



รายงานสรุปผลการดำเนินงาน
โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560

ฝ่ายงบประมาณ

โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ ปีการศึกษา 2560

คำนำ

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ถือเป็นอีกหนึ่งในการนำข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆ ภายในโรงเรียน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่างๆ ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ชุมชนทราบ ก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจกัน ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาและภารกิจต่างๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ จึงจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560 เพื่อประโยชน์ทางด้านความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและชุมชน รวมถึงยังช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาดเชิงรุกอีกด้วย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง
ฝ่ายบประมาณ โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์

สารบัญ

		หน้า
สารบัญ		ก
สารบัญตาราง.....		ข
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์.....	1
	เป้าหมาย.....	2
	ระยะเวลาที่ใช้ในการทำโครงการ.....	2
	การติดตามและประเมินผล.....	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
2	เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	3
	แนวคิดและทฤษฎี.....	3
3	วิธีดำเนินการ.....	13
	วิธีการดำเนินงานและระยะเวลา.....	13
	วิธีการประเมินกิจกรรม.....	14
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
5	สรุปผลการดำเนินการ	18
	ผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์	18
	ผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย	19
	สรุปงบประมาณ.....	19
	จุดเด่น/จุดควรพัฒนาของกิจกรรม/โครงการ.....	20
บรรณานุกรม		21
ภาคผนวก		23

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ ระดับเตรียมอนุบาล-อนุบาล...	15
2	จำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ ระดับประถมศึกษาปีที่1-6	16
3	จำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น.....	17

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนมีภารกิจหลักในด้านการพัฒนาการศึกษา สร้างเยาวชนของชาติให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริงและเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษาและชุมชน โดยเผยแพร่ข่าวสาร การดำเนินงานของสถานศึกษาให้ผู้ปกครองและชุมชนได้รับทราบ อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา บ้าน องค์กรทางศาสนา สถาบันทางวิชาการ และองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เยาวชนที่อยู่ในวัยเรียน ได้พัฒนาตนเองทุกด้านและเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไปในอนาคต

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ถือเป็นอีกหนึ่งในการนำข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆ ภายในโรงเรียน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่างๆ ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ชุมชนทราบ ก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาและภารกิจต่างๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ จึงจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560 เพื่อประโยชน์ทางด้านความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและชุมชน รวมถึงยังช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาดเชิงรุกอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของโรงเรียนผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียนวารสารแผ่นพับและป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ
2. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ
3. เพื่อให้มีรายได้จากการจัดการศึกษาเพิ่มขึ้น
4. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาด

เชิงรุก

เป้าหมาย

1. ด้านปริมาณ

1.1 โรงเรียนสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียน วารสารแผ่นพับและป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ ในระดับดี

1.2 โรงเรียนสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ในระดับดี

1.3 โรงเรียนมีรายได้จากการจัดการศึกษาเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านคุณภาพ

โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์และเป็นปัจจุบัน ตลอดจนมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำโครงการ

ปีการศึกษา 2560

การติดตามและประเมินผล

1. แบบสรุปรายได้จาก การรับสมัครนักเรียน ปี 2560
2. แบบรายงานสถิติ รายรับ - รายจ่าย เปรียบเทียบปีก่อน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์และเป็นปัจจุบัน ตลอดจนมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ

2. โรงเรียนมีรายได้จากการจัดการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทและมีความสำคัญ ในการที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ให้ความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนรายงานข่าวสาร กิจกรรม และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ในขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบันนั้นๆ งานด้านการประชาสัมพันธ์จึงเป็นที่ยอมรับและได้จัดดำเนินการกันอย่างกว้างขวางทั้งในหน่วยงานของรัฐและเอกชน จึงจำเป็นที่บุคลากรในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต้องศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะรู้จัก เข้าใจ และสามารถนำการประชาสัมพันธ์ไปใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จให้เกิดแก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546) ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์ว่า "การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน" ส่วนนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

เสรี วงษ์มณฑา (2541) ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

เสาวณีย์ ลีขาบัณฑิต (2540) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารแนวคิด ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การประชาสัมพันธ์จึงอยู่บนรากฐานของการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน หรือสถาบัน กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หน่วยงานหรือสถาบันก็ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องทราบ และรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับ ร่วมมือ ศรัทธา อันจะบังเกิดผลดีต่อการดำเนินงานด้วยความราบรื่น ปราศจากปัญหาข้อยุ่งยากต่าง ๆ

