



# รังสิตสารสนเทศ

วารสารวิชาการทางบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2545 ISSN 0859-1814



<http://library.rsu.ac.th>  
ISSN 0859-1814

#### ที่ปรึกษาภาคติมศักดิ์

ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์  
ผศ.ดร.นเรศ พันธราธร  
ดร.มานิต บุญประเสริฐ  
นายเอกชาติ สมพงษ์

#### ที่ปรึกษา

พัชรา หาญเจริญกิจ

#### บรรณาธิการประจำฉบับ

พัชรา หาญเจริญกิจ

#### กองบรรณาธิการ

ชะอ้อน พันธุ์  
พรศรี สุขการค้า

#### อุปเต็มและจัดพิมพ์

ศูนย์สนับสนุนและพัฒนาศึกษา  
การสอบ มหาวิทยาลัยรังสิต

## รังสิตสารสนเทศ

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2545

วารสารวิชาการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

#### วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
- ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางด้านวิชาชีพและวิชาการบรรณารักษศาสตร์

#### กำหนดออก

ปีละ 2 เล่ม (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม )

#### อัตราค่าสมาชิก

จำหน่ายปลีก ฉบับละ 80 บาท

สมาชิกรายปี ปีละ 160 บาท

ติดต่อได้ที่ นางสาวชะอ้อน พันธุ์

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

เมืองเอก ถ. พหลโยธิน อ.เมือง ปทุมธานี 12000

โทร. 0-2533-9020-4,

0-2533-9050-7,

0-2997-2222 ต่อ 3261

โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 3273

e-mail: [patchara@rangsit.rsu.ac.th](mailto:patchara@rangsit.rsu.ac.th)

❖ วารสารรังสิตสารสนเทศยินดีเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน โดยท่านผู้อ่านทุกท่านสามารถส่งบทความได้ที่ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

❖ ข้อความและเนื้อหาที่ปรากฏในวารสารรังสิตสารสนเทศ เป็นความคิดเห็นและทัศนะเฉพาะตัวของผู้เขียน จึงอยู่เหนือความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ

# รังสิตสารสนเทศ

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2545

ISSN 0859-1814

## สารบัญ

	หน้า
๕ บทบรรณาธิการ	
๕ การพัฒนาระบบการจัดการบริการสารสนเทศ _____ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ	7
๕ บุคลิกภาพกับการให้บริการ _____ ดาวรัตน์ แทนรัตน์	13
๕ การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต _____ พัชรา หาญเจริญกิจ, กาญจนา เพ็งคำศรี รัตนภรณ์ กาศโอสถ, ประทีป ชินบดี	18
๕ การสืบค้นสารสนเทศจาก WEBPAC สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต _____ กนกวรรณ จันทร์	30
๕ การเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อเข้าแข่งขันกีฬาระหว่างสถาบัน _____ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไชยรัตน์ รุจิพงศ์	49
๕ การศึกษาการใช้จุดแว้วอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบ สุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 _____ แนนน้อย บุญเนตร	57
๕ ดรรชนีวารสารรังสิตสารสนเทศ ปีที่ 7 - ปีที่ 8 พ.ศ. 2544-2545 _____ ลมัย ประคอนสี	73

## **ปรัชญา**

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต  
เป็นแหล่งทรัพยากรเรียนรู้เพื่อไปสู่ความเป็นเลิศ

## **ปณิธาน**

สำนักหอสมุด มุ่งมั่นให้บริการทางวิชาการ เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพ ประสิทธิภาพ  
ทางด้านการเรียนการสอน และการค้นคว้าวิจัย ด้วยความสะดวกรวดเร็วและ  
จิตสำนึกที่ดี

## **พันธกิจ**

สำนักหอสมุด มีพันธกิจในการสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย  
การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัยรังสิต โดยมุ่งเน้นการแสวงหา  
ทรัพยากรสารสนเทศทุกรูปแบบ บริการที่หลากหลาย สนองตอบความต้องการ  
ของผู้ใช้ พร้อมส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพ  
ในการให้บริการ

ท่านสามารถอ่านบทความของวารสารอังกฤษีสตสเทศได้ที่...

เว็บไซต์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต <http://library.rsu.ac.th>



## บทบรรณาธิการ

รังสิตสารสนเทศฉบับที่ท่านกำลังอ่านอยู่นี้เป็นฉบับประจำเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2545 ผู้อ่านหลายท่านคงมีข้อสังเกตว่ามีความล่าช้าในการจัดทำ ซึ่งก็เป็นความจริงที่บรรณาธิการต้องขออภัยไว้ ณ โอกาสนี้

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความล่าช้าในการจัดทำดังที่ได้เกริ่นนำไว้ในตอนต้น แต่บทความที่น่าสนใจอยู่ภายในเล่มก็น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านไม่น้อยเลยทีเดียว ไม่ว่าจะเป็นบทความเรื่องการพัฒนากระบวนการจัดการบริการสารสนเทศของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ ซึ่งได้เน้นให้นักสารสนเทศตระหนักถึงความสำคัญของการจัดบริการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ตามด้วยบทความที่สนับสนุนกันคือเรื่องบุคลิกภาพกับการให้บริการซึ่งเป็นการถอดเทปการบรรยายในกิจกรรมโครงการเสวนาวิชาการและบริการของสำนักหอสมุด โดย อาจารย์อรรถัญญา พิสิษฐเกษม อาจารย์ประจำ คณะอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรังสิต สำหรับบทความเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2544 และการสืบค้นสารสนเทศ จาก WEBPAC สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นบทความที่บุคลากรของสำนักหอสมุดรวบรวมและเรียบเรียงขึ้น เพื่อถ่ายทอดกิจกรรมการดำเนินงานของสำนักหอสมุด ให้ผู้อ่านทั่วไปได้รับทราบ นอกจากบทความในแวดวงวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์แล้ว ยังมีบทความวิชาการและบทวิจัยที่ได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ประจำของมหาวิทยาลัยรังสิตอีก 2 เรื่อง คือ เรื่องการเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อเข้าแข่งขันกีฬาระหว่างสถาบันของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไชยรัตน์ รุจิพงษ์ และ เรื่องการศึกษา จุดแว้ววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปีค.ศ. 2000-2002 ของอาจารย์เน่งน้อย บุญยเนตร

กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความไว้วางใจให้วารสารรังสิตสารสนเทศเป็นผู้จัดพิมพ์และเผยแพร่บทความอันมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาชีพและวิชาการโดยทั่วไป กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในโอกาสต่อไป และหากผู้อ่านท่านใดมีข้อเสนอแนะกองบรรณาธิการยินดีน้อมรับเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

บรรณาธิการประจำฉบับ

## การพัฒนาระบบการจัดการบริการสารสนเทศ

ผศ.ดร.ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ\*

ความรู้เป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนมากกว่าข้อมูลและสารสนเทศ ข้อมูลเป็นเพียงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ต่างๆ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือมีผู้บันทึกไว้เป็นข้อความอธิบายโดยผูกไว้กับเงื่อนไขของเวลา ข้อมูลเหล่านี้มีเกิดขึ้นมากมายในแต่ละวัน นอกจากนี้การผลิตสารสนเทศในรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะบันทึกไว้ในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละวันมีจำนวนมากมายจนยากที่มนุษย์จะติดตามได้อย่างครบถ้วน ซึ่งถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการทะลักของสารสนเทศ (Information Explosion) จนไม่อาจทราบได้ว่าข้อมูลที่มีมากมายนั้นมีอะไรบ้าง นักสารสนเทศจึงมีความสำคัญเพราะเป็นผู้นำข้อมูลอย่างมากมายนั้นมารวบรวม วิเคราะห์ สรุป กลั่นกรองและประมวลผลให้เป็นสารสนเทศ (Information) ซึ่งเป็นการจัดการกับสารสนเทศ ทำให้ผู้ใช้สารสนเทศเข้าใจภาพรวมของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น ระบบที่นำข้อมูลที่จัดเก็บไว้มาประมวลผลให้เป็นสารสนเทศได้ เรียกว่า ระบบสารสนเทศ สารสนเทศยังไม่ใช่เป้าหมายหลักของมนุษย์เพราะสารสนเทศเป็นเพียงภาพรวมของเหตุการณ์หนึ่งๆ ที่เกิดขึ้น ยังไม่ได้แสดงภาพรวมของทุกเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ดังนั้น จึงต้องการให้มีการประมวลผลต่อไปอีกระดับหนึ่ง โดยการวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ให้เกิดเป็นความรู้ที่สามารถช่วยในการตัดสินใจ ในขั้นตอนนี้เป็นที่ยากที่จะใช้เทคโนโลยีใน

การดำเนินการถึงแม้จะมีความพยายามของนักเทคโนโลยีก็ตาม แต่อย่างไรก็ตาม การประมวลผลในขั้นนี้น่าจะเป็นการทำโดยนักสารสนเทศมากกว่า โดยประสิทธิภาพของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ก็สามารถทำการจัดเรียงคำนวณ จัดเก็บและค้นคืนสารสนเทศ แต่คอมพิวเตอร์ไม่สามารถสร้างความรู้ได้ นักสารสนเทศจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดเก็บความรู้เอาไว้ให้เป็นหมวดหมู่ และจัดการวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อนำไปใช้งานได้ทันที นักสารสนเทศจะดำเนินการจัดหาสารสนเทศทั้งในรูปแบบตำราหรือบทความต่างๆ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องจัดการกับความรู้ที่อยู่ในสมองของมนุษย์และนำมาใช้ประโยชน์ให้ได้ นักสารสนเทศต้องพิจารณาปัจจัยในการดำเนินงานสารสนเทศที่จะทำให้เกิดความสำเร็จดังนี้

