

**แนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4
ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี**
**GUIDE FOR DEVELOPING PUBLIC RELATIONS OPERATIONS IN THE DIGITAL ERA
ACCORDING TO THE FOUR PRINCIPLES OF SANGHAVATTHU IN LAMPHAYA
SAHAWITTHAYASUKSA SCHOOL GROUP, SARABURI PROVINCE**

¹ปภาวดี ศรีสว่าง Papawadee Srisawang ²สุทธิพงษ์ ศรีวิชัย Suddhipong Srivichai

³พระสุรชัย สุรชัยโย PhraSurachai Surachayo

^{1, 2, 3}มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand
Corresponding Author E-mail: papawadees.ps@gmail.com

Article Received: May 27, 2026. Revised: June 30, 2026. Accepted: June 30, 2026.

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล 2) เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามประชากรทั้งหมดในการวิจัย จำนวน 122 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 คน วิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลในภาพรวมและรายด้านทั้ง 2 ด้านอยู่ในระดับมาก 2) วิธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ เน้นการคงจุดเด่นด้านความสวยงาม ควบคู่กับการปรับปรุงโครงสร้างให้ใช้งานง่าย จัดเมนูชัดเจน ใช้ภาษาสุภาพ และรองรับการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม (2) ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ มุ่งบูรณาการหลักสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ ทาน (ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์) ปิยวาจา (สื่อสารเป็นมิตรเข้าใจง่าย) อตถจริยา (เนื้อหานำไปแก้ปัญหาได้จริง) และสมานัตตตา (พัฒนาข้อมูลให้ครบถ้วนและทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งาน และ 3) แนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ประกอบด้วย 2 ด้าน โดยมีการบูรณาการหลักธรรม ดังนี้ (1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ เน้นการจัดหมวดหมู่ให้ค้นหาข้อมูลได้ง่าย (ทาน) ใช้ภาษาสุภาพและรูปแบบที่สบายตา (ปิยวาจา) รองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์พร้อมระบบอำนวยความสะดวก (อตถจริยา) และออกแบบให้ทุกคนเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (สมานัตตตา) และ (2) ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ เน้นนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ (ทาน) สื่อสารด้วยภาษาและรูปแบบที่เข้าใจง่าย (ปิยวาจา) จัดทำเนื้อหาที่นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง (อตถจริยา) และอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ (สมานัตตตา)

คำสำคัญ: งานประชาสัมพันธ์, ยุคดิจิทัล, หลักสังคหวัตถุ 4

Abstract

This research article aims to 1) Study the state of public relations operations in the digital era, 2) Study methods for developing public relations operations in the digital era according to the Four Principles of Sangahavatthu, and 3) Study guidelines for developing public relations operations in the digital era according to the Four Principles of Sangahavatthu. It is a mixed-methods research, with quantitative research using questionnaires from the entire research population of 122 people, analyzed using basic statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation, and qualitative research interviewing 6 experts. The data were analyzed using content analysis.

The research results found that 1) The state of public relations operations in the digital age, both overall and in each of the two aspects, was at a high level. 2) Methods for developing public relations operations in the digital age according to the Four Principles of Sangahavatthu consisted of two aspects: (1) Website design, emphasizing maintaining the strengths of aesthetics, while improving the structure for ease of use, clear menus, polite language, and equal accessibility; and (2) Website content quality, which focused on integrating the Four Principles of Sangahavatthu, namely Dana (providing useful information), Piyavaca (communicating in a friendly and easy-to-understand manner), Atthacariya (offering content that can be practically applied to solve problems), and Samanattata (continuously updating comprehensive and current information) These principles were applied to in order to enhance credibility and maximize benefits for users; and 3) The guidelines for developing digital-era public relations operations according to the Four Principles of Sangahavatthu, comprised of two aspects, with the integration of the principles as follows: (1) Website design: focusing on categorizing for easy information searching (Dana), using polite language and a visually pleasing format (Piyavaca), being compatible with all devices with accessibility support systems (Atthacariya), and designing for equal accessibility for all users (Samanattata); and (2) Website content quality: focusing on presenting accurate and useful information (Dana), communicating with language and format that is easy to understand (Piyavaca), creating content that can be practically applied (Atthacariya), and regularly updating information to be up-to-date and cover all target groups (Samanattata).