พรทิพย์ พิมลสินธ์ (2540) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว"

วิจิตร อาวะกุล (2539) กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนธำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันเพื่อสร้างสรรค์ ความรู้ ความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา ให้เกิดแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ นโยบายและความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ"

ทิพวรรณ วิระสิงห์ (2532) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อส่งเสริมความเชื่อ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน โดยปกติการประชาสัมพันธ์จะเป็นไปเพื่อองค์กร สถาบัน

โบวีและทิว (1992) ให้นิยามการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบ ด้วยวิธีการสื่อสารสองทางในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

มาร์สตัน (1979) การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เบอร์เนย์ (1952) นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1923 แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ และชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม หรือเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเป็นการประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

จากคำจำกัดความที่ยกมากล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่าเกี่ยวข้องกับคำ 4 คำ คือ

1. คำว่า สถาบัน (Institution or Organization)

สถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใดในสังคมให้ลุ่ล่งไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น เช่น ถ้าเป็นกิจการด้านการเมือง การปกครอง สถาบันอาจมีรูปเป็นรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการต่างๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ หรือองค์การสาธารณกุศลต่างๆ สถาบันอาจมีรูปเป็นมูลนิธิ หรือสภาสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ ซึ่งสถาบันอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน และธนาคาร รวมทั้งกิจการด้านการศึกษาด้วย สถาบันอยู่ในรูปของมหาวิทยาลัย วิทยาลัย และโรงเรียน เป็นต้น หน่วยงาน องค์กร และสถาบันเหล่านี้จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้น โดยจะต้องดำเนินงานให้ถูกต้องตามกฎหมาย มีระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ตลอดจนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

2. คำว่า กลุ่มประชาชน (The Public)

กลุ่มประชาชน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน กลุ่มประชาชน อาจแบ่งตามลักษณะต่างๆ เช่น ความสนใจ ระดับการศึกษา ความรู้ เพศ วัย ฐานะ และ รายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้นๆ กลุ่มประชาชนมีความสำคัญต่อสถาบันมาก เพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้ากลุ่มประชาชนให้ความร่วมมือและสนับสนุน ตรงกันข้ามถ้ากลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการ

ดำเนินงานของสถาบัน ดังนั้นสถาบันจะต้องยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

3. คำว่า ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

ความสัมพันธ์อันดี คือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายของสถาบัน กิจการใดๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินงานใดๆ ของสถาบันไปควรจะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพึงพอใจ เกิดความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้น หน่วยงาน องค์กร และสถาบันจำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชน ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี (good understanding) ซึ่งกันและกันนั่นเอง เมื่อเกิดความเข้าใจอันดี หรือความสัมพันธ์อันดีแล้วโอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า ประชาชนติ (Public Opinion)

ประชาชนติ เป็นความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ ในแง่ของการให้ความร่วมมือ สนับสนุน เนื่องจากความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล อาจจะแตกต่างกันหรือเหมือนกันก็ได้ ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนว่า สนใจเห็นด้วย ให้ความสนับสนุน ไม่สนับสนุน คัดค้าน หรือยอมรับ เมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน สามารถอธิบายเป็นข้อๆ ได้ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความคิด. 2543) ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม

การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ ด้วยการทำให้บุคคลหลายๆ กลุ่ม เช่น ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล เกิดความรู้สึกประทับใจต่อหน่วยงานนั้นๆ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ รวมทั้งเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณความดี ให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีผลกำไร และแบ่งผลกำไรคืนให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่างๆ ให้เหมาะสมตามอัตรา ขณะเดียวกันหน่วยงานก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบที่สูงขึ้น มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงให้แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ โดยช่วยให้

หน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้าย ซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงยอมไม่มี หรือมีน้อยมาก เพราะหน่วยงานได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอแล้ว

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หมายถึง การประชาสัมพันธ์จะให้ข่าวสาร และข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง อันมิได้เป็นการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวงจา เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือขึ้นระหว่างกลุ่มประชาชน หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และสังคม รวมทั้งทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับฝ่ายบริหาร ดังนั้น จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจกันทุกฝ่าย และส่งผลดีต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบันในภาพรวม

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีที่เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยมและความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่างๆ ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวในที่สุด นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีส่วนช่วยฝ่ายการตลาด โดยฝ่ายการตลาดสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการขายและการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน

การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations) เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมไปถึงจนถึงนักการ ภารโรง คนขับรถภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เป็นต้น ให้เกิดมีความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (loyalty) ต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญและมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบันจะดีไปไม่ได้เลย หากการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันให้เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก

การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations) เป็นการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ประชาชนที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันเกี่ยวข้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวก ใกล้เคียง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือ จำนวนมากจึงอาจใช้สื่อมวลชนและสื่อต่างๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารารณชน ปัจจุบัน หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่างๆ นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการ ประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

อาจกล่าวได้ว่างานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีองค์ประกอบ ครบถ้วนตามองค์ประกอบของการสื่อสาร 5 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับ สารและปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

1. หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรกและสำคัญมากคือ ต้องมีหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งถ้าไม่มีแล้วก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใคร องค์ประกอบแรก ของการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารก็คือผู้ส่งสาร (sender) นั้นเองนักประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนผู้ส่งสารของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

นักประชาสัมพันธ์หรือบุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับกลุ่มประชาชนควรจะเป็นคนที่มีความสุขุมรอบคอบ มีความ อยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นอยู่เสมอ และมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้เป็น อย่างดี

1.1 งานด้านต่างๆ ของนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะทำงานส่วนใหญ่ใน 8 ด้าน ดังนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546)

1.1.1 งานด้านการเขียน (writing) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ ความสามารถใน ด้านการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

1.1.2 งานบรรณาธิการ (editing) นักประชาสัมพันธ์อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิต สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอก หน่วยงาน องค์กร และสถาบันด้วย

1.1.3 งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (placement) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชน จึงควรทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านั้น

1.1.4 งานด้านการส่งเสริม (promotion) นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่างๆ ได้ เช่น จัดงานเหตุการณ์พิเศษ (special events) จัดนิทรรศการ จัดงานฉลองครบรอบปี จัดงานแสดง พิเศษต่างๆ จัดงานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เป็นต้น

1.1.5 งานด้านการพูด (speaking) นักประชาสัมพันธ์จะต้องพูดเป็น เพราะอาจจะต้องพูดแทนผู้บริหาร เพื่อชี้แจงประชาชนในบางครั้ง

1.1.6 งานด้านการผลิต (production) นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อและสร้างสารประชาสัมพันธ์ เช่น ออกแบบและจัดทำโปสเตอร์ จุลสาร และแผ่นพับ เป็นต้น

1.1.7 งานด้านการวางโครงการ (programming) นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางและเขียนโครงการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.1.8 งานด้านการโฆษณาสถาบัน (institutional Advertising) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (public relations advertising) หรือการโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ในการสร้างชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ (image) ของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.2 หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในการทำงานทั้ง 8 ด้านดังกล่าวข้างต้นทำให้นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลายประการ ดังนี้

1.2.1 หน้าที่ในการเป็นผู้ฟัง (listener) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการสำรวจวิจัยหรือรับฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับประชนชาติ

1.2.2 หน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา (counselor) นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารจัดการของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร และสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

1.2.3 หน้าที่ในการเป็นผู้ติดต่อสื่อสาร (communicator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง หรือเป็นผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.2.4 หน้าที่ในการเป็นผู้ประเมินผล (evaluator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว ว่าได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

2. ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์

ในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่างๆ จะมีข่าวสารหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการจะนำเสนอและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปข่าวสาร ข้อมูลที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต้องการประชาสัมพันธ์ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2546) ได้แก่

2.1 ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

2.1.1 ข่าวแจ้งให้ทราบ (announcement release) จะเป็นข่าวที่แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือจะมีขึ้น เช่น แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัย และพัฒนาใหม่ๆ ในด้านการตลาด เป็นต้น ข่าวที่นำมาเสนอเป็นประจำในลักษณะนี้จะมีเนื้อหารายละเอียดสั้นๆ

2.1.2 ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (created news release) บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ โดยแทนที่จะเปิดเผยในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดเป็นกิจกรรมพิเศษ

