

## สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการใช้บริการ สารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน\*

### State and Problems of Public Relations Operations to Promote the Use of Information Services of Private University Libraries

ปริญญาวรรณ จันทะขาน (Partyawan Chantakhan)\*\*

ศุภรชตรา แสนวา (Sumattra Saenwa)\*\*\*

อภิชาต พุกสวัสดิ์ (Apichat Puksawadde)\*\*\*\*

\*วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

\*\*นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

E-mail: pratyawan.cha@g.swu.ac.th

\*\*\*อาจารย์ประจำ, สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: sumattra@

g.swu.ac.th

\*\*\*\*รองศาสตราจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, E-mail: dongcosae@gmail.com

ได้รับบทความ: 8 ต.ค. 63 / แก้ไขปรับปรุง: 24 พ.ย. 63 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 9 ธ.ค. 63 / เผยแพร่ออนไลน์: 17 ธ.ค. 63

DOI: 10.14456/rilj.2020.12

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ 1) ผู้ใช้บริการห้องสมุดในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี, และมอร์แกน (Krejcie, & Morgan, 1970, pp. 607-610) ที่กำหนดไว้ว่าประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 คน 2) ผู้บริหาร/

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ผู้บริหารห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาเอกชน รวมจำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เป็นต้นแบบของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต 2) ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 3) สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 4) สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ 5) สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

### ผลการวิจัย พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการเห็นว่าสภาพภูมิทัศน์และสถานที่ของสมุดสวยงามบรรยากาศเหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.54) ส่วนในด้านการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดนั้นพบว่า มีการรับรู้ผ่านสื่อประเภทป้ายประชาสัมพันธ์และโปสเตอร์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.42)

2. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดซึ่งจำแนกตามกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ด้านการวิจัย/การสำรวจข้อมูลการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพิจารณาประกอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่า ห้องสมุดมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนงานและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์พบว่า ห้องสมุดมีการกำหนดผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านการสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่า ห้องสมุดมีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการผ่านเว็บไซต์ ห้องสมุดที่เป็นทางการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์พบว่า ห้องสมุดมีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73)

3. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยศึกษาจากผู้ให้บริการ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ผลการวิจัยปรากฏว่า ปัญหาที่ผู้ให้บริการพบมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมของห้องสมุดไม่ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.09) ส่วนปัญหาที่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดพบมากที่สุด คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดโดยส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์การทำงานประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

**คำสำคัญ:** การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน บริการสารสนเทศ

## Abstract

The purpose of this study is to study the operating conditions of public relations and problems of the operation of public relations in the libraries of Private Universities by using survey research method. The respective samples are; 1) 400 library users in Semester 1 of Academic Year 2019 are randomly selected, determined by using Krejcie and Morgan table scale (1970, pp.607-610) that the population of 100,000 will be represented by the sample of 384, 2) the administrators/public relations practitioners which consists of 1 administrator and 2 library public relations practitioners for each library (Total 15 people). The method of selection is specified from the 5 libraries of the private higher education institutions with outstanding in public relations: 1) The library of Rangsit University 2) The library of Dhurakij Pundit University 3) The library of Bangkok University 4) The library of Sripatum University 5) The Academic Resource Center of Bangkokthonburi University.

### *The result indicated as follows;*

1. In term of the news exposure to the public relations, the users have the opinions that the landscape and location of the library are beautiful. The atmosphere is suitable for organizing public relations activities in the highest priority (mean 3.54). In term of receiving news and public relations activities, it is found that the users receive the news, public relations activities and the library's services through publicity signs and posters are the highest order (mean 3.42).

2. Operating conditions for public relations of the library was classified by the public relations process which are Research/Public Relations Survey to be considered with the public relations operation. It was found that the library has researched the guidelines to promote the library's information services to be used as basic information in planning and operating public relations as the highest priority (mean 4.27). In terms of public relations planning, it was found that the responsible person for public relations operation was determined by the library in the

highest order (mean 3.80). For Communication/Public relations operations, it was found that the dissemination for news, public relations activities and the services of the library via official website is the highest order (mean 4.47). The evaluation of public relations was found that the highest order is to evaluate the library publicity through online questionnaire (mean 3.73).

3. In terms of the problem of public relations in the libraries of Private Universities the respective samples of users, the administrators, public relations practitioners, it was found that the most common problem is the public relations have not been thorough enough (mean 3.09). And the public relations problems from the respective samples of the library administrators and public relations practitioners found that the highest priority problems of public relations practitioners are inexperienced.