Keywords: Public Relations Operations, Digital Age, The Four Principles of Sangahavatthu

บทนำ

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและหน่วยงาน ตลอดจนงานด้านการศึกษา งานราชการ งานด้านศาสนาและงานสังคมสงเคราะห์ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีและการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันเพื่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดี โรงเรียนเป็นองค์กรหนึ่งในสังคมทำหน้าที่ให้การศึกษาอบรมแก่เยาวชนเพื่อให้เป็นผู้มีความรู้เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งให้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในด้าน เศรษฐกิจการเมืองและสังคม งานหลักของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่อไปนี้คือการสอน การแนะแนวการศึกษาและอาชีพกิจกรรมต่างๆ ของนักเรียนและบริการของโรงเรียนเพื่อสนองความสนใจและความต้องการอันจำเป็นของนักเรียน ชุมชน หรือสังคมใกล้โรงเรียนและประเทศชาติ (จันทรานี สงวนนาม, 2551)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ งานในการประชาสัมพันธ์ต่อประชาชน เพื่อให้ประชาชนในกลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจตรงกันและรู้สึกที่ดีต่อโรงเรียน งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีที่สร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะสร้างความนิยมให้แก่กลุ่มคนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนด้วยวิธีการแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์และสิ่งต่างๆ ที่โรงเรียนหรือสถาบันทำลงไป การประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน (ระพีพรรณ ร้อยพิลา, 2553) การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาวเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้นทั้งนี้ เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องสม่ำเสมอ การขาดการรับรู้ในข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมนานๆ จะทำให้เกิดความรู้ที่คลาดเคลื่อนและเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งส่งผลต่อปฏิกริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ โรงเรียนเป็นสถาบันที่ต้องดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับมวลชน โรงเรียนมีหน้าที่บริการการศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น โรงเรียนต้องเป็นแบบอย่างของสถาบันที่ดี เพราะเป็นแหล่งปลูกฝังความรู้ความคิดอันเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมใดของโรงเรียนอยู่ก็จะประสบความสำเร็จล้มเหลวไม่เป็นที่ประทับใจของคนทั่วไป ตราบใดที่โรงเรียนยังเป็นสถาบันที่ต้องติดต่ออยู่ การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นความสำคัญที่โรงเรียนจะต้องวางแผนดำเนินการเพื่อภาพพจน์ที่ดีงามนำศรัทธาเลื่อมใสมาสู่โรงเรียนโดยตรง (มิ่งขวัญ ทาสีฏ, 2553)

สื่อประชาสัมพันธ์มีหลากหลายสื่อและรูปแบบเป็นเครื่องมือในการชักนำใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของประชาชนอย่างมาก คนส่วนใหญ่จะคิดถึงแต่สื่อสารมวลชนที่เราคุ้นเคย อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณาหรือสื่อภายนอกอาคารสถานที่เท่านั้น แต่หากประมวลเป็นหมวดหมู่แล้ว สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมีดังต่อไปนี้ 1) สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร 2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ ได้แก่การจัดประชุมสัมมนา การพบปะกับสื่อมวลชน การจัดให้สื่อมวลชนดูงานหรือเยี่ยมเยียน 3) สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษ ได้แก่รายงานประจำปี การทำสมุดเล่มเล็ก เอกสารเผยแพร่การจัดทำหนังสืออธิบายรายละเอียดของหน่วยงาน การใช้เอกสารเพื่อให้ข้อเท็จจริง แผ่นพับ วารสารวิชาการ ใบปลิว จดหมายข่าว 4) สื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การจัดการแข่งขัน การจัดกิจกรรมกีฬาภายใน การจัดงานฉลอง การจัดรายการบันเทิง การบริการสังคม การจัดประชุมสัมมนา การ