(formal ceremony / event) ขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่างๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสัน และดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมันให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่า ข่าวนั้นๆ จะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

2.1.3 ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (spot news release) ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ นักประชาสัมพันธ์ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็วโดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมาก แต่เน้นที่ความฉับไว เช่นการเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง หรือบุคคลที่สำคัญ เกิดเหตุการณ์เครื่องบินขัดข้อง ไม่สามารถออกเดินทางตามกำหนดได้ เกิดอุบัติเหตุโรงงานระเบิด เป็นต้น

2.1.4 ข่าวโต้ตอบเหตุการณ์ (response news release) อาจมีบางเรื่องที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชน โดยมีได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์

3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อบุคคล (personal media) สื่อมวลชน (mass communication media) และสื่อสมัยใหม่ (modern media)

3.1 สื่อบุคคล (personal media) สื่อบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ คือ คนส่วนใหญ่จะรู้สึกเชื่อใจและไว้วางใจบุคคลที่เขารู้จักและสนิทสนม จึงทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรู้จักกันดี มีอิทธิพลต่อความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่างคุณลักษณะของสื่อบุคคลที่ดี เช่น มีความน่าเชื่อถือ (credibility) มีบุคลิกภาพดี ชวนมอง (attractively) เป็นบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบ (likeability) เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ (trustworthy) เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงธรรมและเป็นกลาง (objectivity) และเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (expertise) เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชน (mass media) สื่อมวลชน เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายจำนวนมากได้ สื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์

3.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และเอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นต้น

3.2.1.1 หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชาชาติได้อีกด้วย

3.2.1.2 นิตยสาร นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์ และยังมีรูปภาพ ประกอบด้วยเรื่องราว ข่าวสาร สารคดี รวมทั้งนวนิยายก็มีอยู่หลายรูปแบบ จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปมาก

3.2.1.3 เอกสารประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่างๆ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย บริการ การดำเนินงาน รวมทั้งผลงานไปสู่ประชาชน ซึ่งสามารถเผยแพร่มุ่งตรงสู่เป้าหมายได้เป็นอย่างดี

เอกสารประชาสัมพันธ์ แบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เอกสารการประชาสัมพันธ์ทั่วไป และวารสารประชาสัมพันธ์ (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2539) เอกสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป เช่น ข่าวแจก จุลสาร จดหมายข่าวแผ่นปลิว แผ่นพับ สมุดภาพ และหนังสือ เป็นต้น ส่วนวารสารประชาสัมพันธ์จะเป็นเอกสารที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันจัดพิมพ์ออกมาเป็นระยะๆ ติดต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน วารสารประชาสัมพันธ์ภายนอก หรือวารสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกก็ตาม

3.2.2 วิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับข่าวสารได้ และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากกว่ามาจากวิทยุโทรทัศน์ แต่เหนือกว่าหนังสือพิมพ์

3.2.3 วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อถือได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ

3.2.4 ภาพยนตร์ ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ข่าวและเบ็ดเตล็ด

3.3 สื่อสมัยใหม่ (modern media) สื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ (information age) ตามกระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น

3.3.1 ดาวเทียม (sattelite) หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลกใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

3.3.2 อินเทอร์เน็ต (internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันและในหน้าที่การทำงานของคนเราเป็นอย่างมาก อาชีพต่าง ๆ รวมทั้งนักประชาสัมพันธ์ต่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทางอีเมล (e-mail) หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจากเวิร์ลด์ ไรด์ เวิร์บ (world wide web หรือ www) โดยการจัดทำเป็นเว็บไซต์ (website) ของแต่ละหน่วยงาน องค์กร และสถาบันให้ประชาชนเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

3.3.3 สื่อประสมหรือมัลติมีเดีย (multimedia) มัลติมีเดียเป็นสื่อสมัยใหม่ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในจำนวนเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหลาย กล่าวคือ เป็นการใชคอมพิวเตอร์เพื่อนำเอาข้อความ ภาพ และเสียง ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งถูกบันทึกไว้ในรูปของข้อมูล มาแสดงผลแปลงกลับเป็นข้อความ ภาพ และเสียง ทางจอภาพ และลำโพง ผสมผสานกัน รวมทั้งควบคุมการแสดงผลของสื่อเหล่านั้นโดยใช้โปรแกรมสั่งงานทางคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อประสมนี้มีลักษณะพิเศษขึ้น มีพลังในการ