1. แก่นของการเปลี่ยนแปลงก็คือสำนึกและทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานในห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศนั้นๆ
2. ทิศทางการให้บริการของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ ต้องสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนการศึกษาแห่งชาติ
3. ใช้แนวคิดและกลยุทธ์การตลาดเป็นแนวทางการพัฒนาบริการเชิงรุก
4. หัวใจของงานของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศก็คือ การเข้าถึงลูกค้า (Approach the Users)

\*ผู้อำนวยการสำนักงานวางแผนพัฒนาคุณภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต

5. ดังนั้นต้องรู้ถึงความจำเป็นและความต้องการและศักยภาพของผู้ใช้ (Need / Want/Potential of the Users) (ทำอย่างไร)

6. ใช้วิธีการวิจัยตลาด (Marketing Research) (ใช้เครื่องมืออะไร)

7. ผลผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้(รู้แล้วทำอย่างไร)

8. ผลผลิตขึ้นมาแล้วต้องให้ผู้ใช้รู้และเข้ามาใช้บริการ โดยใช้ Market Mix

9. สินค้าของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศคืออะไร (การปรับแต่งสารสนเทศและบริการสารสนเทศ)

ในการดำเนินงานสารสนเทศมีพันธกิจที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การจัดบริการสารสนเทศ ซึ่งการจัดบริการสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดความหมายของบริการและผลิตภัณฑ์ทางสารสนเทศ ให้ชัดเจนว่าห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศจะมีบริการหรือกิจกรรมหลายๆ อย่างที่ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศคิดว่าควรจะมีให้แก่ผู้ใช้สารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้ทราบ ดังนั้นห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศจำเป็นต้องกำหนดว่าบริการและผลิตภัณฑ์สารสนเทศนั้นควรมีอะไรบ้าง จึงมีความจำเป็น

2. การตรวจสอบความคิดเห็นของลูกค้า การสำรวจความคิดเห็นมีส่วนสำคัญต่อการปรับปรุงกิจกรรมการบริการสารสนเทศให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนามาบริการสารสนเทศหรือทรัพยากรสารสนเทศที่มีความสำคัญกับผู้ใช้บริการสารสนเทศ โดยพิจารณาว่าผู้ใช้ต้องการบริการอะไรบ้างที่ทางห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศยังไม่ได้จัดบริการให้กับผู้ใช้

หรือยังให้ไม่เพียงพอ เช่น ความสะดวกในการใช้บริการ ประเภทของบริการสารสนเทศที่จัดให้ การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศใหม่หรือการประเมินบริการของคู่แข่ง สารสนเทศที่ได้จากการพิจารณาการบริการของคู่แข่ง จะช่วยให้ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศสามารถกำหนดได้ว่าบริการขั้นต่ำที่ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศควรจะทำเนมีการมีอะไรบ้าง และผู้ใช้มีโอกาสใช้ประโยชน์จากการบริการสารสนเทศที่ควรจัดให้ได้อย่างไร

3. การกำหนดระดับบริการที่ดึงดูดลูกค้าก็เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ สารสนเทศและบริการสารสนเทศ โดยสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ พิจารณาคู่แข่งให้บริการอะไรบ้างที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจการกำหนดระดับบริการที่ควรพิจารณามีดังนี้

3.1 ระดับบริการขั้นต่ำ

3.2 เพิ่มบริการที่สามารถสร้างความต้องการให้แก่ผู้ใช้ (Create demand) เช่น ถ้าเป็นสินค้าก็อาจจะออกแบบหีบห่อให้สวยงามดึงดูดความสนใจของลูกค้า แต่ถ้าเป็นบริการต้องพิจารณาบริการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้หรือบริการเพิ่มเติมโดยผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

3.3 พิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมกับองค์กร เช่น มีปัญหาด้านการจัดชั้นหนังสือ ก็อาจจะยืดเวลาการยืมให้นานขึ้น ซึ่งจะลดจำนวนการนำหนังสือขึ้นชั้น

4. การสร้างโปรแกรมบริการ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยกำหนดว่าโปรแกรมการนำเสนอบริการมีอะไรบ้าง ใช้วิธีการนำเสนออย่างไร ซึ่งจะมีผลต่อการดำเนินงานในการจัดบริการว่าเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้หรือไม่

5. การทดสอบตลาด เนื่องจากการกำหนดระดับการบริการนั้นมีค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาถึงบริการที่มีผู้ใช้เพิ่มขึ้น การทดสอบตลาดของการบริการจึงมีความจำเป็นเพื่อพิจารณาว่าการบริการนั้นๆ สามารถดึงดูดความต้องการหรือไม่ ผู้ใช้มีปฏิกิริยาอย่างไร ต่อการบริการที่ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศจัดให้ ทั้งนี้จะช่วยให้องค์กรเกิดความมั่นใจมากขึ้นในการจัดบริการให้กับผู้ใช้

6. การควบคุมการปฏิบัติงาน การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายต้องมีการควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร การควบคุมผลิตภัณฑ์ทางสารสนเทศและบริการสารสนเทศมีขั้นตอนดังนี้

6.1 กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน สำหรับการบริการแต่ละประเภท

6.2 ดำเนินการวัดผลการปฏิบัติงานในกิจกรรมและบริการแต่ละประเภทที่เกิดขึ้น

6.3 ตรวจสอบผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้

6.4 ดำเนินการปรับปรุงผลงานที่เกิดขึ้น และแตกต่างจากมาตรฐานที่กำหนดไว้

## การปรับเปลี่ยนระบบวิธีคิดของผู้ปฏิบัติงานด้านสารสนเทศ

1. บทบาทของบรรณารักษ์ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้บทบาทหน้าที่ของบรรณารักษ์และห้องสมุดเปลี่ยนแปลงไป ในอดีตการจัดแบ่งประเภทของห้องสมุด ทำให้บรรณารักษ์กำหนดบทบาทหน้าที่ของตนตามเป้าหมายของห้องสมุดแต่ละประเภท เช่น ห้องสมุดโรงเรียนก็มุ่งที่จะให้บริการเฉพาะนักเรียนเท่านั้น ปัจจุบันการเชื่อมโยงของโลกเข้าเป็นหนึ่งเดียวเป็น Global Village หรือเป็นระบบโลก (World System) ดังนั้นต้องมองบทบาทของห้องสมุดในทัศนะใหม่ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชาติเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่มีการลงทุนอย่างสูงในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ จึงควรต้องมีการพิจารณาว่าทำอย่างไรจะให้เกิดมีการใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยต้องมองว่าทรัพยากรสารสนเทศทั้งหมดในห้องสมุดเป็นของประชาชนทุกคนในประเทศ ใครมาใช้ก็ได้ เป็นทรัพย์สินสมบัติของคนไทยทั้งชาติหรือของมนุษยชาติซึ่งเท่ากับให้ผู้ใช้ทุกๆคนสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้ ห้องสมุดจึงเป็นแหล่งส่งเสริมแนวคิดประชาธิปไตยอย่างแท้จริง และเป็นการส่งเสริมเสรีภาพขั้นพื้นฐานในการเข้าถึงสารสนเทศ (Right to know)

2. ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศไม่ว่าแห่งใดในโลกไม่สามารถจัดหาทรัพยากรสารสนเทศได้อย่างครบถ้วน จากแนวความคิดเดิมที่เน้นห้องสมุดเป็นเจ้าของทรัพยากรสารสนเทศทั้งพยายามและต้องการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศให้มีจำนวนมาก โดยมีความคิดว่าถ้ามีข้อมูลมากผู้ใช้ก็จะมีการใช้ประโยชน์มากขึ้น มาสู่แนวคิดที่ต้องการให้คนทุกคนสามารถเข้าถึง

นักวิชาการทางบรรณารักษะหลายคนจะเห็นว่าความต้องการของผู้ใช้เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ก็ตาม นอกจากนี้ทักษะในการปรับแต่งสารสนเทศคือ สามารถย่อยข้อมูลเป็นข้อมูลที่สำเร็จรูปให้ผู้ใช้นำไปใช้ได้โดยเฉพาะการให้ความสำคัญของตลาดแบบจำแนกกลุ่ม และถึงแม้จะมีการแยกย่อยเป็นกลุ่มๆ แล้วก็ตาม อาจจะทำหนดลำดับความสำคัญของผู้ใช้แต่ละกลุ่มและออกแบบบริการที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริหารที่เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานห้องสมุด โดยกำหนดเป็นลำดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งอาจจะทำการตลาดแบบ one to one marketing ก็ได้เช่นกัน

