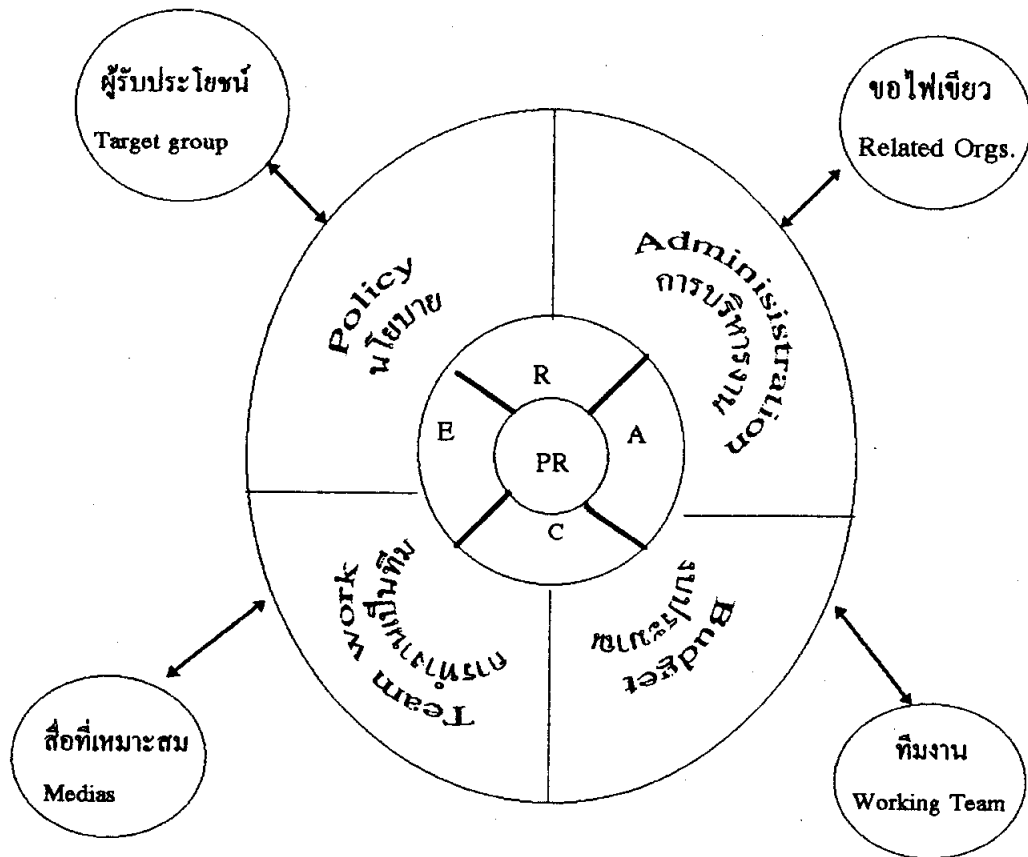
ผู้บริหารโรงเรียนและคณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ต้องทราบข้อมูล  
ข้างต้นทั้งหมด เพื่อใช้ในการทำแผนประชาสัมพันธ์ได้ตรงจุด

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของโรงเรียน สิ่งที่เป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงาน  
ประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ

1. นโยบายของผู้บริหารโรงเรียน มองเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยการให้ความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมแรง จัดสรรงบประมาณให้ได้อย่างเพียงพอ

2. เป้าหมายในเชิงธุรกิจ ผู้บริหารโรงเรียนมีนโยบายที่จะเพิ่มจำนวนนักเรียนมีนโยบายจะขยายสาขาหรือไม่ เพียงใด

3. สถานะการแข่งขันสูงหรือไม่เพียงใด เช่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง จะมีสถานะการแข่งขันสูงมาก จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช มหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันราชภัฏฯลฯ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกจึงมีความจำเป็นมาก



PR = RACE

R = Research การค้นคว้าวิจัย

A = Action การดำเนินงานวางแผนประชาสัมพันธ์

C = Communication การติดต่อสื่อสาร

E = Evaluation การประเมินผล

ที่มา ผศ.ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ หัวหน้าภาควิชาบริหารการศึกษา  
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนจะต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เผยแพร่ชื่อเสียงและผลงานของโรงเรียนออกไปเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่มาרקเฉพาะช่วงรับสมัครนักเรียนใหม่ ควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ดังนี้