เปิดโอกาสให้เยี่ยมชมหน่วยงาน การจัดนิทรรศการ การแลกเปลี่ยน 5) สื่อบุคคล ได้แก่ การกล่าวรายงาน การแสดงความคิดเห็นในที่ชุมนุม การบอกปากต่อปาก การแต่งตั้งคณะประชาสัมพันธ์ 6) สื่อสิ่งของ ได้แก่ เครื่องแบบชุด เสื้อของนักศึกษา อุปกรณ์เครื่องเขียน สมุดนักเรียน 7) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดีรอม อินเทอร์เน็ต อีเมล เว็บไซต์ และโฮมเพจ 8) สื่อพื้นบ้าน ได้แก่ สื่อประเพณีและสื่อชุมชน 9) ศูนย์กิจกรรม ได้แก่ ศูนย์ฝึกอาชีพ ศูนย์สาธิต ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ 10) สื่อโสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ การนำเสนอในรูปแบบของเทปบันทึกเสียงแบบดัดแปลง แผ่นบันทึกภาพต่างๆ การทำสารคดีวีดิทัศน์ ภาพนิ่งและภาพถ่าย (มโนชา จงหมื่นไวย, 2553) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลจึงส่งผลให้สถานศึกษาเป็นที่ยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับข้อมูลผ่านกระบวนการสื่อสารด้วยวิธีการต่างๆ อย่างมีระบบเป็นขั้นเป็นตอน และต้องให้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานของสถานศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามความมุ่งหมายในที่สุด

หลักธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเหมาะสมที่จะนำมาใช้ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้หลายกรณี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารนั้น ในพระพุทธศาสนามีหลักธรรมที่สามารถส่งเสริมสนับสนุนได้หลายประการ โดยเฉพาะหลักสังคหวัตถุ 4 คือ ทาน ปิยวาจา อตถจริยา สมานัตตตา (โอบอ้อมอารี วจีไพเราะ สงเคราะห์ ประชาชน และวางตนเหมาะสม) ซึ่งเป็นหลักธรรมจะทำให้คนเราอยู่กันด้วยความรัก อยู่กันด้วย ความปรารถนาดี และผูกพันใจต่อกันไว้ได้ (พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต), 2543)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการศึกษาให้มีความเหมาะสมทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยมุ่งเน้นการออกแบบและประโยชน์ที่ตอบสนองทุกความต้องการของผู้ใช้งานอย่างครอบคลุม เพื่อให้ได้เว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพต่องานประชาสัมพันธ์ให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารและครูในลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี จำนวน 122 คน และใช้ประชากรทั้งหมดในการวิจัย
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสังคหวัตถุ 4 ด้านการประชาสัมพันธ์ และประสบการณ์ด้านการบริหารสถานศึกษา จำนวน 7 รูป/คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถาม มีการสร้างแบบสอบถามดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล จากวารสาร ตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัย 3) ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัย 4) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาความเหมาะสมของภาษาว่ามีความครอบคลุมหรือไม่ โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index IOC) และเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผลจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.5 - 1.00 5) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่เป้าหมาย จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.924 6) ปรับปรุงแก้ไข และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้จริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 แบบสอบถามสภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี

3.2 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเพื่อศึกษาวิธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ โดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี สรุปผลการวิจัยดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี

สภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษา ลำพญา จังหวัดสระบุรี	N=122 คน			
	ระดับความคิดเห็น			
	μ	σ	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการออกแบบเว็บไซต์	4.14	0.79	มาก	1
2. ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์	4.11	0.79	มาก	2
ภาพรวม	4.13	0.79	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ และด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ ตามลำดับ

2. วิธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี

2.1 ด้านการออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบเว็บไซต์ในภาพรวมมีทิศทางที่ดี ผู้ใช้งานค่อนข้างพึงพอใจ โดยเฉพาะเรื่องความสวยงามและความสบายตา ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งที่ช่วยดึงดูดผู้ใช้ได้ แต่ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยก็ยังเห็นว่ายังมีบางส่วนที่ควรปรับปรุง โดยเฉพาะเรื่องความง่ายในการใช้งานและการจัดวางเมนูที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร นอกจากนี้การออกแบบควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาสุภาพ และมีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อนควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทุกกลุ่มเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยเห็นว่าเว็บไซต์ที่ดีไม่ใช่แค่สวย แต่ต้องใช้งานง่ายและเข้าถึงได้สำหรับทุกคนด้วย