6. พัฒนาคณะเองให้เป็นมืออาชีพ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้าถึงสารสนเทศได้ด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องผ่านบรรณารักษะซึ่งเป็นตัวกลางอีกต่อไป วิชาชีพบรรณารักษะก็จะหมดความสำคัญไป ถ้าไม่มีการปรับเปลี่ยนบทบาทให้เป็นมืออาชีพ (Professional) ในการสืบค้นและการแสวงหาสารสนเทศแล้ว ก็คงมีอาชีพอื่นๆ มาทำหน้าที่ในการดำเนินงานเกี่ยวกับสารสนเทศแทน เช่น ผู้ดำเนินงานสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรณารักษะยังทำงานวิเคราะห์ทรัพยากรสารสนเทศ โดยพิจารณาทรัพยากรสารสนเทศเพียงดูแต่เปลือก ว่าใครเป็นผู้แต่ง หนังสือชื่ออะไร พิมพ์ที่ไหน ปีอะไรอยู่ อาชีพนี้ก็คงสูญเสียศักยภาพที่จะเป็นมืออาชีพทางด้านสารสนเทศซึ่งก็ไม่น่าจะเหมือนกันว่าบรรณารักษะเคยเป็นมืออาชีพหรือไม่ เหมือนกับที่ผ่านมาก็อาชีพนี้ไม่ค่อยได้รับการยกย่องในสังคม และมักจะถูกละเลยอยู่เสมอ บรรณารักษะต้องมองเข้าไปให้เห็นถึงเนื้อในของเอกสารหรือสารสนเทศแต่ละเรื่องให้ได้มากกว่าการให้หัวเรื่อง

หรือตรรกะนี้เพียงไม่กี่คำ ผู้เขียนต้องการให้บรรณารักษะมีบทบาทเป็น“ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent)” หมายถึงบุคคลซึ่งสามารถทำให้บุคคลหรือหน่วยงานสังคมเปลี่ยนแปลง ทั้งความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม การเผยแพร่ความคิดใหม่ที่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ไม่ตกอยู่ในกระแสบริโภคนิยมและหลงไหลกับวัฒนธรรมต่างชาติ

7. สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ไม่ใช่หลงไหลปลาลาบปลืมกับการมีเทคโนโลยีมากกว่ารู้ว่ามีเทคโนโลยี เพราะจะนำมาใช้ประโยชน์อะไร และการเปลี่ยนรูปแบบของการบันทึกซึ่งแต่เดิมอาจจะเป็นหนังสือ เปลี่ยนรูปเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในรูปมัลติมีเดียที่เสนอทั้งตัวหนังสือ ภาพ กราฟิกและเสียง ซึ่งบรรณารักษะจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจทั้งข้อจำกัดและประโยชน์ของสื่อเหล่านี้

8. การปรับตัวของบรรณารักษะในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนหรือยุคโลกาภิวัตน์ บรรณารักษะต้องพัฒนาตนเองโดยพัฒนาทักษะ 3 ประการก็คือ

1. การรู้เท่าทันสารสนเทศ ต้องรู้ว่าจะสารสนเทศที่เผยแพร่ออกมาในโลกนี้มีค่านิยมและทัศนคติกำกับอยู่ทุกข้อเขียนไม่มีสารสนเทศใดที่ปราศจากอคติดังนั้นการรู้เท่าทันสารสนเทศที่ได้รับนั้นเป็นจริง เป็นเท็จ บิดเบือน โน้มน้าวใจให้เรากล้วยตามจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะสารสนเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละเรื่อง หรือถ้าเราเชื่อถือเฉพาะสารสนเทศชิ้นใดชิ้นหนึ่งที่มีอยู่ก็มีโอกาสตัดสินใจผิดพลาดได้มาก ดังนั้นจำเป็นต้องแสวงหาสารสนเทศที่ทันสมัยจำนวนมากพอแล้ววิเคราะห์ สังเคราะห์ให้แน่ใจเสีย

ก่อนจึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของคนในยุคการสื่อสารไร้พรมแดน

2. การรู้เท่าทันเทคโนโลยี การพัฒนาของเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญมากในการที่จะก้าวมาสู่ยุคโลกาภิวัตน์ต่อไปความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ก็จะคล้ายๆกับการเปิดดูโทรทัศน์จึงเป็นเรื่องจำเป็นเพราะสารสนเทศในโลกอนาคตจะถูกจัดเก็บในรูปของดิจิทัล ซึ่งจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการค้นคืนสารสนเทศ

3. ความสามารถทางภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารของคนทั้งโลก เพื่อลดข้อจำกัดในการสื่อสารระหว่างกัน และสามารถเข้าถึงสารสนเทศได้ทั่วโลก การพัฒนาทักษะทางภาษาให้มีความสามารถในหลากหลายภาษานับเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับคนรุ่นใหม่ เพื่อจะได้ไม่มีข้อจำกัดในการใช้สารสนเทศ

ในส่วนของผู้ใช้ต้องพัฒนาผู้ใช้ให้มีความรู้ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ นอกจากนี้ยังต้องมีความสามารถเช่นเดียวกับบรรณารักษ์ก็คือ มีความรู้เท่าทันสื่อ เท่าทันสารสนเทศ เท่าทันเทคโนโลยี และมีความสามารถทางภาษาที่จะเข้าใจเอกสารหรือสารสนเทศนั้นๆ

ดังนั้น ปัญหาหลักที่ประเทศไทยประสบ และส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในปัจจุบันก็คือ การรู้เท่าทันกับปัญหากระบวนการศึกษาของไทย ยังไม่สามารถพัฒนาให้คนไทยสร้างนิสัยที่จะตั้งคำถาม การแสวงหาคำตอบและการพัฒนาความคิดที่จะรู้เท่าทันโลกและการเปลี่ยนแปลง โดยใช้แนวคิดในทัศนะขององค์รวม (Holistic) ถ้าห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศสามารถที่จะสร้างให้ผู้ใช้เท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก สร้างคุณลักษณะของคนรุ่นใหม่ ที่จะรู้จักตรวจสอบ มีนิสัยรักการอ่าน การแสวงหาความรู้ และตัดสินใจโดยรู้เท่าทันกับปัญหาได้ก็จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติอย่างมากมายนามมหาศาล



## บุคลิกภาพกับการให้บริการ

๕๖ ดาวรัตน์ แทนรัตน์\*

สืบเนื่องจากเมื่อวันจันทร์ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2546 ระหว่างเวลา 9.30 น. ถึง 11.30 น. สำนักหอสมุดได้เรียนเชิญอาจารย์อรัญญา พิธิษฐเกษม อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ มาเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของบุคลิกภาพแก่บุคลากรของสำนักหอสมุด ในหัวข้อเรื่อง “บุคลิกภาพกับการให้บริการ” ซึ่งคณะผู้จัดทำวารสารวิจัยสารสนเทศเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้มีหน้าที่ให้บริการโดยทั่วไป จึงได้ขออนุญาตวิทยากร นำมาเสนอไว้ในวารสารฉบับนี้



**บุคลิกภาพ** หมายถึง ลักษณะเด่นประจำตัวบุคคล ที่ปรากฏให้บุคคลอื่นรับรู้ เช่น สีหน้า น้ำเสียง คำพูด การเดิน การแต่งกาย

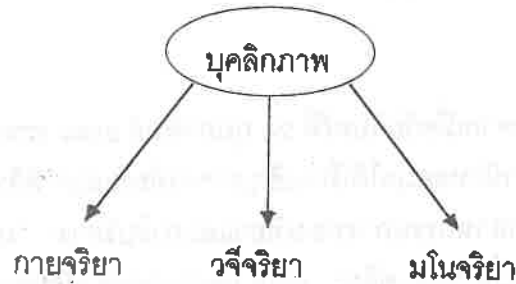
**ลักษณะต่างๆต่อไปนี้ เป็นลักษณะของบุคคลที่มีบุคลิกภาพดีใช่หรือไม่**

รูปร่างดี	สวยน่ารัก	จิตใจดี
แต่งตัวเก่ง	แต่งตัวทันสมัย	พูดเสียงดัง
พูดเพราะ	กระฉับกระเฉง	ยิ้มเก่ง
มีความมั่นใจ	บุคลิกภาพดี	สุขภาพดี

\*รักษาการหัวหน้าแผนกเทคนิค สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ถอดความ

## องค์ประกอบของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพของมนุษย์ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน



**กายจรรยา** หมายถึง ลักษณะทางกาย การกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่นการแต่งกาย การนั่ง การเดิน การยืน การวางตัว

**วจีจรรยา** หมายถึง ลักษณะของการสื่อสารของบุคคล เช่น การใช้คำพูดที่เหมาะสม น้ำเสียงที่ไพเราะ พุดชัดด้วยชัดคำ

**มโนจรรยา** หมายถึง ลักษณะของระบบการคิด มโนภาพทางความคิดของบุคคล เช่น ความมั่นคงทางอารมณ์ สภาวะจิตใจ ความคิดของตนเอง การรู้จักตัวเอง ไม่อิจฉา ไม่คิดร้ายต่อผู้อื่น

### ความสำคัญของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพมีความสำคัญต่อการทำงาน โดยเฉพาะบุคคลที่มีอาชีพต้องให้บริการบุคคลอื่น กล่าวคือ

1. เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ เช่น เมื่อลูกค้าเดินเข้าไปในร้านอาหารเพื่อเลือกซื้ออาหาร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาประกอบการเลือกซื้ออีกคือ อาหารและผู้จัดการ ถ้าผู้จัดการมีบุคลิกที่ไม่ดีมีผลทำให้อาหารไม่น่ารับประทานไปด้วย

2. เป็นการสร้างความประทับใจแรกพบให้กับลูกค้า เช่น ผู้ให้บริการที่แต่งกายประณีตเรียบร้อย จะสร้างความรู้สึที่ดีให้แก่ลูกค้า

3. เป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการให้บริการ เช่น ทำหน้าตาให้สดใสเพื่อแสดงความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า

4. เป็นการเสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคล เช่น การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ การมีบุคลิกภาพและอัธยาศัยอันดี