สื่อสารอย่างมีชีวิตชีวา มากกว่าที่เกิดจากการใช้อุปกรณ์อื่นๆ อย่างไรก็ตามมัลติมีเดียอาจมีความหมายง่าย ๆ เพียงแค่การแสดงออกของข้อความ ภาพ และเสียงพร้อมๆ กันในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง โดยใช้อุปกรณ์อื่นๆ เช่น วิดยูโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสไลด์ประกอบเสียง ร่วมกันก็ได้ เป็นต้น

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ (public for public relations) เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้รับสาร (receiver) กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี. 2543) ดังนี้

4.1 กลุ่มประชาชนภายใน (internal publics) คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันนั้นๆ มักจะมีความเกี่ยวข้องกับพนักงาน องค์กร และสถาบันอย่างใกล้ชิด

4.2 กลุ่มประชาชนภายนอก (external publics) คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน จะแบ่งออกได้อีก 3 กลุ่ม ได้แก่

4.2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หรือสถานที่ที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันตั้งดำเนินการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนในท้องถิ่น (community public) หรือชุมชนในละแวกใกล้เคียง

4.2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป คือ กลุ่มประชาชนอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปนี้จะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการ

โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปีการศึกษา 2560 มีวิธีดำเนินการ ดังนี้

วิธีการดำเนินงานและระยะเวลา

กิจกรรม	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1. ขั้นเตรียมการ		
1.1 เสนอโครงการ/กิจกรรมและจัดสรรงบประมาณ		
1.2 ประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน		
1.3 แต่งตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง	พ.ย. – ธ.ค. 59	- ฝ่ายงบประมาณ
1.4 จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการ		
1.5 เตรียมเอกสารการรับสมัคร		
2. ขั้นดำเนินการ/กิจกรรมที่จัด		
2.1 กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา	พ.ย. – ธ.ค. 59	
2.2 ดำเนินการจัดกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560		- ฝ่ายงบประมาณ
- ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักเรียน	ม.ค. – มี.ค. 60	
- รับสมัครนักเรียนและมอบตัวนักเรียน		
3. ขั้นติดตามและประเมินผล		
3.1 กำกับดูแลติดตามการดำเนินงาน		
3.2 ประเมินผลและสรุปการดำเนินงาน	มิ.ย. – ก.ค. 60	- ฝ่ายงบประมาณ
3.3 รายงานผลการดำเนินงาน		

การประเมินกิจกรรม

ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปีการศึกษา 2560 ได้ดำเนินการดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน
 - 1.1 แบบสรุปรายได้จาก การรับสมัครนักเรียน ปี 2560
 - 1.2 แบบรายงานสถิติ รายรับ - รายจ่าย เปรียบเทียบปีก่อน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
 - 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้รับผิดชอบโครงการได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ คือ ใช้สถิตินำเสนอในตารางประกอบพรรณนางาน
 - 2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ จากกลุ่มประชากร มีสูตรดังนี้

ค่าร้อยละ (Percentane)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปีการศึกษา 2560 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลจำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่และจำนวนเงินที่ชำระของปีการศึกษา 2560 ระดับชั้น เตรียมอนุบาล - อนุบาล

ระดับชั้น	จำนวนนักเรียน		ร้อยละ	จำนวนเงินที่ชำระ		
	นักเรียนทั้งหมด	นักเรียนใหม่		จำนวนนักเรียนใหม่	ค่าลงทะเบียน นร.ใหม่/คน	รวมเงิน
เตรียมอนุบาล	47	47	100	47	ไม่ได้เรียกเก็บ	ไม่ได้เรียกเก็บ
อนุบาล 1	186	186	100	186	500	93,000
อนุบาล 2	233	64	27.47	64	500	32,000
อนุบาล 3	282	38	13.48	38	500	19,000
รวม	748	335	44.79	335	500	167,500