**Keywords:** Public Relations, Information service, Private University Libraries

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในบริบทสังคมเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลกระทบต่อภาวะการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตขององค์กร ทำให้แต่ละองค์กรต่างแสวงหาแนวทางและวิธีการสร้างความได้เปรียบเพื่อสร้างศักยภาพการบริหารจัดการผ่านกลไกการจัดการเชิงกลยุทธ์ (พิบูล ที่ปะปาล และ ธนวัฒน์ ที่ปะปาล, 2559, น. 1-3; สุดใจ วันอุดมเดชาชัย, 2556, น. 6-7) ซึ่งเป็นวิธีการจัดการที่ได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงสถาบันการศึกษาของภาครัฐและเอกชน (ธนชัย ยมจินดา, 2555, น. 1-2) สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นองค์กรหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ องค์กรต้องทบทวนบทบาทและกลวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางและกระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความแตกต่างจากสถาบันการศึกษาของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถใ้มนักเรียนที่ต้องการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ตอบสนองความต้องการทางด้านหลักสูตรการเรียนการสอน (สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์, 2561, น. 1)

ห้องสมุดซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุนที่อยู่ภายใต้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ การสนับสนุนการเรียนการสอน การพัฒนาทางด้านวิชาการ การค้นคว้าวิจัย รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดทักษะในการใช้สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ การทำงาน และการส่งเสริมด้านอาชีพ จึงต้องดำเนินงานควบคู่ไปกับองค์การหลักเพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดประสิทธิภาพในภาพรวม เพื่อตอบสนองต่อนโยบายและพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทรงพันธ์ เจริมประยงค์, 2557, น. 81) และยังเป็นตัวชี้วัดด้านคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษา มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ให้กับสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งในการบริหารจัดการห้องสมุดให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านไม่ว่าจะเป็น งบประมาณ บุคลากร องค์ประกอบด้านสถานที่ในการจัดให้บริการสารสนเทศ สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุอุปกรณ์ในการสนับสนุนการเรียนการสอน จำนวนทรัพยากรสารสนเทศ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศ (อภิชาติ อารยะเจริญชัย, 2558, น. 24-34) ห้องสมุดจึงต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่ โดยการจัดบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ห้องสมุดยุคใหม่จึงเล็งเห็นความสำคัญของการนำหลักการจัดการเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดเพื่อให้การนำเสนอบริการและกิจกรรมต่างๆ เป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์มาช่วยพัฒนาการบริการสารสนเทศและกิจกรรมของห้องสมุด เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการกิจกรรมและการให้บริการ การเผยแพร่บริการสารสนเทศไปยังกลุ่มผู้ใช้ การสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการดึงดูดให้เกิดความสนใจ การจูงใจ การทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดี รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการผ่านสื่อต่างๆหลากหลายรูปแบบ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี อันจะส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ เกิดการใช้บริการห้องสมุดที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับแหล่งบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์อื่นๆ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดจะต้องคิดค้นกลวิธีเพื่อดึงดูดและเพิ่มกระแสมความสนใจของผู้ใช้บริการ (จินตวีร์ เกษมสุข, 2554, น. 72; ตรุณี ณ ลำปาง, 2555, น. 76)

จากการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาทั้งในภาครัฐและเอกชน พบว่าห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในภาพรวมยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคทางการประชาสัมพันธ์ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของสุจิตรา สีหาอาจ, สมชาย วรรณยานุไกร, และ ศุภรชตรา แสนวา (2561, น. 99) ซึ่งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการเชิงรุก

ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดในการจัดบริการสารสนเทศเชิงรุกยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลาย การติดป้ายประชาสัมพันธ์ในมุมที่ไม่มีผู้คนเดินผ่าน การรณรงค์การใช้ห้องสมุดยังน้อยเกินไป ตลอดจนบุคลากรมีจำนวนจำกัด ทำให้การจัดบริการสารสนเทศขาดความต่อเนื่อง แม้ว่าในงานวิจัยบางชิ้นพบว่ามีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด เช่น งานวิจัยของ วงศกร ชัยรัตนถาวร, แววดา เตชาทวิวรรณ, และ สมชาย วรรณญาณไกร (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการใช้เฟสบุ๊คของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจบนเฟสบุ๊คห้องสมุดมากที่สุด คือ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุดก็ตาม แต่ก็ยังมีงานวิจัยที่พบปัญหาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ งานวิจัยของกมลทิพย์ ณ สงขลา (2555) พบว่า ด้านปัญหาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ผู้ปฏิบัติงานมีปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีจำนวนของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์น้อย งานวิจัยของพรทิพย์ แยกคำ (2553) พบว่า ปัญหาการใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐที่พบมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีภาระงานอื่นทำให้ไม่มีเวลาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ ปัญหาด้านงบประมาณที่ไม่ได้จัดแบ่งไว้อย่างชัดเจน ปัญหาการขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก รวมถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และงานวิจัยของเจนต์ คันทะ (2551), นัสฤมล มาเจริญ (2550) ที่พบปัญหาด้านบุคลากร คือ ขาดผู้รับผิดชอบหลัก ไม่มีการกำหนดไว้ในแผนงานและนโยบายที่ชัดเจน รวมไปถึงปัญหาด้านการขาดการจัดสรรงบประมาณ ขาดบุคลากรที่มีคุณวุฒิในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์นั้นมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของห้องสมุดหรือองค์การสารสนเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันองค์การต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการ โดยนำหลักการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์เข้ามาช่วยในการดำเนินงานเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ในปัจจุบันและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมยุคใหม่ เช่นเดียวกับองค์การสารสนเทศที่จะต้องนำหลักการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนการตลาดและการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์มาช่วยในการส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนในการบริหารจัดการ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจ รวมไปถึงการชักชวน การจูงใจ การกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันผู้ใช้บริการสารสนเทศมีทางเลือกมากมายที่ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงสารสนเทศ ห้องสมุดจึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง (อภิชัย อารยะเจริญชัย, 2558, น.28-33) ซึ่งการดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือสำคัญตามแนวคิดของคอตเลอร์  
ปรมาจารย์ด้านการตลาดของโลก โดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า PENCILS ซึ่งได้จำแนกเครื่องมือ  
ในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 7 ประเภท (Philip Kotler; อ้างถึงใน อภิชัย อารยะเจริญชัย, 2558, น. 28-  
33) รวมถึงในปัจจุบันห้องสมุดส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการให้บริการเชิงรุกเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการ  
โดยไม่ต้องร้องขอ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกที่ช่วยให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการสารสนเทศหรือ  
ได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากห้องสมุด (พรพรรณ จันทร์แดง, 2557, น. 71-73; มาลี ล้ำสกุล, 2555, น.  
6-10) โดยต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์ด้วยเช่นกัน

จากการทบทวนผลการวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา  
สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุด  
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ซึ่งผลการวิจัย  
ที่ได้รับในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการให้บริการ  
สารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลไปยังการให้บริการสารสนเทศ  
อย่างคุ้มค่าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศ  
ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
2. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศ  
ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้  
ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการ ผู้บริหารห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ จากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา  
เอกชนจำนวน 5 แห่ง โดยพิจารณาเลือกจากห้องสมุดที่มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ครอบคลุม

ได้แก่ 1) สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต 2) ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
3) สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 4) สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ  
5) สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ผู้ใช้บริการห้องสมุดในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน  
จำนวน 86,664 คน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563) กำหนดขนาดกลุ่ม  
ตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie, & Morgan, 1970, pp. 607-610) ซึ่งกำหนดไว้ว่า  
ประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน  
400 คน นำมากำหนดกลุ่มตัวอย่างของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแต่ละแห่ง ดังนี้ 1) สำนักหอสมุด  
มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 80 คน 2) ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 75 คน  
3) สำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 70 คน 4) สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย  
ศรีปทุม จำนวน 85 คน และ 5) สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 70 คน

1.2 ผู้บริหารห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยผู้บริหารห้องสมุด  
แต่ละ 1 คน รวมจำนวน 5 คน และผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด แต่ละ 2 คน รวมจำนวน  
10 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

## 2. เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

2.1 แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ใช้บริการ เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพและปัญหา  
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รวมทั้งการเปิดรับข่าวสาร  
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดโดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) แบบเติมคำ  
(Completion) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

2.2 แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้บริหารห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์  
เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด  
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) แบบเติมคำ (Completion)  
และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

แบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรง  
เชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และนำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่  
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.50-1.00 และ



ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.87 สำหรับแบบสอบถามชุดของผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงาน ส่วนแบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการห้องสมุดมีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองตามจำนวนที่กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด รวมทั้งข้อมูลด้านการให้บริการห้องสมุดและการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