องค์กรแต่ละแห่งมักจะมีบุคลิกภาพการแต่งกายที่แตกต่างกัน เช่น การแต่งกายนิสิต นักศึกษาของสถาบันต่างๆ จะมีทั้งถูกต้องและไม่ถูกต้องตามระเบียบ แต่สำหรับนักศึกษาของคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการซึ่งต้องไปปฏิบัติงานในโรงแรมหรือบนเครื่องบิน หรืองานที่ต้องให้บริการลูกค้า นักศึกษาจะถูกฝึกเพื่อให้เกิดความพร้อมในการประกอบอาชีพ เช่น การแต่งกาย การวางตนและมารยาททางสังคม

**ประเภทของบุคลิกภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ**

1. บุคลิกภาพแบบกล้าแสดงออก (Extrovert) เป็นลักษณะของบุคคลที่เข้ากับสังคมได้ง่าย ยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ปรับตัวได้ง่าย ชอบสังคม กล้าพูดกล้าแสดงความคิดเห็น

2. บุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introvert) เป็นลักษณะของบุคคลที่เงียบขรึม ไม่กล้าแสดงออก ไม่ชอบพูดคุยกับคนอื่น ขี้อาย ไม่ค่อยยอมรับกับการเปลี่ยนแปลง ชอบอยู่คนเดียวเงียบๆ นิ่งเฉย

ดังนั้น เราต้องพิจารณาว่าตนเองจัดอยู่ในประเภท Extrovert หรือ Introvert ไม่ว่าเราจะมีบุคลิกภาพแบบใด เราสามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพของเราได้ด้วยรอยยิ้ม



**บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ**

สิ่งต่างๆ ที่ผู้ให้บริการควรใส่ใจ เพื่อบุคลิกภาพที่ดี เริ่มตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า

1. **ผม** ทรงผมของผู้ให้บริการเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง คือต้องสะอาด สะอาด ไม่ยุ่ง ไม่เหม็น ไม่มีรังแค ถ้าผมยาวควรเกล้าผมหรือเก็บรวบผมให้เรียบร้อย การเปลี่ยนทรงผมจะทำให้บุคลิกของบุคคลเปลี่ยนไป

2. **ใบหน้า** ผู้ให้บริการควรมีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ยิ้มให้พอเหมาะพอควรกับโอกาสและสถานการณ์ การยิ้มถือว่าเป็นการทักทายลูกค้า ผู้ให้บริการต้องหมั่นดูแลใบหน้าไม่ให้มันเยิ้ม มีการบำรุงผิวหน้า นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ การแต่งหน้าจะทำให้ดูสดใสและดูดีขึ้น และที่สำคัญการแต่งหน้ากับสีเสื้อผ้าควรไปในโทนเดียวกัน

3. **ปากและฟัน** ต้องดูแลรักษาความสะอาดอยู่เสมอ

4. **เสื้อผ้า** การเลือกเสื้อผ้า ควรพิจารณาราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า ความประณีตในการตัดเย็บและการออกแบบ นอกจากนี้ยังต้องระวังในเรื่องการรักษาความสะอาดด้วย การเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับตนเองควรพิจารณา ดังนี้

- คนที่หน้าอกใหญ่ ควรใส่เสื้อปล้อยชายไม่ต้องติดกระดุม
- คนที่รอบอกเล็กไม่ควรใส่เสื้อคอกว้าง
- คนที่ต้นแขนใหญ่ ไม่ควรใส่แขนตุ๊กตา ควรใส่แขนยาว อย่าใส่เครื่องประดับให้ใหญ่ตามแขน ควรเลือกแบบที่มีขนาดเล็กกระทัดรัด
- คนที่ก้นใหญ่ ไม่ควรใส่กางเกงพิต ควรใส่กางเกงหลวมแทน
- คนเอวต่ำ ไม่ควรใส่กระโปรงที่มีจีบ ควรเลือกใส่กระโปรงทรงเอและมีขนาดยาว ไม่ควรใส่ผ้ายัด
- คนเอวหนา เอวใหญ่ ไม่ควรใส่เสื้อที่มีจีบ
- คนช่วงขาสั้น ไม่ควรใส่กางเกงสีส่วน หรือกางเกงเอวต่ำ
- คนคอสั้น ไม่ควรใส่เสื้อติดลำคอ

เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการทำงาน คือชุดสุททซึ่งจะช่วยสร้างความภูมิฐานและความมั่นใจให้กับตนเอง

5. **รองเท้า** รองเท้าที่เหมาะสมสำหรับการทำงาน คือ รองเท้าคัชชูหุ้มส้น รองเท้าที่เลือกใส่ต้องให้เหมาะกับชุดทำงาน เลือกสีที่สุภาพ คือ สีดำ สีขาว สีน้ำตาล คนที่มีข้อเท้าใหญ่ ไม่ควรใส่รองเท้าที่รัดข้อเท้า รองเท้าเปิดส้นควรใช้สำหรับใส่ไปในงานกลางคืนหรืองานเลี้ยง

6. **กระเป๋** ควรให้เป็นสีเดียวกับรองเท้า ดูแลรักษาเรื่องความสะอาดและกลิ่น

7. **เครื่องประดับ** เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมในการแต่งตัว เช่น ต่างหู สร้อยคอ เข็มกลัด นาฬิกา แหวน และผ้าพันคอ เป็นต้น แต่ก็มีข้อควรระวัง คือ

- ไม่ควรใส่เครื่องประดับให้มากจนเกินไป
- ตุ่มหู อย่าใส่เป็นพวง

- เข็มกลัด สำหรับตกแต่งเสื้อไม่ควรมีขนาดใหญ่มากนัก
- น้ำหอม ไม่ควรฉีดพรมลงบนเสื้อผ้าโดยตรง ควรใช้แต่พอประมาณในบริเวณจุดชีพจร ได้แก่ บริเวณข้อมือ หลังหู หรือข้อพับ
- ผ้าพันคอ สามารถนำมาตกแต่งได้ตามความเหมาะสม

#### สุขภาพและบุคลิกภาพ

1. ต้องหมั่นดูแลสุขภาพความสะอาดอยู่เสมอ
2. รับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนา
3. ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
4. พักผ่อนนอนหลับให้เพียงพอ

#### หลักในการแต่งกาย

1. แต่งให้เหมาะกับวัย บทบาท และสถานภาพทางสังคม
2. แต่งกายให้เหมาะสมกับเวลา โอกาส และสถานที่
3. แต่งกายให้เหมาะสมกับรูปร่าง และบุคลิกภาพตนเอง
4. แต่งกายให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ

#### แนวทางการสร้างบุคลิกภาพ

ผู้ให้บริการควรที่จะสำรวจความพร้อมของตนเองก่อนที่จะปฏิบัติงานดังนี้

The way you LOOK	สำรวจกายโดยรวมของตัวเรา
The way you DRESS	สำรวจการแต่งตัว ความสะอาด เรียบร้อย เสื้อผ้าที่สวมใส่
The way you TALK	สำรวจวิธีการพูด น้ำเสียงที่ใช้ ถ้อยคำที่ใช้
The way you WALK	สำรวจการเดิน เดินอย่างไร
The way you ACT	สำรวจกิริยาท่าทาง การวางตัว
The way you WORK	สำรวจวิธีการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ไหม ฯลฯ



## การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิตระหว่างปี พ.ศ.2540-2544

๕๖ พัชรา นาญเจริญกิจ\*  
รัตนาภรณ์ กาศโอสถ\*\*  
กาญจนา เพ็งคำศรี\*\*\*  
สาวิตรี ชินบดี\*\*\*\*

### ความเป็นมา

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษานับเป็นหน่วยงานสำคัญที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนของสถาบัน โดยทำหน้าที่ในการจัดหา จัดเก็บและให้บริการทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่างๆ เพื่อให้ นักศึกษาและอาจารย์ได้ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าและวิจัย แต่สภาพที่ห้องสมุดต้องเผชิญอยู่ในปัจจุบันก็คือ วิทยาการต่างๆ ได้เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง มีทรัพยากรสารสนเทศเกิดขึ้นอย่างมากมายและหลากหลายรูปแบบ แต่งบประมาณสำหรับดำเนินงานของห้องสมุดกลับถูกตัดทอนลงอันเนื่องมาจากวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และงานหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาที่กล่าวถึงข้างต้นโดยตรงก็คืองานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ ดังนั้น การจัดหาทรัพยากรสารสนเทศในภาวะการณ์เช่นนี้จึงต้องเน้นสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ อย่างแท้จริง โดยในหลายห้องสมุดได้นำวิธีการประเมินทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุด (Collection Evaluation) เข้ามาใช้ในการ

ศึกษาว่าทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดจัดหาเข้ามานั้นสอดคล้องกับการเรียนการสอนและมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลที่ได้นี้จะเป็นประโยชน์ในการนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดต่อไป

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต มีหน้าที่ให้บริการทางวิชาการเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยแก่อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยมากกว่า 12,000 คน โดยในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544 สำนักหอสมุดได้ใช้เงินงบประมาณสำหรับการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศโดยเฉพาะหนังสือไปแล้วไม่ต่ำกว่า 13,876,260.00 บาท (สิบสามล้านแปดแสนเจ็ดหมื่นหกพันสองร้อยหกสิบบาทถ้วน) โดยที่ยังไม่เคยมีการศึกษาว่าสำนักหอสมุดได้ใช้งบประมาณในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะเป็นจำนวนเท่าใดและมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อีกทั้งจำนวนหนังสือที่จัดหามีความเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้ของแต่ละกลุ่มคณะหรือไม่คณะผู้ทำการศึกษาก็มีความสนใจ