จากตารางที่ 1 พบว่า ในระดับชั้นเตรียมอนุบาล - ระดับชั้นอนุบาล มีนักเรียนรวมทั้งสิ้น 748 คน โดยสามารถแยกเป็นนักเรียนมาสมัครใหม่ จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 44.79 ซึ่งได้ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ จำนวน 335 คน จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 167,500 บาท โดยสามารถแยกตามระดับชั้น ดังนี้คือ ระดับชั้นเตรียมอนุบาลมีจำนวนนักเรียนใหม่ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่ได้มีการเรียกเก็บค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ ระดับชั้นอนุบาล 1 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 186 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 93,000 บาท ระดับชั้นอนุบาล 2 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.47 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 32,000 บาท และระดับชั้นอนุบาล 3 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 19,000 บาท

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลจำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่และจำนวนเงินที่ชำระของปีการศึกษา 2560 ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 – 6

ระดับชั้น	จำนวนนักเรียน		ร้อยละ	จำนวนเงินที่ชำระ		
	นักเรียนทั้งหมด	นักเรียนใหม่		จำนวนนักเรียนใหม่	ค่าลงทะเบียนนร.ใหม่/คน	รวมเงิน
ป.1	322	102	31.68	102	100	10,200
ป.2	347	30	8.65	30	100	3,000
ป.3	339	34	10.03	34	100	3,400
ป.4	342	19	5.56	19	100	1,900
ป.5	350	22	6.29	22	100	2,200
ป.6	378	10	2.65	10	100	1,000
รวม	2,078	217	10.44	217	100	21,700

จากตารางที่ 2 พบว่า ในระดับชั้นประถมศึกษา มีนักเรียนรวมทั้งสิ้น 2,078 คน โดยสามารถแยกเป็นนักเรียนมาสมัครใหม่ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 ซึ่งได้ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ จำนวน 217 คน จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 21,700 บาท โดยสามารถแยกตามระดับชั้น ดังนี้คือ ระดับชั้น ป.1 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.68 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 10,200 บาท ระดับชั้น ป.2 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.65 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 3,000 บาท ระดับชั้น ป.3 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.03 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 3,400 บาท ระดับชั้น ป.4 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 1,900 บาท ระดับชั้น ป.5 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 2,200 บาท และระดับชั้น ป.6 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 10 คน เป็นร้อยละ 2.65 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 1,000 บาท

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลจำนวนนักเรียนที่ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่และจำนวนเงินที่ชำระของปีการศึกษา 2560 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

ระดับชั้น	จำนวนนักเรียน		ร้อยละ	จำนวนเงินที่ชำระ		
	นักเรียนทั้งหมด	นักเรียนใหม่		จำนวนนักเรียนใหม่	ค่าลงทะเบียนนร.ใหม่/คน	รวมเงิน
ม.1	171	51	29.82	51	100	5,100
ม.2	129	2	1.55	2	100	200
ม.3	127	2	1.57	2	100	200
รวม	427	55	12.88	55	100	5,500

จากตารางที่ 3 พบว่า ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีนักเรียนรวมทั้งสิ้น 427 คน โดยสามารถแยกเป็นนักเรียนมาสมัครใหม่ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.88 ซึ่งได้ชำระเงินค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ จำนวน 55 คน จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 5,500 บาท โดยสามารถแยกตามระดับชั้น ดังนี้คือ ระดับชั้น ม.1 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.82 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 5,100 บาท ระดับชั้น ม.2 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.55 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 200 บาท และระดับชั้น ม.3 มีจำนวนนักเรียนใหม่ 2 คน เป็นร้อยละ 1.57 จำนวนเงินที่ชำระค่าลงทะเบียนนักเรียนใหม่ 200 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินการ

โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปีการศึกษา 2560 สรุปผลการดำเนินการ
ดังต่อไปนี้