- สื่อวิทยุ ทำสปอร์ตสั้นๆ เกี่ยวกับรับสมัครนักเรียนใหม่ จัดรายการเด็ก รายการความรู้
- สื่อโทรทัศน์ เช่น รายการบุคคลวันนี้ นำผลงานของนักเรียนด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ ร่วมรายการแข่งขันภาษาอังกฤษ-เขาวงกตปัญหา ในนามโรงเรียนทำสปอร์ตเกี่ยวกับการแนะนำโรงเรียน 15-30 วินาที รายการสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ของคุณค่าธรรม หว่างหวังศรี เช่น การสอนวิธีใหม่ๆ ของครู วงโยชวาทิตของโรงเรียน นักเรียนชนะเลิศทางการศึกษา เช่น ฟุตบอล ว่ายน้ำ ร่วมรายการเล็กๆ เช่น รายการหนูทำได้ รายการที่นี้มีเพื่อน ใน นามโรงเรียน
- สื่อหนังสือพิมพ์ ครูเขียนบทความ โดยใช้ชื่อ นามสกุล และโรงเรียนจริง
- สื่อโปสเตอร์ ติดตามสถานที่ชุมชน เช่น วัด สถานีรถไฟ สถานีรถเมล์ สวนสนุก ฯลฯ
- ที่โรงเรียน ป้ายนิเทศหน้าโรงเรียน รั้วโรงเรียนสามารถทำป้ายประกาศได้ กัดเอาท์ ประกาศวันรับสมัครนักเรียนใหม่ วันสอบ วันประกาศผล ทำตรายางฝากไปรษณีย์ ประทับด้านหลังของจดหมาย
- สื่อ Bus sound โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีรถเมล์หลายประเภท บางประเภทจะมี Bus sound

2. การประชาสัมพันธ์เชิงรับ (reactive) คือ ตั้งรับตามสถานการณ์ ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 2 สถานการณ์ คือ

2.1 สถานการณ์ฉุกเฉิน ประชาสัมพันธ์ในลักษณะการแก้ไข (corrective)

2.2 สถานการณ์ปกติประชาสัมพันธ์ในลักษณะการป้องกัน (preventive) และการสร้างสรรค์ (constructive)

2.1 การประชาสัมพันธ์เชิงรับในสถานการณ์ฉุกเฉินจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโรงเรียนมักจะพบเรื่องนักเรียนชกพวกตีกัน นักเรียนประสบอุบัติเหตุ ฯลฯ

2.1.1 จัดบันทึกสถานที่ ลำดับเหตุการณ์ ชื่อ นามสกุล หมายเลขทะเบียนรถ ยี่ห้อรถ ฯลฯ ยึดหลัก 5w's 1h (question word) เพื่อช่วยความจำ

2.1.2 แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามลำดับชั้นพร้อมรับนโยบายว่าจะจัดการอย่างไรกับเหตุการณ์นั้นๆ

2.1.3 นำนักเรียนส่งโรงพยาบาล และแจ้งให้ผู้ปกครองทราบ

2.1.4 แจ้งความต่อสถานที่ตำรวจที่ใกล้ที่สุดและอาจจะพบกับผู้สื่อข่าวผู้บริหารโรงเรียนจะเป็นผู้ให้ข่าว

#### เหตุการณ์ต่อมา

2.1.5 จัดประชุมกับโรงเรียนคู่กรณีฯ หาทางยุติเรื่องราวต่างๆโดยเร็วที่สุด

2.1.6 จัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง

2.1.7 จัดประชุมนักเรียนทั้งโรงเรียนเพื่อให้นักเรียนได้รับทราบเรื่องจริงและควรระวังตนเองในการเดินทางระหว่างบ้านกับโรงเรียน

2.2 การประชาสัมพันธ์เชิงรับในสถานการณ์ ปกติแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

2.2.1 งานประชาสัมพันธ์ประจำวัน (routine work)

2.2.2 งานประชาสัมพันธ์ตลอดปี ในลักษณะปฏิทินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

2.2.1 งานประชาสัมพันธ์ประจำวัน (routine work) แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า ช่วงเที่ยง และช่วงเย็น

ช่วงเช้า นักเรียนเข้าแถวจะมีพิธีเชิญธงชาติ สวดมนต์ รับฟังการอบรม

คณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน อ่านข่าวเกี่ยวกับการศึกษา ทำข่าวตัดรายงานผู้บริหารโรงเรียน และแยกเก็บเข้าแฟ้มตามหัวเรื่อง หากสามารถถ่ายเอกสารแจกจ่ายไปยังหมวดวิชา ก็จะเป็นการดีมาก

ช่วงเที่ยง นักเรียนรับประทานอาหารเช้าในโรงอาหาร สามารถจัดรายการเสียงตามสายดังนี้

ตัวอย่าง บทรายการออกอากาศเสียงตามสาย

เพลงเปิดรายการ (FADE IN)

กล่าวเปิดรายการ

สวัสดีค่ะคุณผู้ฟัง ก็พบกันอีกเช่นเคยในรายการโรงเรียนปริทัศน์ภาคเสียงตามสาย จัดทำโดยงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับฝ่ายโสตทัศนศึกษา เพื่อบริการแก่คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักเรียน หากกลุ่มหรือชมรมใดต้องการใช้บริการเสียงตามสาย ติดต่อได้ที่งานประชาสัมพันธ์ ในวันและเวลาราชการ

และต่อจากนี้ไปขอเชิญคุณผู้ฟังรับฟังข่าวสารต่างๆ จากทางรายการคะ  
คนตรี

ข่าวแรกในวันนี้เป็นข่าวจาก.....(หมวดวิชาต่างๆ แจ้งของหาย.....ประกาศของโรงเรียน ข่าวต่างๆ ของโรงเรียน).....