2.2 ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ เนื้อหาบนเว็บไซต์โดยรวมมีคุณภาพในระดับที่น่าพอใจ ผู้ใช้งานเชื่อมั่นในความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่งสะท้อนแนวคิดของ “ทาน” คือการให้ข้อมูลที่มีคุณค่าแก่ผู้รับ ขณะเดียวกันการจัดเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและเป็นมิตรกับผู้ใช้งานก็สอดคล้องกับ “ปิยวาจา” ในรูปแบบของการสื่อสารที่ดี อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็ยังเห็นว่าควรพัฒนาเรื่องความครบถ้วนและความทันสมัยของข้อมูลให้มากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเชื่อมโยงกับ “สมานัตตตา” ในการนำเสนอข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียม อีกทั้งการจัดทำเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและช่วยแก้ปัญหาให้ผู้ใช้งาน ยังสะท้อนถึง “อตัลจริยา” ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการพัฒนาเนื้อหาเว็บไซต์ที่ดีควรยึดหลักสังคหวัตถุ 4 ควบคู่กัน เพื่อให้เกิดทั้งคุณค่า ความน่าเชื่อถือและประโยชน์ต่อผู้ใช้งานอย่างแท้จริง

3. แนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี ดังนี้

3.1 ด้านการออกแบบเว็บไซต์ตามหลักสังคหวัตถุ 4 มีดังนี้ 1) “ทาน” ครูควรพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นแหล่ง “ให้ข้อมูล” ที่มีคุณค่า โดยครูออกแบบโครงสร้างให้เข้าถึงข้อมูลสำคัญได้รวดเร็ว เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ ปฏิทินกิจกรรม และข้อมูลสถานศึกษาอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้ชัดเจน ลดความซับซ้อนของเมนู เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและเท่าเทียม อันจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของโรงเรียน 2) “ปิยวาจา” การออกแบบเว็บไซต์ครูควรใช้ภาษาที่สุภาพ ชัดเจน และเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน ทั้งในข้อความ เมนู และคำอธิบายต่าง ๆ ควบคู่กับการเลือกใช้รูปแบบตัวอักษร สี และองค์ประกอบภาพที่สบายตา เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดี ทำให้ผู้ใช้รู้สึกผ่อนคลายและเกิดความประทับใจในการเข้าถึงข้อมูล 3) “อตัลจริยา” ครูควรมุ่งเน้นการออกแบบที่ตอบสนองต่อการใช้งานจริง เช่น รองรับการใช้งานผ่านมือถือ (Responsive Design) มีระบบนำทางที่ไม่ซับซ้อน และมีฟังก์ชันที่ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ปุ่มค้นหา ลิงก์ด่วน หรือระบบติดต่อสอบถาม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด 4) “สมานัตตตา” การออกแบบเว็บไซต์ครูควรถูกออกแบบให้ผู้ใช้งานทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน ผู้ปกครอง ครู หรือชุมชน รวมถึงผู้ที่มีข้อจำกัดด้านทักษะเทคโนโลยี โดยควรใช้รูปแบบที่เข้าใจง่าย มีคำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจน และลดอุปสรรคในการเข้าถึง เพื่อสร้างความเสมอภาคทางข้อมูลข่าวสาร

3.2 ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ตามหลักสังคหวัตถุ 4 มีดังนี้ 1) ทาน ครูควรพัฒนาเนื้อหาให้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และผ่านการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ โดยครูต้องนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน เช่น ข่าวสารการศึกษา แนวทางการเรียนรู้ หรือข้อมูลบริการต่างๆ ของโรงเรียน ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถานศึกษา 2) ปิยวาจา เนื้อหาบนเว็บไซต์ ครูควรเรียบเรียงด้วย

ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งมีการจัดรูปแบบให้อ่านง่าย เช่น การแบ่งหัวข้อ การใช้ภาพประกอบ หรืออินโฟกราฟิก เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถรับสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 3) อรรถจริยา ครูควรมุ่งเน้นการสร้างเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เช่น คู่มือ แนวปฏิบัติ ข่าวสารที่ช่วยในการตัดสินใจ หรือข้อมูลที่ตอบโจทยความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชน อันจะช่วยให้คุณค่าให้กับเว็บไซต์ในฐานะแหล่งเรียนรู้และศูนย์กลางข้อมูล 4) สมานัตตดา ครูควรมีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ทันสมัย และนำเสนอข้อมูลอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ โดยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกกิจกรรมของโรงเรียน เพื่อสร้างความต่อเนื่องและความน่าเชื่อถือในการประชาสัมพันธ์