### 1. ผู้ใช้บริการ

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากที่สุด โดยมีจำนวน 265 คน (ร้อยละ 66.25) และเป็นเพศชาย จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.75) มีอายุระหว่าง 18-22 ปีมากที่สุด โดยมีจำนวน 264 คน (ร้อยละ 66.00) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 310 คน (ร้อยละ 77.50)

1.2 การใช้บริการห้องสมุด พบว่า ความถี่ในการเข้าใช้บริการห้องสมุด คือ มีการเข้าใช้บริการไม่แน่นอนมากที่สุด โดยมีจำนวน 193 คน (ร้อยละ 48.3) ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการห้องสมุด คือ เข้าใช้บริการเมื่อมีเวลาว่างมากที่สุด โดยมีจำนวน 236 คน (ร้อยละ 39.1) ประเภทบริการของห้องสมุดที่มีการใช้บริการมากที่สุด คือ บริการพื้นที่นั่งอ่านหนังสือ โดยมีจำนวน 286 คน (ร้อยละ 15.1) รองลงมา คือ บริการอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายไร้สาย (Wi-Fi) จำนวน 177 คน (ร้อยละ 9.4) และบริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ จำนวน 168 คน (ร้อยละ 8.9) ตามลำดับ

1.3 ปัญหาในการใช้บริการห้องสมุด จากผลการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

1.3.1 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ จำนวนทรัพยากรสารสนเทศไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมา คือ ทรัพยากรสารสนเทศไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.06) และประเภทของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.96) ทั้งนี้ปัญหาที่พบบ่อยดังกล่าว ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลาง

1.3.2 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการขาดประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา คือ ห้องประชุมกลุ่ม/ห้องทบทวนการเรียนรู้ไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.10) โสตทัศนูปกรณ์ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.01) และจำนวนที่นั่งอ่านไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัญหาที่พบบ่อยดังกล่าว ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลาง

1.3.3 ด้านผู้ให้บริการ พบว่า โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ย 3.74) และผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และผู้ให้บริการบางส่วนมีความเห็นว่าจำนวนผู้ให้บริการไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.95) โดยมีความเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลาง

1.3.4 ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ การค้นหาหนังสือบนชั้นไม่พบ (ค่าเฉลี่ย 3.05) รองลงมา คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.94) ผู้ใช้ไม่ทราบวิธีการสืบค้นและการค้นหาหนังสือบนชั้น (ค่าเฉลี่ย 2.88) และไม่ทราบกฎระเบียบในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.77) ทั้งนี้ ปัญหาที่พบบ่อยดังกล่าว ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลาง

#### 1.4 สภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด

1.4.1 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่า ภูมิทัศน์และสถานที่ของห้องสมุดมีความสวยงาม บรรยากาศเหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือ ได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้บริการสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบและข้อปฏิบัติในการใช้บริการห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ทั้งนี้ หากแยกประเภทของการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดตามช่องทางในการรับรู้ข่าวสารพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และโปสเตอร์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมา คือ ได้รับข่าวสาร

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดผ่านสื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.38) ได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดทาง เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.25) ได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดทางเว็บไซต์ที่เป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) (ค่าเฉลี่ย 3.09) และได้รับข่าวสารการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านการถ่ายทอดสดด้วยคลิป์วิดีโอ (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

1.4.2 ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ผลการวิจัยปรากฏว่าปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมา คือ วิธีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.08) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.02) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.01) และเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไม่ดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัญหาที่พบดังกล่าว ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลาง

## 2. ผู้บริหารห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

### 2.1 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

2.1.1 ด้านการวิจัย/การสำรวจข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพิจารณาประกอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Research: R) พบว่า ห้องสมุดมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงานของห้องสมุดและหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานภายในห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 4.13)

2.1.2 ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ (Advance planning: A) พบว่า มีการกำหนดผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา คือ บุคลากรห้องสมุดมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 3.27)

2.1.3 ด้านการสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Communication: C) พบว่า มีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดด้วยเว็บไซต์ที่เป็นทางการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา คือ มีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดทาง

เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ ข้อปฏิบัติในการใช้บริการห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

2.1.4 ด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (Evaluation: E) พบว่า ห้องสมุด มีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา คือ มีการนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