\* บรรณารักษ์งานวารสาร  
\*\* บรรณารักษ์งานจัดหมวดหมู่และลงรายการ  
\*\*\* บรรณารักษ์งานบริการ  
\*\*\*\* บรรณารักษ์งานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ

ที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดสรรงบประมาณและจัดหาทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนของแต่ละกลุ่มคณะ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษา

1. จำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
2. จำนวนหนังสือที่จัดหา ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
3. จำนวนผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
4. จำนวนหนังสือที่จัดหา กับจำนวนผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

### ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุดประเภทหนังสือของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต โดยเป็นการศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือ และจำนวนหนังสือที่จัดหาให้แต่ละกลุ่มคณะ และจำนวนผู้ยืมหนังสือของแต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

### วิธีการศึกษา

#### 1. การรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา

1.1 งบประมาณในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.2 สถิติค่าใช้จ่ายในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.3 สถิติหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.4 สถิติผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานบริการทรัพยากรสารสนเทศ

#### 2. การศึกษาข้อมูล

2.1 หาค่าร้อยละของจำนวนเงินที่ใช้ในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.2 หาค่าร้อยละของจำนวนหนังสือที่จัดหาให้แต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.3 เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของจำนวนค่าใช้จ่ายในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.4 หาค่าร้อยละของผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ของผู้ใช้แยกตามกลุ่มคณะ

2.5 หาค่าร้อยละของจำนวนหนังสือที่จัดหา กับผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงจำนวนค่าใช้จ่ายที่สำนักหอสมุดได้ใช้ไปในการจัดหาหนังสือในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544

2. ทราบถึงจำนวนหนังสือที่จัดหาและจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544

3. เป็นแนวทางสำหรับสำนักหอสมุดในการพิจารณาจัดหาหนังสือให้สอดคล้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนและความต้องการของผู้ใช้ของแต่ละกลุ่มคณะ

### ข้อจำกัดของการศึกษา

จำนวนผู้ยืมหนังสือที่ปรากฏอยู่ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการยืมหนังสือที่ให้บริการอยู่ในสำนักหอสมุด ไม่ได้จำกัดเฉพาะการยืมหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

### คำอธิบายรายละเอียดของกลุ่มคณะ

**กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ** ประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะกายภาพบำบัด

**กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี** ประกอบด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีชีวภาพ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

**กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ** ประกอบด้วย คณะศิลปกรรม และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

**กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** ประกอบด้วย คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

### ผลการศึกษาข้อมูล

การศึกษาข้อมูลจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณการจัดหาหนังสือ
2. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ยืมหนังสือ

1. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณการจัดหาหนังสือ ข้อมูลของกลุ่มนี้เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นสภาพการจัดสรรงบประมาณการใช้จ่ายเงินในการจัดหาหนังสือรวมทั้งจำนวนหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่ได้จากการจัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะดังปรากฏในตารางที่ 1-6 โดยตารางที่ 1 เป็นการแสดงจำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แต่ละกลุ่มคณะ ตารางที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบจำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับกับจำนวนเงินที่ใช้ไป ตารางที่ 3 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือภาษาไทยแยกตามกลุ่มคณะ ตารางที่ 4 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะ ส่วนตารางที่ 5 เป็นภาพรวมของจำนวนหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และตารางสุดท้ายในกลุ่มนี้ คือ ตารางที่ 6 เป็นการเปรียบเทียบจำนวนเงินที่ใช้กับจำนวนหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จัดหา

ตาราง 1 จำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แก่แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544	
	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,320,000	41.90	1,000,000	40.00	800,000	30.69	820,000	30.60	885,250	29.94
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	720,000	22.36	550,000	22.00	580,000	22.39	590,000	22.01	600,000	20.30
ศิลปะและการออกแบบ	450,000	14.29	400,000	16.00	400,000	15.44	420,000	15.67	496,010	16.78
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	480,000	15.24	450,000	18.00	710,000	27.41	740,000	27.61	860,000	29.08
สำนักหอสมุด*	180,000	5.71	100,000	4.00	100,000	3.86	110,000	4.10	115,000	3.89
รวม	3,150,000		2,500,000		2,590,000		2,680,000		2,956,260	

ตารางที่ 2 จำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แก่แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544  
เปรียบเทียบกับเงินงบประมาณที่แต่ละกลุ่มคณะใช้ไป

กลุ่มคณะ	2540			2541			2542		
	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,320,000.00	1,028,700.50	77.93	1,000,000.00	553,185.80	55.32	800,000.00	704,671.57	88.08
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	720,000.00	585,503.29	81.32	550,000.00	579,880.33	105.43	580,000.00	636,000.88	109.86
ศิลปะและการออกแบบ	450,000.00	490,185.80	108.93	400,000.00	425,330.80	106.33	400,000.00	421,426.35	105.36
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	480,000.00	460,616.90	95.96	450,000.00	517,063.00	114.90	710,000.00	547,178.60	77.07
สำนักหอสมุด*	180,000.00	179,401.90	99.87	100,000.00	95,022.30	95.02	100,000.00	111,197.10	111.20
รวม	3,150,000.00	2,744,388.39		2,500,000.00	2,170,482.23		2,590,000.00	2,420,474.50	

กลุ่มคณะ	2543			2544			รวม	ร้อยละ
	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	820,000.00	492,782.97	60.10	885,250.00	1,147,035.27	129.57	3,926,376.11	30.01
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	590,000.00	592,304.37	100.48	600,000.00	686,096.33	114.35	3,080,285.20	23.55
ศิลปะและการออกแบบ	420,000.00	353,939.30	84.27	496,010.00	575,988.60	116.12	2,266,850.85	17.33
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	740,000.00	902,343.34	121.94	860,000.00	826,791.67	96.37	3,255,993.51	24.89
สำนักหอสมุด*	110,000.00	47,709.35	43.37	115,000.00	119,059.00	103.53	552,389.65	4.22
รวม	2,680,000.00	2,389,579.33		2,956,260.00	3,356,970.87		13,081,895.32	

\* เป็นงบประมาณที่สำนักหอสมุดจัดสรรไว้สำหรับซื้อหนังสือประเภทอื่นๆ ตามความเหมาะสม เช่น หนังสือพระราชนิพนธ์ วรรณกรรม พจนานุกรม สารานุกรม คู่มือต่างๆ เป็นต้น

**ตารางที่ 3 จำนวนหนังสือภาษาไทยที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	234	16.49	234	11.59	192	8.51	92	10.04	214	17.46	966	12.33
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	45	3.17	68	3.37	159	7.05	100	10.92	109	8.89	481	6.14
ศิลปะและการออกแบบ	30	2.11	75	3.71	7	0.31	0	0.00	13	1.06	125	1.60
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	704	49.61	1,425	70.58	1,402	62.17	513	56.00	393	32.06	4,437	56.63
สำนักหอสมุด*	406	28.61	217	10.75	495	21.95	211	23.03	497	40.54	1,826	23.31
<b>รวม</b>	<b>1,419</b>		<b>2,019</b>		<b>2,255</b>		<b>916</b>		<b>1,226</b>		<b>7,835</b>	

**ตารางที่ 4 จำนวนหนังสือภาษาต่างประเทศที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	396	24.04	231	21.63	246	20.35	230	16.67	319	22.28	1,422	21.11
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	435	26.41	260	24.34	260	21.51	213	15.43	257	17.95	1,425	21.15
ศิลปะและการออกแบบ	390	23.68	308	28.84	274	22.86	223	16.16	276	19.27	1,471	21.84
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	370	22.47	219	20.51	417	34.49	696	50.43	542	37.85	2,244	33.31
สำนักหอสมุด*	56	3.40	50	4.68	12	0.99	18	1.30	38	2.65	174	2.58
<b>รวม</b>	<b>1,647</b>		<b>1,068</b>		<b>1,209</b>		<b>1,380</b>		<b>1,432</b>		<b>6,736</b>	

**ตารางที่ 5 จำนวนหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	630	20.55	465	15.06	438	12.64	322	14.02	533	20.05	2,388	16.39
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	480	15.66	328	10.63	419	12.10	313	13.63	366	13.77	1,906	13.08
ศิลปะและการออกแบบ	420	13.70	383	12.41	281	8.11	223	9.71	289	10.87	1,596	10.95
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	1,074	35.03	1,644	53.26	1,619	52.51	1,209	52.66	935	35.18	6,681	45.85
สำนักหอสมุด*	462	15.07	267	8.65	507	14.64	229	9.97	535	20.13	2,000	13.73
<b>รวม</b>	<b>3,066</b>		<b>3,087</b>		<b>3,464</b>		<b>2,296</b>		<b>2,658</b>		<b>14,571</b>	

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบจำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้กับเงินงบประมาณที่ใช้ไปในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปี พ.ศ. 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542	
	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,028,700.50	630	553,185.80	485	704,671.57	438
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	585,503.29	480	579,880.33	328	636,000.88	419
ศิลปะและการออกแบบ	490,165.80	420	425,330.80	383	421,426.35	281
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	460,616.90	1,074	517,063.00	1,644	547,178.60	1,819
สำนักหอสมุด	179,401.80	462	95,022.30	287	111,197.10	507
รวม	2,744,388.39	3,066	2,170,482.23	3,087	2,420,474.50	3,464