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี ควรยึดหลักสังคหวัตถุ 4 เป็นกรอบในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความสวยงาม ควบคู่กับความสะดวกในการใช้งาน และโครงสร้างที่ชัดเจนเข้าถึงง่าย ขณะเดียวกันควรพัฒนาเนื้อหาให้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือและทันสมัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง การสื่อสารควรใช้ภาษาที่สุภาพ เป็นมิตรและเข้าใจง่ายเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้งาน นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้ทุกกลุ่ม พร้อมทั้งมีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ การบริหารจัดการควรมีการวางแผนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบผลการวิจัยสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กลุ่มโรงเรียนสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ และด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมาตรฐานในการสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษาผ่านสื่อดิจิทัล อย่างไรก็ตาม แม้เว็บไซต์จะมีความโดดเด่นด้านความสวยงามแต่ยังพบข้อจำกัดในด้านความสะดวกในการใช้งาน เช่น การจัดวางเมนูที่ยังไม่ชัดเจน และการเข้าถึงข้อมูลที่ยังไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งาน ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของเกษมศักดิ์ ทองตัน (2559) ที่พบว่า องค์ประกอบของเว็บไซต์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลสาขาวิชา ด้านข้อมูลบุคลากร ด้านข้อมูลหลักสูตร ด้านเครื่องมือการสื่อสาร และด้านเครื่องมืออำนวยความสะดวกและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูโกศลปริยัตยานุกิจ (ธฤติ วิโรจน์), สุทธิพงษ์ ศรีวิชัยและสมศักดิ์ บุญปู (2563) ที่พบว่า หลักมนุษยสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา 3 ด้าน คือ คุณลักษณะส่วนตัว การเข้าใจผู้อื่น และการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาวិธีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ เน้นการคงจุดเด่นด้านความสวยงาม ควบคู่กับการปรับปรุงโครงสร้างให้ใช้งานง่าย จัดเมนูชัดเจน ใช้ภาษาสุภาพ และรองรับการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม (2) ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ มุ่งบูรณาการหลักสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ ทาน (ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์) ปิยวาจา (สื่อสารเป็นมิตรเข้าใจง่าย) อรรถจริยา (เนื้อหานำไปแก้ปัญหาได้จริง)

และสมานัตตดา (พัฒนาข้อมูลให้ครบถ้วนและทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชฎิภักดิ์ เขมวิทติวงศ์ (2559) ที่พบว่า การเรียนรู้โดยการปฏิบัติด้วยตนเองในทุกขั้นตอนของการผลิต ด้านการประเมินผลสัมฤทธิ์ กลุ่มตัวอย่างมีผลสัมฤทธิ์ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้มีระดับความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับการวิจัยของเกษรินทร์ สินวัฒน์, ธีระพงษ์ สมเขใหญ่และสุเวช กลับลศรี (2568) ที่พบว่า คู่มือการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชนตามหลักสังคหวัตถุ 4 โรงเรียนวัดวังหิน ประกอบด้วยกระบวนการดำเนินการเกี่ยวกับ 6 งานที่สำคัญในการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชน ได้แก่ 1) งานให้บริการชุมชน 2) งานรับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากชุมชน 3) งานเสริมสร้างสัมพันธ์กับชุมชนและหน่วยงานอื่นๆ 4) งานคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 5) งานจัดตั้งกลุ่ม ชมรม สมาคมหรือมูลนิธิ 6) งานประชาสัมพันธ์ โดยบูรณาการตามหลักสังคหวัตถุ 4 ประกอบด้วย (1) ทาน (การให้) (2) เปยยวัชชะ (วาจาเป็นที่รัก) (3) อตถจริยา (การบำเพ็ญประโยชน์) (4) สมานัตตดา (การวางตนสม่ำเสมอ)