คนตรี

ข่าว.....

คนตรี

ก่อนจากกันในช่วงนี้ทางรายการขอเชิญชวนนักเรียนทุกคนให้ตระหนักถึงคุณค่าของการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยอันจะเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ของนักเรียน และโรงเรียนให้สมกับคำขวัญที่ว่า “เคารพตนเอง เคารพสถาบัน พร้อมใจกันแต่งกายให้สุภาพ”

เพลงปิดรายการ

คุณผู้ฟังคะ ขณะนี้รายการของเราได้หมดเวลาแล้ว ขอยุติรายการไว้  
เพียงเท่านี้แล้วพบกันใหม่ในวันต่อไป สำหรับในวันนี้ สวัสดีค่ะ

เพลงปิดรายการ (FADE OUT)

ช่วงเย็น นักเรียนกลับบ้าน อาจจะมีนักเรียนซ้อมกีฬา อ่านหนังสือในห้องสมุด  
รอผู้ปกครองมารับ ทางโรงเรียนควรมีเพลงและอาจารย์ประชาสัมพันธ์อยู่ประจำ 1 ท่าน  
พร้อมที่จะประกาศได้ทันที จนถึงเวลาอันสมควร

2.2.2 งานประชาสัมพันธ์ตลอดปี ในลักษณะปฏิทินงานประชาสัมพันธ์  
โรงเรียน ซึ่งได้จัดทำให้สอดคล้องกับปฏิทินงานโรงเรียน ที่เกิดจากการประชุมอาจารย์ทั้ง  
โรงเรียนก่อนเปิดภาคเรียนที่ 1 ของปีการศึกษา นโยบายหลักและปฏิทินงานของโรงเรียน  
ทั้งปีที่ผ่านมาความเห็นชอบของผู้บริหารโรงเรียน น่าจะมีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างปฏิทินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน .....

ปีการศึกษา 254.....

กิจกรรมประชาสัมพันธ์	จุดมุ่งหมายหลัก	แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน											กลุ่มเป้าหมายหลัก	สื่อที่ใช้					
		เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	คค.	พย.	ธค.	มค.	กพ.			มีค.				
1. สัมมนาอาจารย์	- พบปะสังสรรค์ - ประเมินผลงาน ที่พัฒนา - วางแผนปี การศึกษาใหม่ - ประชาสัมพันธ์ โรงเรียน	- -	- 0															-ผู้บริหาร โรงเรียน -อาจารย์ -กรรมการผู้ปกครอง และครู -ประชาชน -ผู้ปกครอง -นักเรียน	บทความ
2. เสาปทางโทรทัศน์ (Video tape)			★																สปอต
3. แผ่นพับ			★																ความยาว 10 นาที
4. คู่มือครู คู่มือนักเรียน			0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	- - - 0	-ผู้บริหารโรงเรียน -บุคลากรโรงเรียน -นักเรียน -ผู้เกี่ยวข้อง	
5. จัดหมายข่าวการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน	-เพื่อรายงาน ความก้าวหน้า และความ เคลื่อนไหวของ โรงเรียน	- -																	



กิจกรรมประชาสัมพันธ์	จุดมุ่งหมายหลัก	แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน										กลุ่มเป้าหมายหลัก	สื่อที่ใช้		
		เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.			ก.พ.	มิ.ค.
6. ป้ายประกาศหน้าโรงเรียน	-บอกหมายก่า หนดการต่างๆ ของโรงเรียน -แนะนำผู้ บริหาร -แนะนำอาจารย์ ที่ปรึกษา -ทำความเข้าใจกับ เพื่อนร่วมชั้น เจ้าของกรเด็ก ตั้งสมาชิกสภาผู้ แทนราษฎร (ส.ส.) แสดงความ กตัญญู -แจกทุนการ ศึกษา -แจกรางวัลเรียน ดี ห้องเรียน สะอาด	(ตามเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสม)												-ประชาชน -ผู้ปกครอง -ผู้บริหารโรงเรียน -อาจารย์ -นักเรียนใหม่ -ศิษย์เก่าที่ประสบ ความสำเร็จ  -นักเรียนปัจจุบัน ระดับ ม.2- ม.5  -ผู้บริหารโรงเรียน -อาจารย์ -นักเรียนปัจจุบัน	
7. เข้าค่ายปฐมนิเทศ นักเรียนใหม่			- - 0												
8. เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้ แทนนักเรียน															
9. งานไหว้ครู															