กลุ่มคณะ	2543		2544		รวมจำนวนเงิน	ร้อยละ	รวมเล่ม	ร้อยละ
	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม				
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	492,782.97	322	1,147,035.27	533	3,926,376.11	30.01	2,388	20.55
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	592,804.37	313	686,096.33	366	3,080,285.20	23.55	1,906	15.68
ศิลปะและการออกแบบ	353,939.30	223	575,988.80	289	2,266,850.85	17.33	1,506	13.70
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	902,343.34	1,209	828,791.67	935	3,255,993.51	24.89	6,681	35.03
สำนักหอสมุด	47,709.35	229	119,059.00	535	552,389.65	4.22	2,000	15.07
รวม	2,389,579.33	2,296	3,356,970.87	2,658	13,081,895.32		14,571	

2. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ยืมหนังสือ ข้อมูลของกลุ่มนี้เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นจำนวนของผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ ดังปรากฏในตารางที่ 7-8 โดยตารางที่ 7 เป็นการแสดงจำนวนผู้ยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะ และตารางที่ 8 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือที่จัดหาคับจำนวนผู้ยืมแยกตามกลุ่มคณะ

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม (ราย)	ร้อยละ
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	6,131	23.34	6,930	24.16	10,308	28.49	11,361	31.03	11,942	35.04	46,672	28.83
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	5,538	21.05	6,687	23.31	7,352	20.32	7,628	20.83	7,244	21.26	34,449	21.26
ศิลปะและการออกแบบ	8,982	34.15	9,606	33.49	10,030	28.72	8,482	23.17	7,413	22.75	44,513	27.50
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	5,654	21.49	5,461	19.04	8,495	23.48	9,143	24.97	7,482	22.95	36,235	22.39
สำนักหอสมุด	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม	26,305		28,684		36,185		36,614		34,081		161,869	

## ตารางที่ 8 จำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	หนังสือที่จัดหา		ผู้ยืมหนังสือ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	2,388	16.39	46,672	28.83
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	1,906	13.08	34,449	21.28
ศิลปะและการออกแบบ	1,596	10.95	44,513	27.50
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	6,681	45.85	36,235	22.39
สำนักหอสมุด	2,000	13.73	0	0
รวม	14,571		161,869	

### ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารประเภทสถิติที่ได้รับจากงานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศและงานบริการทรัพยากรสารสนเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่สำนักหอสมุดได้ใช้จ่ายไปในการจัดหาหนังสือ จำนวนหนังสือที่จัดหา และจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ และจำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ คือ ทำให้ทราบถึงจำนวนค่าใช้จ่ายที่สำนักหอสมุดใช้ไปในการจัดหาหนังสือ จำนวนหนังสือที่จัดหาและจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วง 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544 ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสำนักหอสมุดในการพิจารณาจัดหาหนังสือให้มีความสอดคล้องกับการเรียนการสอนและตรงกับความต้องการของผู้ใช้แต่ละกลุ่มคณะ ซึ่งผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

### 1. งบประมาณค่าหนังสือที่จัดสรรให้กลุ่มคณะ

ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ที่ผ่านมา สำนักหอสมุดได้รับงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือทั้งสิ้น 13,876,260.00 บาท (สิบสามล้านแปดแสนเจ็ดหมื่นหกพันสองร้อยหกสิบบาทถ้วน) แบ่งเป็นกลุ่มคณะที่ได้รับงบประมาณมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุดตามลำดับคือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 4,825,250.00 บาท (34.77%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 3,240,000.00 บาท (23.35%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 3,040,000.00 บาท (21.91%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ 2,166,010.00 บาท (15.61%)

### 2. เงินงบประมาณค่าหนังสือที่กลุ่มคณะใช้ไป

กลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณไปในการจัดหาหนังสือเรียงลำดับจากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด คือกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และ

วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3,926,376.11 บาท (30.01%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 3,255,993.51 บาท (24.89%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 3,080,285.20 บาท (23.55%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 2,266,850.85 บาท (17.33%)

### 3. ปริมาณหนังสือที่จัดหา

#### 3.1 หนังสือภาษาไทย

สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาไทยในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ได้หนังสือรวมจำนวนทั้งสิ้น 7,835 เล่ม เป็นหนังสือของกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 4,437 เล่ม (56.63%) กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 966 เล่ม (12.33%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 481 เล่ม (6.14%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 125 เล่ม (1.60%)

#### 3.2 หนังสือภาษาต่างประเทศ

สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาต่างประเทศในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ได้หนังสือรวมจำนวนทั้งสิ้น 6,736 เล่ม เป็นหนังสือของกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 2,244 เล่ม (33.31%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 1,471 เล่ม (21.84%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 1,425 เล่ม (21.15%) และกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 1,422 เล่ม (21.11%)

โดยสรุปแล้วสำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศให้กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 6,681 เล่ม (45.85%)

อันดับที่สอง คือกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2,388 เล่ม (16.39%) อันดับที่สาม คือกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี 1,906 เล่ม (13.08%) และอันดับที่สี่ คือกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ 1,596 เล่ม (10.95%)

### 4. เงินงบประมาณค่าน้ำหนักที่กลุ่มคณะใช้ไปเปรียบเทียบกับจำนวนหนังสือที่จัดหา

กลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3,926,376.11 บาท (30.01%) ได้หนังสือจำนวน 2,388 เล่ม (20.55%) รองลงมาคือกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใช้เงินงบประมาณ จำนวน 3,255,993.51 บาท (24.89%) ได้หนังสือจำนวน 6,681 เล่ม (35.03%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นอันดับที่สามใช้เงินงบประมาณไปจำนวน 3,080,285.20 บาท (23.55%) ได้หนังสือจำนวน 1,906 เล่ม (15.66%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบเป็นอันดับที่สี่ใช้เงินงบประมาณไปจำนวน 2,266,850.85 บาท (17.33%) ได้หนังสือจำนวน 1,596 เล่ม (13.70%)

### 5. การยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมาคือตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2540-2544 พบว่ามีผู้ใช้มายืมหนังสือจากสำนักหอสมุดรวมจำนวนทั้งสิ้น 161,869 ราย เป็นผู้ใช้ของกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพจำนวนมากที่สุด คือ 46,672 ราย (28.83%) รองลงมาคือกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ

จำนวน 44,513 ราย (27.50%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 36,235 ราย (22.39%) และกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34,449 ราย (21.28%)

#### 6. จำนวนหนังสือที่จัดหาเทียบกับจำนวนผู้ยืม

เมื่อศึกษาจำนวนของหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่สำนักหอสมุดได้ดำเนินการจัดหาให้กลุ่มคณะโดยใช้เงินงบประมาณของแต่ละกลุ่มคณะกับจำนวนผู้ยืมของแต่ละกลุ่มคณะได้ผลดังตัวเลขที่ปรากฏในตารางที่ 8 แสดงจำนวนหนังสือที่จัดหาเทียบกับจำนวนผู้ยืมแยกตามคณะ พบว่าในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 2,388 เล่ม (16.39%) ผู้ยืมกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีจำนวน 46,672 คน (28.83%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 1,906 เล่ม (13.08%) ผู้ยืมของกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มีจำนวน 34,449 คน (21.28%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 1,596 เล่ม (10.95%) ผู้ยืมของกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมีจำนวน 44,513 ราย (27.50%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 6,681 เล่ม (45.85%) ผู้ยืมกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีจำนวน 36,235 ราย (22.39%)

#### การอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จำนวนหนังสือที่จัดหา จำนวนผู้ยืม และจำนวนหนังสือที่จัดหาเทียบกับจำนวนผู้ยืมในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

##### 1. เงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

ผลจากการศึกษาพบว่า ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 สำนักหอสมุดได้จัดสรรเงินงบประมาณให้แก่กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 4,825,250.00 บาท และกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นกลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณไปเพื่อการจัดหาหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยใช้งบประมาณไปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,926,376.11 บาท ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ คณะกายภาพบำบัด คณะเทคนิคการแพทย์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้เป็นกลุ่มคณะที่ใหญ่แล้วหนังสือตำราของกลุ่มคณะนี้ยังมีราคาแพงมากโดยเฉพาะหนังสือภาษาต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากจำนวนหนังสือที่สามารถจัดหาได้เป็นจำนวนน้อย นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทั้งทางด้าน

การแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ ทำให้สำนักหอสมุดต้องหมั่นติดตามและจัดหาหนังสือให้มีความทันสมัยและทันกับความต้องการของผู้ใช้ตลอดเวลา สำหรับกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งได้รับเงินงบประมาณเป็นอันดับรองลงมา เป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ ทำให้สำนักหอสมุดต้องจัดสรรเงินงบประมาณให้มีสัดส่วนสอดคล้องกับจำนวนคณะ เป็นจำนวน 3,240,000.00 บาท โดยกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ใช้เงินงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือไปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,255,993.51 บาท สำหรับจำนวนหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือ ได้จำนวนทั้งสิ้น 6,681 เล่ม แบ่งเป็นภาษาไทย จำนวน 4,437 เล่ม และภาษาต่างประเทศ จำนวน 2,244 เล่ม และผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่า แม้กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จะได้รับเงินงบประมาณเป็นอันดับสองรองจากกลุ่มแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ แต่จะเห็นได้ว่ามีการจัดหาหนังสือภาษาไทยในสัดส่วนที่มากกว่าภาษาต่างประเทศถึง 1 เท่าตัว ทั้งนี้เนื่องจากสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เป็นสาขาวิชาที่มีขอบเขตกว้างขวางมีประวัติและวิวัฒนาการต่อเนื่องมาช้านาน ประกอบกับหนังสือภาษาไทยมีราคาถูก มีการผลิตเป็นจำนวนมากและเผยแพร่อย่างกว้างขวาง

กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นกลุ่มคณะที่ได้รับงบประมาณเป็นอันดับ

ที่สาม จำนวน 3,080,285.20 บาท (สามล้านแปดหมื่นสองร้อยแปดสิบห้าบาทยี่สิบสตางค์) ส่วนกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ ได้รับงบประมาณเป็นอันดับที่สี่ คือ 2,266,850.85 (สองล้านสองแสนหกหมื่นหกพันแปดร้อยห้าสิบบาทแปดสิบห้าสตางค์) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าสำนักหอสมุดสามารถจัดหาหนังสือภาษาไทยได้เป็นจำนวนน้อย คือ 481 เล่ม และ 125 เล่มตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะหนังสือภาษาไทยของทั้ง 2 กลุ่มคณะมีการจัดพิมพ์จำนวนไม่มากนัก ผู้สอนจึงนิยมใช้หนังสือภาษาต่างประเทศซึ่งมีหลากหลายและทันสมัยประกอบการเรียนการสอนมากกว่า

## 2. จำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

ผลจากการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนทั้งสิ้น 161,869 ราย เป็นผู้ยืมจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์จำนวนมากที่สุด คือ 46,672 ราย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ ถึง 6 คณะ มีนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ลักษณะการเรียนการสอนที่เน้นการศึกษาค้นคว้าของกลุ่มคณะยังเป็นส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้มีการใช้ห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งหนังสือตำราของกลุ่มคณะนี้ยังมีราคาแพงทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่สามารถหาซื้อมาเป็นของตนเองได้ จึงทำให้มีสถิติการยืมอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มคณะอื่นๆ สำหรับกลุ่มคณะที่มีปริมาณผู้ยืมอยู่ในระดับรองลงมา คือ กลุ่มคณะศิลปกรรมและการออกแบบ มีจำนวน 44,513 ราย กลุ่มคณะนี้ประกอบ

ด้วยคณะศิลปกรรมและคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการที่กลุ่มคณะนี้มีปริมาณการยืมหนังสืออยู่ในระดับสูง เป็นเพราะผู้เรียนต้องใช้หนังสือซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปภาพประกอบแนวคิดในการออกแบบผลงานต่างๆ และเช่นเดียวกับหนังสือของกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ คือหนังสือของกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมักเป็นหนังสือภาษาต่างประเทศที่มีราคาแพง ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถหาซื้อมาเป็นของตนเองได้จำนวนมากนัก

### 3. จำนวนหนังสือที่จัดหาเทียบกับจำนวนผู้ยืมในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

จากผลการศึกษาพบว่า ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2540-2544 สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือให้กลุ่มคณะต่างๆ รวมจำนวนทั้งสิ้น 14,571 เล่ม เรียงตามลำดับดังนี้ กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 6,681 เล่ม กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 2,388 เล่ม กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 1,906 เล่ม และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 1,596 เล่ม แต่เมื่อนำจำนวนหนังสือที่จัดหาให้กลุ่มคณะมาเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ยืมของแต่ละกลุ่มคณะจะมองเห็นสัดส่วนระหว่างจำนวนของหนังสือที่จัดหาเทียบกับจำนวนของผู้ยืมค่อนข้างชัดเจน โดยจำนวนผู้ยืมของกลุ่มคณะต่างๆ ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ยืมรวมทั้งสิ้น จำนวน 161,868 ราย เรียงตามลำดับจากกลุ่มคณะที่มีผู้ยืมจำนวนมากไปน้อย คือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 46,672 ราย กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 44,513 ราย กลุ่มคณะ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 36,235 ราย และกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34,448 ราย

### ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการศึกษาเรื่องการประเมินทรัพยากรสารสนเทศสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นการศึกษาครั้งแรก ผู้ทำการศึกษาจึงได้นำข้อมูลซึ่งเป็นผลที่ได้จากการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษา เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมของการจัดหาและการยืมทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือของกลุ่มคณะต่างๆ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2540-2544 อันจะเป็นแนวทางในการนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปพัฒนาเป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์ตามแนวคิดและทฤษฎีของการประเมินทรัพยากรสารสนเทศต่อไป

2. สำหรับข้อเสนอแนะที่เป็นผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ทำการศึกษาเห็นควรเสนอให้งานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศพิจารณาจัดสรรงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือให้เหมาะสมกับปริมาณการใช้ โดยพยายามหาทางเพิ่มปริมาณการจัดหาหนังสือทางด้านแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ และด้านศิลปะและการออกแบบให้มากขึ้น เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้



เอกสารอ้างอิง

จารุพร พงศ์ศรีวัฒน์. "การสำรวจ Collection ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" วารสารห้องสมุด. 26, 3 (2525) : 53-69.

ชนิดา จรรย์พรพงศ์. "การค้นหาและการใช้หนังสือของหอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2525-2527" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

นงลักษณ์ ไม่น่ายกิจ. "การประเมินทรัพยากรห้องสมุด" ชมรมนิสิตวิชา บรรณารักษศาสตร์จุฬาฯ 5 (2528) : 78-90.

เพ็ญพันธ์ เพชรคร. "การประเมินหนังสือในสาขาวิทยาศาสตร์ของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

Faigel, Martin. "Method and Issues in Collection Evaluation Today" Library Acquisitions : Practice and Theory 9 (1985) : 21-35.

## การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิตระหว่างปี พ.ศ.2540-2544

๕๖ พัชรา นาญเจริญกิจ\*  
รัตนาภรณ์ กาศโอสถ\*\*  
กาญจนา เพ็งคำศรี\*\*\*  
สาวิตรี ชินบดิน์\*\*\*\*

### ความเป็นมา

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษานับเป็นหน่วยงานสำคัญที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนของสถาบัน โดยทำหน้าที่ในการจัดหา จัดเก็บและให้บริการทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่างๆ เพื่อให้ นักศึกษาและอาจารย์ได้ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าและวิจัย แต่สภาพที่ห้องสมุดต้องเผชิญอยู่ในปัจจุบันก็คือ วิทยาการต่างๆ ได้เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง มีทรัพยากรสารสนเทศเกิดขึ้นอย่างมากมายและหลากหลายรูปแบบ แต่งบประมาณสำหรับดำเนินงานของห้องสมุดกลับถูกตัดทอนลงอันเนื่องมาจากวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และงานหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาที่กล่าวถึงข้างต้นโดยตรงก็คืองานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ ดังนั้น การจัดหาทรัพยากรสารสนเทศในภาวะการณ์เช่นนี้จึงต้องเน้นสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ อย่างแท้จริง โดยในหลายห้องสมุดได้นำวิธีการประเมินทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุด (Collection Evaluation) เข้ามาใช้ในการ

ศึกษาว่าทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดจัดหาเข้ามานั้นสอดคล้องกับการเรียนการสอนและมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลที่ได้นี้จะเป็นประโยชน์ในการนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดต่อไป

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต มีหน้าที่ให้บริการทางวิชาการเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยแก่อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยมากกว่า 12,000 คน โดยในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544 สำนักหอสมุดได้ใช้เงินงบประมาณสำหรับการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศโดยเฉพาะหนังสือไปแล้วไม่ต่ำกว่า 13,876,260.00 บาท (สิบสามล้านแปดแสนเจ็ดหมื่นหกพันสองร้อยหกสิบบาทถ้วน) โดยที่ยังไม่เคยมีการศึกษาว่าสำนักหอสมุดได้ใช้งบประมาณในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะเป็นจำนวนเท่าใดและมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อีกทั้งจำนวนหนังสือที่จัดหามีความเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้ของแต่ละกลุ่มคณะหรือไม่คณะผู้ทำการศึกษาจึงมีความสนใจ

\* บรรณารักษ์งานวารสาร  
\*\* บรรณารักษ์งานจัดหมวดหมู่และลงรายการ  
\*\*\* บรรณารักษ์งานบริการ  
\*\*\*\* บรรณารักษ์งานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ

ที่จะศึกษาเรื่องดังกล่าว เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดสรรงบประมาณและจัดหาทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนของแต่ละกลุ่มคณะ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษา

1. จำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
2. จำนวนหนังสือที่จัดหา ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
3. จำนวนผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ
4. จำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

### ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุดประเภทหนังสือของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต โดยเป็นการศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือและจำนวนหนังสือที่จัดหาให้แต่ละกลุ่มคณะ และจำนวนผู้ยืมหนังสือของแต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

### วิธีการศึกษา

#### 1. การรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา

1.1 งบประมาณในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.2 สถิติค่าใช้จ่ายในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.3 สถิติหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

1.4 สถิติผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 จากงานบริการทรัพยากรสารสนเทศ

#### 2. การศึกษาข้อมูล

2.1 หาค่าร้อยละของจำนวนเงินที่ใช้ในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.2 หาค่าร้อยละของจำนวนหนังสือที่จัดหาให้แต่ละกลุ่มคณะ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.3 เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของจำนวนค่าใช้จ่ายในการจัดหาหนังสือให้แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

2.4 หาค่าร้อยละของผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ของผู้ใช้แยกตามกลุ่มคณะ

2.5 หาค่าร้อยละของจำนวนหนังสือที่จัดหากับผู้ยืมหนังสือ ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงจำนวนค่าใช้จ่ายที่สำนักหอสมุดได้ใช้ไปในการจัดหาหนังสือในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544