## 2.2 ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

ปัญหาที่ผู้บริหารห้องสมุดและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดพบมากที่สุด คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดขาดประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมา คือ ปัญหาด้านการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) และปัญหาจำนวนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังประเด็น ต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้องสมุด จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์และสถานที่ของห้องสมุดที่มีความสวยงาม บรรยากาศเหมาะสม ต่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยมีความคิดเห็นในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าด้านสถานที่และ สภาพแวดล้อมในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดนั้นมีความเหมาะสม สามารถใช้จุดเด่น ในด้านนี้ดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการ เกิดความสนใจข่าวสารและบริการของห้องสมุดได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณี เบ็ญจวัฒนาผล, นงพงา ลีลายนะ และ ดิเรก ธรรมารักษ์ (2560, น. 135-140) ที่ได้ทำการศึกษา เกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วย การมีนโยบายที่ชัดเจน การจัดกิจกรรมและวิธีการที่หลากหลาย

การใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย การมีความพร้อมขององค์กรและบุคลากร ซึ่งรวมถึงความพร้อมด้านสถานที่และบรรยากาศในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

2. ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้องสมุด จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และโปสเตอร์มากที่สุด ได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดผ่านสื่อบุคคล ได้รับข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดทางเฟซบุ๊ก แสดงให้เห็นว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดส่วนใหญ่เป็นป้ายประชาสัมพันธ์และโปสเตอร์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด แต่ยังมีการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อบุคคลและเฟซบุ๊กในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ต้นจระไร (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย งานวิจัยของศุภชร พิริยะการสกุล (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพบว่ากลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วย การใช้สื่อประเภท การจัดแถลงข่าว การใช้โปสเตอร์โฆษณา ป้ายผ้า รวมทั้งสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์องค์กร อินโฟลิฟต์ ยูทูป เฟซบุ๊ก รวมทั้งสื่อบุคคล งานวิจัยของ Israel (2012) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยในรัฐเดลาแวร์ ประเทศไนจีเรีย โดยพบว่า กิจกรรมสำคัญที่ห้องสมุดจัดขึ้น เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดนิทรรศการและการจัดแสดงการเผยแพร่ข้อมูล โดยเฉพาะการศึกษาผู้ใช้และการให้บริการอ้างอิง รวมไปถึงการจัดให้บริการเชิงรุกในรูปแบบการให้บริการภายนอกสถานที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nwezeh (2010) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไนจีเรีย: กรณีศึกษา ห้องสมุดเฮซเกีย อลูวาซามิ (Hezekiah Oluwasanmi) มหาวิทยาลัยโอบาเฟมี อาโวกโลโวก โดยพบว่า การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้นควรเพิ่มแนวคิดทางการตลาดและการส่งเสริมการใช้บริการของห้องสมุดให้สามารถดึงดูดความสนใจ ของผู้ใช้บริการให้มากขึ้นและควรใช้เว็บไซต์ในการส่งเสริมการใช้บริการและเผยแพร่กิจกรรมของห้องสมุด

3. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยศึกษาจากความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและจำแนกตามกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการวิจัย/การสำรวจข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพิจารณาประกอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Research: R) พบว่าห้องสมุดมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมากที่สุด ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์

(Advance planning: A) พบว่าผู้ใช้บริการมีการกำหนดผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากที่สุด ด้านการสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Communication: C) พบว่าผู้ใช้บริการมีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดด้วยเว็บไซต์ที่เป็นทางการมากที่สุด และด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (Evaluation: E) พบว่าผู้ใช้บริการมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในด้านการสำรวจข้อมูลนั้นพบว่าห้องสมุดมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศเพื่อนำมาประกอบการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้น มีการกำหนดผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าห้องสมุดมีแผนการดำเนินงานชัดเจน มีผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรม ส่วนในด้านการสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า มีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดด้วยเว็บไซต์ที่เป็นทางการชี้ให้เห็นว่ามีการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันประเภทหนึ่ง มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alansari (2013) ที่ทำการศึกษารื่องการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยในกลุ่มประเทศคณะมนตรีความร่วมมือแห่งอ่าวอาหรับ (GCC) โดยพบว่าช่องทางในการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ได้แก่ เว็บไซต์ของห้องสมุด และในด้านการประเมินผลการประชาสัมพันธ์นั้น พบว่าห้องสมุดมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าห้องสมุดมีความต้องการที่จะพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยนำผลการประเมินมาปรับปรุงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และพัฒนา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนัสฤมล มาเจริญ (2550) ที่ได้ทำการศึกษากี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทยที่มีการกำหนดผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยจัดตั้งคณะทำงานจากตัวแทนของทุกฝ่าย มีการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยของเจนต์ คันทะ (2551) ได้ทำการศึกษากี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ งานวิจัยของศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ตันสุวรรณนท์ (2558, น. 175-194) ที่ทำการศึกษารื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษา เขตภูมิภาคศรีสะเกษได้ งานวิจัยของพชรไพ ประภัสสร (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยพบว่าสถาบันอุดมศึกษา