3 การเสนอแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย 2 ด้าน โดยมีการบูรณาการหลักธรรม ดังนี้ 1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ เน้นการจัดหมวดหมู่ให้ค้นหาข้อมูลได้ง่าย (ทาน) ใช้ภาษาสุภาพและรูปแบบที่สวยงาม (ปิยวาจา) รองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์พร้อมระบบอำนวยความสะดวก (อตถจริยา) และออกแบบให้ทุกคนเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (สมานัตตดา) และ 2) ด้านคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ เน้นนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ (ทาน) สื่อสารด้วยภาษาและรูปแบบที่เข้าใจง่าย (ปิยวาจา) จัดทำเนื้อหาที่น่าสนใจ ประยุกต์ใช้ได้จริง (อตถจริยา) และอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ (สมานัตตดา) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรางทิพย์ พรหมปลอด, พระครูพิจิตรศุภการ และมะลิวัลย์ โยธารักษ์ (2568) ที่พบว่า แนวทางการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชนตามหลักสังคหวัตถุ 4 โดยการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชนต้องอาศัยความร่วมมือและการประสานงานของผู้บริหาร ครู ชุมชนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อมุ่งเน้นการปรับปรุง แนะนำ ส่งเสริม พัฒนา และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่สถานศึกษากำหนดอย่างเป็นระบบตามขั้นตอน ซึ่งประกอบกระบวนการการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชน คือ 1) การให้บริการชุมชน 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น 4) การได้รับการสนับสนุนจากชุมชน และแนวทางการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชน 4 องค์ประกอบกับหลักสังคหวัตถุ 4 มาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วย 1) ทาน การให้ 2) ปิยวาจา พูดจาสุภาพไพเราะ 3) อตถจริยา ประพฤติในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น 4) สมานัตตดา การวางตนให้เหมาะสมเสมอต้นเสมอปลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูโกศลปริยัตยานุกิจ (ธฤติ วิโรจน์), สุทธิพงษ์ ศรีวิชัยและสมศักดิ์ บุญปู (2563) ที่พบว่า การบูรณาการหลักมนุษยสัมพันธ์กับหลักพุทธธรรม สำหรับผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ประกอบด้วยหลักมนุษยสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารโรงเรียน และหลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารโรงเรียนเป็นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่นำมาบูรณาการกับหลักมนุษยสัมพันธ์ คือ สังคหวัตถุ 4 และ แนวทางการบูรณาการหลักมนุษยสัมพันธ์กับหลักพุทธธรรมสำหรับผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร (3 Flowers Model) ต้องมีจุดเน้นสำคัญ 3 หลัก ได้แก่ (1) หลักมนุษยสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารโรงเรียน เป็นระดับการแสดงออกของผู้บริหารโรงเรียน ในการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ระหว่างผู้บริหารโรงเรียนกับครู นักเรียน และชุมชน (2) หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการบริหารโรงเรียน เป็นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่นำมาบูรณาการกับหลัก

มนุษยสัมพันธ์ทั้ง 7 ประการนั้น และ (3) หลักการบริหารโรงเรียน ประกอบด้วยการบริหารงานวิชาการ การบริหารงานงบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไป

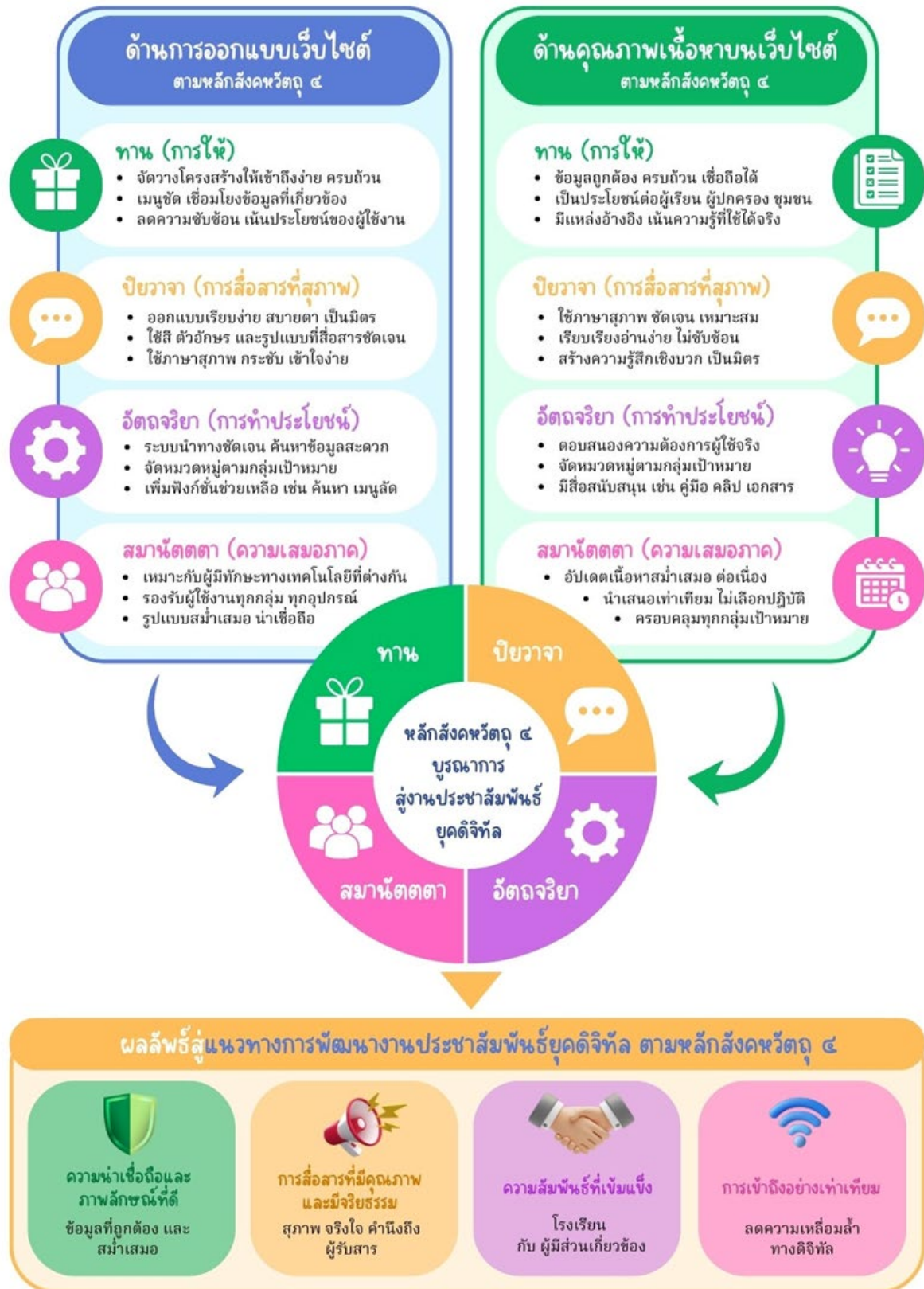
องค์ความรู้การวิจัย

องค์ความรู้การวิจัยครั้งนี้ คือ แนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยศึกษาลำพญา จังหวัดสระบุรี มีดังนี้

1. ด้านการออกแบบเว็บไซต์ (ตามหลักสังคหวัตถุ 4) 1) ทาน (การให้) ครูมีการจัดวางโครงสร้างที่ ใจง่าย ครบถ้วน รวดเร็ว เห็นเมนูที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ถูกต้อง โดยลดความซับซ้อน เน้นประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้เข้าใช้งาน 2) ปิยวาจา (การสื่อสารที่สุภาพ) ครูต้องการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียน ง่าย สบายตา มีการใช้สี ตัวอักษร และรูปแบบที่มีการสื่อสารอย่างชัดเจน ใช้ภาษาที่สุภาพ กระชับ และเข้าใจ ง่าย 3) อตถจริยา (การทำประโยชน์) ครูควรออกแบบเว็บไซต์ให้มีระบบนำทางชัดเจน สามารถค้นหาข้อมูลได้ สะดวก จัดวางหมวดหมู่ตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเป็นระเบียบ และเพิ่มฟังก์ชันช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูล หรือเมนูลัด 4) สมานัตตตา (ความเสมอภาค) การออกแบบเว็บไซต์ครูควรออกแบบให้สามารถรองรับผู้ใช้ได้ ทุกกลุ่ม และทุกอุปกรณ์ เหมาะกับผู้มีทักษะทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน มีรูปแบบที่สม่ำเสมอ ทันสมัย และ น่าเชื่อถือ

2. ด้านคุณภาพเนื้อหาบนเว็บไซต์ (ตามหลักสังคหวัตถุ 4) 1) ทาน (การให้) ครูต้องมีการให้ข้อมูล ที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน ผู้ปกครอง และชุมชน โดยข้อมูลมีแหล่งที่มาอ้างอิงชัดเจน เน้นให้ความรู้ที่ใช้ได้จริง 2) ปิยวาจา (การสื่อสารที่สุภาพ) ครูต้องมีการใช้ภาษาในการนำเสนอบนเว็บไซต์ที่ สุภาพ สื่อสารชัดเจน และเหมาะสม มีการเรียบเรียงจัดวางที่ทำให้การอ่านง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน สามารถสร้าง ความรู้สึกเชิงบวกได้ 3) อตถจริยา (การทำประโยชน์) ครูควรมีเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จริง مرتือในการสนับสนุนการใช้งาน เช่น คู่มือ คลิป เอกสารในการใช้งานเว็บไซต์ 4) สมานัตตตา (ความเสมอ ภาค) ครูควรอัปเดตเนื้อหาข้อมูลต่างๆอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง นำเสนอความเท่าเทียมได้เป็นอย่างดี โดยไม่เลือกปฏิบัติ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