ที่	วัตถุประสงค์โครงการ	สภาพความสำเร็จ		ผลการดำเนินการ
		บรรลุ	ไม่บรรลุ	
1. ผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์				
1	เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมของโรงเรียนผ่านทาง เว็บไซต์โรงเรียน วารสาร แผ่นพับ และป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนใน โอกาสต่างๆ	√		ผู้ปกครองได้รับข้อมูลข่าวสารงาน ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนผ่านทาง เว็บไซต์โรงเรียน แผ่นพับ และป้าย ประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่างๆ
2	เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริม ความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ	√		เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ
3	เพื่อให้มีรายได้จากการจัดการศึกษา เพิ่มขึ้น	√		โรงเรียนได้รับรายได้จากการ จัดการศึกษาที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากมี นักเรียนใหม่มาสมัครอย่างต่อเนื่อง
4	เพื่อส่งเสริมและพัฒนาระบบการ ประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาดเชิงรุก	√		ระบบงานประชาสัมพันธ์ได้รับการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ที่	วัตถุประสงค์โครงการ	สภาพความสำเร็จ		ผลการดำเนินการ
		บรรลุ	ไม่บรรลุ	
2. ผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย				
	เชิงปริมาณ			
	1. โรงเรียนสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียน วารสารแผ่นพับ และป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ ในระดับดี	√		โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียน แผ่นพับ และป้ายประชาสัมพันธ์ในระดับดี
	2. โรงเรียนสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชน และหน่วยงานต่างๆ ในระดับดี	√		โรงเรียนมีการเผยแพร่ข้อมูลแก่ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ในระดับดี
	3. โรงเรียนมีรายได้จากการจัดการศึกษาเพิ่มมากขึ้น	√		โรงเรียนได้รับรายได้จากการจัดการศึกษาที่เพิ่มขึ้น
	เชิงคุณภาพ			
	โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัยตลอดจนมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ	√		โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และเป็นปัจจุบัน

3. งบประมาณ

งบประมาณที่กำหนดไว้ในโครงการ	63,000	บาท
งบประมาณที่จ่ายจริง	73,100	บาท

4. จุดเด่น / จุดควรพัฒนา

จุดเด่นของกิจกรรม

โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปีการศึกษา 2560 พบว่า มีจุดเด่น คือ

1. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารการจัดการงานด้านการบริการของสถานศึกษาได้
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเองและนำเสนอแก่ผู้ที่จะต้องใช้อ้างอิงข้อมูล

ตามความเหมาะสม

3. สถานศึกษาจะได้ประโยชน์จากการสรุปผลเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารให้บรรลุตามเป้าหมาย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ทิพวรรณ วิระสิงห์. (2532). สื่อสารมวลชนเพื่อการโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญเกื้อ ควรวาเวช. (2539). นวัตกรรมการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์.

พรทิพย์ พิมพ์สินธ์. (2540). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : ปรกาศปริการพิมพ์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊ค.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2546). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตร อวระกุล. (2539). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนแฮสส์.

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ. นครปฐม : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

วิรัช อภิรัตน์กุล. (2546). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไฮเทคซ์จำกัด.



แผนงานตามโครงสร้าง
แผนงานตามมาตรฐาน

ฝ่ายงบประมาณ

- กลุ่มงานวางแผนงบประมาณ กลุ่มงานธุรการ
 กลุ่มงานบัญชี กลุ่มงานการเงิน
 กลุ่มงานพัสดุ กลุ่มงานเงินอุดหนุน

ชื่อโครงการ

โครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560

ลักษณะโครงการ

- ประจำ ต่อเนื่อง ใหม่

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายงบประมาณ

ผู้รับผิดชอบ

นางปณิศา นพคุณ และ นางสาวอัจฉรา เคยพุดชา

1. หลักการและเหตุผล

สถานศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนมีภารกิจหลักในด้านการพัฒนาการศึกษา สร้างเยาวชนของชาติให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริงและเชื่อมสัมพันธ์ดีระหว่างสถานศึกษาและชุมชน โดยเผยแพร่ข่าวสาร การดำเนินงานของสถานศึกษาให้ผู้ปกครองและชุมชนได้รับทราบ อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา บ้าน องค์กรทางศาสนา สถาบันทางวิชาการและองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เยาวชนที่อยู่ในวัยเรียน ได้พัฒนาตนเองทุกด้านและเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไปในอนาคต

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ถือเป็นอีกหนึ่งในการนำข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆ ภายในโรงเรียน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ข้อมูลข่าวสารและเกร็ดความรู้ต่างๆ ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ชุมชนทราบ ก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ในการพัฒนาแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาและภารกิจต่างๆ ของโรงเรียนให้ดำเนินไปด้วยดีและบรรลุผลตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

ด้วยเหตุนี้ โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ จึงจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560 เพื่อประโยชน์ทางด้านความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและชุมชน รวมถึงยังช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาดเชิงรุกอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของโรงเรียนผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียนวารสารแผ่นพับและป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ
- 2.2 เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ
- 2.3 เพื่อให้มีรายได้จากการจัดการศึกษาเพิ่มขึ้น
- 2.4 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย และสื่อสารการตลาดเชิงรุก