และห้องสมุดมีการกำหนดนโยบายการวางแผน และมีเป้าหมายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน รวมทั้งมีการประเมินผลและนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

#### 4. ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ผู้วิจัยได้ศึกษาปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดทั้งจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง แสดงให้เห็นว่าห้องสมุดมีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป หรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลาย มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hines, Elrod, Huet, Ewing, & Freund (2019) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยการประเมินผลจากกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนักศึกษาศาสาวิชาการประชาสัมพันธ์ร่วมมือกับบรรณารักษ์ห้องสมุดออกแบบขึ้น ซึ่งผลการประเมินพบว่า ปัญหาในการใช้ห้องสมุด คือ นักศึกษาไม่ทราบว่าห้องสมุดมีบริการอะไรบ้าง ไม่ทราบวิธีการใช้งานและการใช้บริการต่างๆ ของห้องสมุดที่บรรณารักษ์จัดให้บริการ ดังนั้นในปัจจุบันห้องสมุดอาจต้องพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร ในสังคมยุคใหม่ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้สามารถรับรู้และเข้าถึงบริการของห้องสมุดได้มากที่สุด ส่วนปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานพบมากที่สุด คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดขาดประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากผลการวิจัยนั้นพบว่าผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ จึงเป็นสาเหตุของปัญหาที่พบว่าผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดขาดประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าห้องสมุดควรส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานให้ได้รับความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alansari (2013) ซึ่งพบว่าห้องสมุดมีพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จำนวนน้อยและไม่มีพนักงานปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แบบเต็มเวลา งานวิจัยของนัสฤมล มาเจริญ (2550) ที่พบว่าผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ซึ่งไม่มีวุฒิการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และงานวิจัยของพชรไพ โประภัสสร (2557) ที่พบว่าปัญหาส่วนหนึ่ง คือ การมีบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการวิจัย/การสำรวจข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพิจารณาประกอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุด ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของห้องสมุด มีข้อเสนอแนะสำหรับห้องสมุดในการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรทำวิจัยหรือพัฒนานวัตกรรม ทั้งในประเด็นที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการศึกษาผู้ใช้ รวมไปถึงการประเมินคุณภาพการส่งเสริมการให้บริการ

1.2 ด้านการสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และบริการของห้องสมุดด้วยเว็บไซต์ที่เป็นทางการ แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง มีข้อเสนอแนะในการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข่าวสารและกิจกรรมของห้องสมุดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมยุคใหม่ที่เป็นดิจิทัล รวมไปถึงการปรับรูปแบบเชิงรุกมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือ และเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย เช่น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเชื่อมโยง (Link) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข่าวสารและกิจกรรมของทางห้องสมุดได้สะดวกยิ่งขึ้น เป็นต้น

1.3 ด้านผู้ปฏิบัติงาน พบปัญหาเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดขาดประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์ มีข้อเสนอแนะ คือ ห้องสมุดควรมีการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรของห้องสมุดให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการความรู้ การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นต้น

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งเป็นการศึกษาในภาพรวม ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะให้ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดในด้านวิธีการหรือช่องทางแต่ละประเภทอย่างละเอียด เพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึก และสามารถนำไปพัฒนางานประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องมากยิ่งขึ้นต่อไป



## เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ณ สงขลา. (2555). การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก [http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=310771](http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=310771)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). ระบบเผยแพร่สารสนเทศอุดมศึกษา: นักศึกษารวม [รูปแบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <http://www.info.mua.go.th/info>
- กัลยา ต้นจระ. (2555). การใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/61195>
- จินตวิทย์ เกษมสุข. (2554). การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจนต์ คันทะ. (2551). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สืบค้นจาก <http://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/230065>
- ดร.ณิ ณ ลำปาง. (2555). การตลาดบริการของห้องสมุด. วารสารมนุษยศาสตร์สาร (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่), 13(1), 75-90.
- ทรงพันธ์ เจริญประสงค์. (2557). การให้บริการห้องสมุดสมัยใหม่: แนวโน้มในปัจจุบันและความท้าทายในอนาคต ใน การพัฒนาห้องสมุด: แนวโน้มในปัจจุบันและความท้าทายในอนาคต. กรุงเทพฯ: สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนชัย ยมจินดา. (2555). แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ใน เอกสารการสอนชุดวิชา 32326 การจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการเพื่อสร้างสมรรถนะ หน่วยที่ 1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นัสถุมล มาเจริญ. (2550). การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก [http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=212541](http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=212541)

- พชรไพเราะ ประภัสสร. (2557). กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคเหนือตอนล่าง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. สืบค้นจาก [http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=435584](http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=435584)
- พรทิพย์ แยกคำ. (2553). การใช้สื่อของผู้ปฏิบัติงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก [http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=47144](http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=47144)
- พรพรรณ จันทร์แดง. (2557). ห้องสมุดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ปิบล ที่ปะปาล, และ ธนวัฒน์ ที่ปะปาล. (2559). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- ปัทมาธิ์ เอ่งฉ้วน. (2549). การวิจัยทางด้านสารสนเทศศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มาลี ลำสกุล. (2555). การจัดการบริการสารสนเทศ ใน แนวการศึกษาชุดวิชา 13733 ผู้ใช้และการบริการสารสนเทศ: หน่วยที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วงศ์กร ชัยรัตนถาวร, แวตตา เตชะทวิวรรณ, และ สมชาย วรรณญาณุไกร. (2557). การวิเคราะห์การใช้แฟชบุ๊กของห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Lib\\_Inf\\_Sci/Wongsakorn\\_C.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Lib_Inf_Sci/Wongsakorn_C.pdf)
- วรรณิ์ เบ็ญจวัฒนาผล, นงพงา ลีลายน, และ ดิเรก ธรรมารักษ์. (2560). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน. วิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 9(2), 135-140. สืบค้นจาก <http://www.ptu.ac.th/journal/data/9-2/9-2-16.pdf>
- ศิริวรรณ จุลทับ, และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาเขตภูมิศาสตร์ภาคใต้. ราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2(2), 175-194. สืบค้นจาก <http://e-journal.sru.ac.th/index.php/srj/article/view/370>

- ศุภชรรี พิริยะการสกุล. (2553). กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก [http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=359381](http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=359381)
- สุจิตรา สีหาอาจ, สมชาย วรรณญาณไกร และ ศุภรรษตรา แสนวา. (2561). การจัดการบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. *บรรณศาสตร์ มศว*, 11(1), 92-104. สืบค้นจาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/article/view/10139>
- สุวัชรวิทย์ สุวรรณสวัสดิ์. (2561). ม.เอกชนส่อปิดตัวสูง หลังนักศึกษาลาถอย. *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/education/news-165748>
- สุदीใจ วันอุดมเดชชัย. (2556). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- อภิชัย อารยะเจริญชัย. (2558). การตลาดและการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ในวันที่โลกเล็กลง. *ห้องสมุด*, 59(1), 27-33. สืบค้นจาก [https://www.tci-thaijo.org/index.php/tla\\_bulletin/article/view/146033](https://www.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/146033)
- Alansari, H. A. (2013). Public relations in academic libraries in Gulf Cooperation Council (GCC) states. *Library Management*, 34(1/2), 68-82. doi: 10.1108/01435121311298289
- Hines, A., Elrod, R., Huet, H., Ewing, S., & Freund, L. (2019). Putting the Audience in Charge of the Message: Assessment of Student-Generated Public Relations Campaigns in an Academic Library. *Marketing Libraries Journal*, 3(2), 64-78. Retrieved from <https://doaj.org/article/4d487baa4ef8468ba98acd3df6a835f9>
- Israel, O. (2012). Public Relations Practices in Academic Libraries. *Journal of Library & Information Science*, 2(2), 300-319. Retrieved from <http://irjlis.com/wp-content/uploads/2011/12/13-IR069.pdf>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research. *Education and Psychological measurement*, 30, 607-610.
- Nwezeh, C. M. T. (2010). Public relations in Nigerian university libraries: The case of Hezekiah Oluwasanmi Library, Obafemi Awolowo University. *The Electronic Library*, 28(1), 100-107. doi: 10.1108/02640471011023405