กิจกรรมประชาสัมพันธ์	จุดมุ่งหมายหลัก	แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน										กลุ่มเป้าหมายหลัก	สื่อที่ใช้				
		เมย.	พค.	มิย.	กค.	ตค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.	มค.			กพ.	มีค.		
10. แท้เทียนพรรษา	-ทำบุญ -ทำพิธีพุทธ มามาก -เพื่อให้ผู้ถึง วันสำคัญต่างๆ			- 0												-บุคลากร โรงเรียน -นักเรียนและผู้ปกครอง	
11. ป้ายนิทรรศการ เช่น -วันเฉลิมพระชนม พรรษา -วันปิยะมหาราช -วันสถาปนาชาติ -วันสุนทรภู่ -วันรัฐธรรมนูญ																-บุคลากร โรงเรียน -นักเรียน	
12. จัดเลี้ยงต้อนรับ ในวันขึ้นปีใหม่	-ขอบคุณสื่อ มวลชน -ประชาสัมพันธ์ โรงเรียน -ส่งสกรรค์ปีใหม่ -เพื่อช่วยเหลือ สังคม														0	-สื่อมวลชน -บุคลากร โรงเรียน -ศิษย์เก่า	
13. อนุภาคาร-นครนารี ถูกเสียบ่าเพื่อประโชน																-เด็กกำพร้าตามโรง พยาบาล, สถานเลี้ยง เด็กกำพร้า	

กิจกรรมประชาสัมพันธ์	จุดมุ่งหมายหลัก	แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน										กลุ่มเป้าหมายหลัก	สื่อที่ใช้					
		เมษ.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.	มค.			กพ.	มีค.			
14. งานแจก ประกาศนียบัตร นักเรียน ชั้น ม.6	-มอบ ประกาศนียบัตร -พบปะผู้ปกครอง ครู -ความผูกพัน ของรุ่น -เตรียมตัวเพื่อ เรียนในระดับ อุดมศึกษา																-นักเรียนชั้น ม.6 -ผู้ปกครอง -อาจารย์  -นักเรียนชั้น ม.6 -วิทยากร -อาจารย์ -ศิษย์เก่าที่ประสบ ความสำเร็จ	
15. งานบึงจิมนิเทศ																	- 0           - 0	

-----การเตรียมการ 0 กำหนดเวลาที่จัดกิจกรรม ★ จัดทำครั้งเดียวมาใช้ได้ตลอดปี

#### 5.1.4 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมในแต่ละวันและในอนาคตไม่สามารถจะคาดหมายหรือพยากรณ์ล่วงหน้าได้อย่างครบถ้วน ถูกต้องร้อยเปอร์เซ็นต์ บางครั้งอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น การควบคุมและการติดตามผล จะช่วยรองรับเหตุการณ์ที่แปรเปลี่ยนได้ โดยเฉพาะโรงเรียนที่มีขนาดใหญ่และมีอัตรากำลังมาก การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะทวีความสำคัญและมีความจำเป็นมากขึ้น

การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถกระทำ  
ได้ 2 ระดับคือ

1. การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในระดับโรงเรียนกระทำได้ด้วยการกำหนดมาตรฐานของงานในเชิงปริมาณและคุณภาพรวม ของโรงเรียนในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ผลงานเผยแพร่ข่าวของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องได้ปริมาณข่าวทุกๆ วัน วันละอย่างน้อย 1 ข่าว

2. การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นรายบุคคล การควบคุมและการติดตามการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคลนี้ แท้จริงก็เป็นการควบคุมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานของโรงเรียนรวมนั่นเอง การควบคุมและติดตามเป็นรายบุคคล จะทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไข ชะลอหรือเร่งรัดผลการปฏิบัติงานได้ในแต่ละจุด สะดวกในการปรับปรุงประสิทธิภาพผู้ปฏิบัติงานด้วย วิธีการควบคุมและติดตามการปฏิบัติงาน ก็เช่นเดียวกับระดับโรงเรียน กล่าวคือ ต้องกำหนดมาตรฐานของงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ต่อวัน ต่อสัปดาห์ หรือต่อเดือน แล้วแต่ขนาดของโรงเรียน ต้องมีการกำหนดภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ กำหนดวิธีการปฏิบัติงาน การทำแผนการปฏิบัติแต่ละสัปดาห์ และการรายงานการปฏิบัติงานรายสัปดาห์ ตลอดจนการบันทึกผลการปฏิบัติงานแต่ละวัน