3. เป้าหมาย

3.1 ด้านปริมาณ

3.1.1 โรงเรียนสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์โรงเรียนวารสารแผ่นพับและป้ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ ในระดับดี

3.1.2 โรงเรียนสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ในระดับดี

3.1.3 โรงเรียนมีรายได้จากการจัดการศึกษาเพิ่มมากขึ้น

3.2 ด้านคุณภาพ

โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์และเป็นปัจจุบัน ตลอดจนมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ

4. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1. ขั้นเตรียมการ		
1.1 เสนอโครงการ/กิจกรรมและจัดสรรงบประมาณ		
1.2 ประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน		
1.3 แต่งตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง	พ.ย. – ธ.ค. 59	- ฝ่ายงบประมาณ
1.4 จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการ		
1.5 เตรียมเอกสารการรับสมัคร		
2. ขั้นดำเนินการ/กิจกรรมที่จัด		
2.1 กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา	พ.ย. – ธ.ค. 59	- ฝ่ายงบประมาณ
2.2 ดำเนินการจัดกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์รับสมัครนักเรียน ปี 2560		
- ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักเรียน	ม.ค. – มี.ค. 60	
- รับสมัครนักเรียนและมอบตัวนักเรียน		

กิจกรรม	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
3. ชั้นติดตามและประเมินผล	มิ.ย. – ก.ค. 60	ฝ่ายงบประมาณ
3.1 กำกับดูแลติดตามการดำเนินงาน		
3.2 ประเมินผลและสรุปการดำเนินงาน		
3.3 รายงานผลการดำเนินงาน		

5. สถานที่ดำเนินงาน โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน พฤศจิกายน 2559 – กรกฎาคม 2560

7. งบประมาณ



รายการ	งบประมาณ 2560	ประมาณการงบประมาณ			
		2561	2562	2563	2564
รายรับ					
1. จากโรงเรียน	63,000				
รวม	63,000				
รายจ่าย					
1. ค่าวัสดุ					
ค่าเอกสาร	53,000				
ค่าดำเนินการ	10,000				
2. ค่าใช้สอย					
ค่าอาหาร+อาหารว่าง					
3. ค่าตอบแทน					
ค่าวิทยากร					
4. ค่าพาหนะ					
ค่าเดินทาง + ที่พัก					
รวม	63,000				

8. เครื่องมือติดตาม และประเมินผล

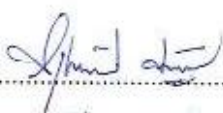
1. แบบสรุปรายได้จากการรับสมัครนักเรียน ปี 2560
2. แบบรายงานสถิติ รายรับ - รายจ่าย เปรียบเทียบปีก่อน

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. โรงเรียนมารีย์อนุสรณ์ มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมโรงเรียนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์และเป็นปัจจุบัน ตลอดจนมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ
2. โรงเรียนมีรายได้จากการจัดการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น

ลงชื่อ..........ผู้เสนองาน ลงชื่อ..........ผู้เสนองาน
(นางปุนณิศา นพคุณ) (นางสาวอัจฉรา เคยพุดซา)
ผู้รับผิดชอบโครงการ ผู้รับผิดชอบโครงการ

ลงชื่อ..........ผู้เห็นชอบโครงการ
(นางปิยะนุช สังข์ทองกลาง)
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายงบประมาณ

ลงชื่อ..........ผู้เห็นชอบโครงการ
(นางสาวจำเนียร บุญทัน)
ผู้อำนวยการโรงเรียนมารีย์อนุสรณ์

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติโครงการ
(บาทหลวง ดร.เอกชัย ชินโคตร)
ผู้จัดการโรงเรียนมารีย์อนุสรณ์

สรุปรายจ่ายเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์ รับสมัครนักเรียน ปี 2560

วันเดือนปี	รายการ	จำนวนเงิน	หมายเหตุ
24/2/2560	ค่าป้ายไวเนล	26,040.00	
24/2/2560	ค่าป้ายสติ๊กเกอร์	4,960.00	
10/2/2560	ค่าแผ่นพับรับสมัครนร.	10,000.00	
19/5/2560	ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ LED	32,100.00	
	รวม	73,100.00	