3. ผลลัพธ์สู่การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลที่ยั่งยืน การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล ที่ยั่งยืน ที่บูรณาการหลักสังคหวัตถุ 4 เข้ากับการออกแบบเว็บไซต์และการพัฒนาเนื้อหา เพื่อให้เว็บไซต์ สถานศึกษาเป็นแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่า เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์และพื้นที่การสื่อสารที่เท่าเทียมและ ยั่งยืนได้ สรุปดังในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้การวิจัย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลของสถานศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม
 - 1.2 ควรประยุกต์ใช้หลักสังคหวัตถุ 4 เป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงการจัดทำเนื้อหาให้มีคุณภาพ
 - 1.3 ควรปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ให้มีความชัดเจน ใช้งานง่าย และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งานเป็นสำคัญ
 - 1.4 ควรพัฒนาเว็บไซต์ให้รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต เพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูล ให้มีความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย ใช้ภาษาที่สุภาพ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร
 - 1.5 วางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัลอื่นควบคู่กับเว็บไซต์ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อขยายการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วม
 - 1.6 ติดตามและประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล เช่น พฤติกรรมของผู้ใช้งาน ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ หรือผลกระทบต่องานลักษณะของสถานศึกษา เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างชัดเจน
 - 2.2 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการวิจัยเชิงทดลองหรือวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อพัฒนาและทดสอบรูปแบบหรือโมเดลการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลตามหลักสังคหวัตถุ 4 อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาจนำแนวทางที่ได้จากการวิจัยไปทดลองใช้ในสถานศึกษาจริง และประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
 - 2.3 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือสื่อมัลติมีเดียเชิงโต้ตอบ ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความทันสมัยของการสื่อสาร
 - 2.4 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบในระยะยาวของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล ทั้งในด้านการรับรู้ของผู้ใช้งาน ความเชื่อมั่นต่อองค์กร และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้สามารถประเมินความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนาได้อย่างรอบด้านและเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- เกษมศักดิ์ ทองตัน. (2559). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เกษรินทร์ สินวัฒน์, ธีระพงษ์ สมเขาใหญ่และสุเวศ กลัปศรี. (2568). การพัฒนาคู่มือการบริหารงานสัมพันธ์ชุมชนตามหลักสังคหวัตถุ 4 โรงเรียนวัดวังหิน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 12(1), 103–114.
- จันทรานี สงวนนาม. (2551). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บิ๊ค พอยท์.
- ชฎิภักดิ์ เขมวิมุตติวงศ์. (2559). การวิจัยเชิงกรณีศึกษา : การพัฒนานักศึกษาโดยการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้. วารสารบัณฑิตวิจัย, 8(2), 1.
- ปรางทิพย์ พรหมปลอด, พระครูพิจิตรศุภการ และมะลิวัลย์ โยธารักษ์. (2568). การบริหารงานสัมพันธ์ชุมชนตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของโรงเรียนบ้านชะอวด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 3. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 12(2), 208–219.
- พระครูโกศลปริยัตยานุกิจ (ธฤติ วิโรจโน), สุทธิพงษ์ ศรีวิชัยและสมศักดิ์ บุญปู. (2563). การบูรณาการหลักมนุษยสัมพันธ์กับหลักพุทธธรรม สำหรับผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 7(2), 14–27.
- พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตโต). (2543) พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พุทธทาสภิกขุ. (2525). พุทธศาสนากับคนรุ่นใหม่และสังคมไทยในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.
- มนิชา จงหมื่นไวย. (2553). การศึกษาสภาพ ปัญหา และแนวทางแก้ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา นครราชสีมา เขต 5. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- มิ่งขวัญ ทาสีภู. (2553). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมารีย์พิทักษ์อุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ระพีพรรณ ร้อยพิลา. (2553). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภาวะผู้นำในการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.