2. ทราบถึงจำนวนหนังสือที่จัดหาและจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544

3. เป็นแนวทางสำหรับสำนักหอสมุดในการพิจารณาจัดหาหนังสือให้สอดคล้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนและความต้องการของผู้ใช้ของแต่ละกลุ่มคณะ

### ข้อจำกัดของการศึกษา

จำนวนผู้ยืมหนังสือที่ปรากฏอยู่ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการยืมหนังสือที่ให้บริการอยู่ในสำนักหอสมุด ไม่ได้จำกัดเฉพาะการยืมหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

### คำอธิบายรายละเอียดของกลุ่มคณะ

**กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ** ประกอบด้วย คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะกายภาพบำบัด

**กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี** ประกอบด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีชีวภาพ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

**กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ** ประกอบด้วย คณะศิลปกรรม และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

**กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** ประกอบด้วย คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

### ผลการศึกษาข้อมูล

การศึกษาข้อมูลจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณการจัดหาหนังสือ
2. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ยืมหนังสือ

1. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณการจัดหาหนังสือ ข้อมูลของกลุ่มนี้เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นสภาพการจัดสรรงบประมาณการใช้จ่ายเงินในการจัดหาหนังสือรวมทั้งจำนวนหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่ได้จากการจัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะดังปรากฏในตารางที่ 1-6 โดยตารางที่ 1 เป็นการแสดงจำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แต่ละกลุ่มคณะ ตารางที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบจำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับกับจำนวนเงินที่ใช้ไป ตารางที่ 3 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือภาษาไทยแยกตามกลุ่มคณะ ตารางที่ 4 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะ ส่วนตารางที่ 5 เป็นภาพรวมของจำนวนหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และตารางสุดท้ายในกลุ่มนี้ คือ ตารางที่ 6 เป็นการเปรียบเทียบจำนวนเงินที่ใช้กับจำนวนหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จัดหา

ตาราง 1 จำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แก่แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544	
	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,320,000	41.90	1,000,000	40.00	800,000	30.69	820,000	30.60	885,250	29.94
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	720,000	22.36	550,000	22.00	580,000	22.39	590,000	22.01	600,000	20.30
ศิลปะและการออกแบบ	450,000	14.29	400,000	16.00	400,000	15.44	420,000	15.67	496,010	16.78
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	480,000	15.24	450,000	18.00	710,000	27.41	740,000	27.61	860,000	29.08
สำนักหอสมุด*	180,000	5.71	100,000	4.00	100,000	3.86	110,000	4.10	115,000	3.89
รวม	3,150,000		2,500,000		2,590,000		2,680,000		2,956,260	

ตารางที่ 2 จำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้แก่แต่ละกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544  
เปรียบเทียบกับเงินงบประมาณที่แต่ละกลุ่มคณะใช้ไป

กลุ่มคณะ	2540			2541			2542		
	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,320,000.00	1,028,700.50	77.93	1,000,000.00	553,185.80	55.32	800,000.00	704,671.57	88.08
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	720,000.00	585,503.29	81.32	550,000.00	579,880.33	105.43	580,000.00	636,000.88	109.86
ศิลปะและการออกแบบ	450,000.00	490,185.80	108.93	400,000.00	425,330.80	106.33	400,000.00	421,426.35	105.36
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	480,000.00	460,616.90	95.96	450,000.00	517,063.00	114.90	710,000.00	547,178.60	77.07
สำนักหอสมุด*	180,000.00	179,401.90	99.87	100,000.00	95,022.30	95.02	100,000.00	111,197.10	111.20
รวม	3,150,000.00	2,744,388.39		2,500,000.00	2,170,482.23		2,590,000.00	2,420,474.50	

กลุ่มคณะ	2543			2544			รวม	ร้อยละ
	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ	งบประมาณ	เงินที่ใช้	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	820,000.00	492,782.97	60.10	885,250.00	1,147,035.27	129.57	3,926,376.11	30.01
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	590,000.00	592,304.37	100.48	600,000.00	686,096.33	114.35	3,080,285.20	23.55
ศิลปะและการออกแบบ	420,000.00	353,939.30	84.27	496,010.00	575,988.60	116.12	2,266,850.85	17.33
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	740,000.00	902,343.34	121.94	860,000.00	826,791.67	96.37	3,255,993.51	24.89
สำนักหอสมุด*	110,000.00	47,709.35	43.37	115,000.00	119,059.00	103.53	552,389.65	4.22
รวม	2,680,000.00	2,389,579.33		2,956,260.00	3,356,970.87		13,081,895.32	

\* เป็นงบประมาณที่สำนักหอสมุดจัดสรรไว้สำหรับซื้อหนังสือประเภทอื่นๆ ตามความเหมาะสม เช่น หนังสือพระราชนิพนธ์ วรรณกรรม พจนานุกรม สารานุกรม คู่มือต่างๆ เป็นต้น

**ตารางที่ 3 จำนวนหนังสือภาษาไทยที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	234	16.49	234	11.59	192	8.51	92	10.04	214	17.46	966	12.33
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	45	3.17	68	3.37	159	7.05	100	10.92	109	8.89	481	6.14
ศิลปะและการออกแบบ	30	2.11	75	3.71	7	0.31	0	0.00	13	1.06	125	1.60
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	704	49.61	1,425	70.56	1,402	62.17	513	56.00	393	32.06	4,437	56.63
สำนักหอสมุด*	406	28.61	217	10.75	495	21.95	211	23.03	497	40.54	1,826	23.31
<b>รวม</b>	<b>1,419</b>		<b>2,019</b>		<b>2,255</b>		<b>916</b>		<b>1,226</b>		<b>7,835</b>	

**ตารางที่ 4 จำนวนหนังสือภาษาต่างประเทศที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	396	24.04	231	21.63	246	20.35	230	16.67	319	22.28	1,422	21.11
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	435	26.41	260	24.34	260	21.51	213	15.43	257	17.95	1,425	21.15
ศิลปะและการออกแบบ	390	23.68	308	28.84	274	22.86	223	16.16	276	19.27	1,471	21.84
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	370	22.47	219	20.51	417	34.49	696	50.43	542	37.85	2,244	33.31
สำนักหอสมุด*	56	3.40	50	4.68	12	0.99	18	1.30	38	2.65	174	2.58
<b>รวม</b>	<b>1,647</b>		<b>1,068</b>		<b>1,209</b>		<b>1,380</b>		<b>1,432</b>		<b>6,736</b>	

**ตารางที่ 5 จำนวนหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จัดหาแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544**

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม	ร้อยละ
	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ	เล่ม	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	630	20.55	465	15.06	438	12.64	322	14.02	533	20.05	2,388	16.39
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	480	15.66	328	10.63	419	12.10	313	13.63	366	13.77	1,906	13.08
ศิลปะและการออกแบบ	420	13.70	383	12.41	281	8.11	223	9.71	289	10.87	1,596	10.95
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	1,074	35.03	1,644	53.26	1,619	52.51	1,209	52.66	935	35.18	6,681	45.85
สำนักหอสมุด*	462	15.07	267	8.65	507	14.64	229	9.97	535	20.13	2,000	13.73
<b>รวม</b>	<b>3,066</b>		<b>3,087</b>		<b>3,464</b>		<b>2,296</b>		<b>2,658</b>		<b>14,571</b>	

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบจำนวนเงินงบประมาณที่จัดสรรให้กับเงินงบประมาณที่ใช้ไปในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปี พ.ศ. 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542	
	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1,028,700.50	630	553,185.80	485	704,671.57	438
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	585,503.29	480	579,880.33	328	636,000.88	419
ศิลปะและการออกแบบ	490,165.80	420	425,330.80	383	421,426.35	281
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	460,616.90	1,074	517,063.00	1,644	547,178.60	1,819
สำนักหอสมุด	179,401.80	462	95,022.30	287	111,197.10	507
รวม	2,744,388.39	3,066	2,170,482.23	3,087	2,420,474.50	3,464

กลุ่มคณะ	2543		2544		รวมจำนวนเงิน	ร้อยละ	รวมเล่ม	ร้อยละ
	เงินที่ใช้	เล่ม	เงินที่ใช้	เล่ม				
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	492,782.97	322	1,147,035.27	533	3,926,376.11	30.01	2,388	20.55
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	592,804.37	313	686,096.33	366	3,080,285.20	23.55	1,906	15.68
ศิลปะและการออกแบบ	353,939.30	223	575,988.80	289	2,266,850.85	17.33	1,506	13.70
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	902,343.34	1,209	828,791.67	935	3,255,993.51	24.89	6,681	35.03
สำนักหอสมุด	47,709.35	229	119,059.00	535	552,389.65	4.22	2,000	15.07
รวม	2,389,579.33	2,296	3,356,970.87	2,658	13,081,895.32		14,571	

2. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ยืมหนังสือ ข้อมูลของกลุ่มนี้เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นจำนวนของผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ ดังปรากฏในตารางที่ 7-8 โดยตารางที่ 7 เป็นการแสดงจำนวนผู้ยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะ และตารางที่ 8 เป็นการแสดงจำนวนหนังสือที่จัดหาคับจำนวนผู้ยืมแยกตามกลุ่มคณะ

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	2540		2541		2542		2543		2544		รวม (ราย)	ร้อยละ
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ		
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	6,131	23.34	6,930	24.16	10,308	28.49	11,361	31.03	11,942	35.04	46,672	28.83
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	5,538	21.05	6,687	23.31	7,352	20.32	7,628	20.83	7,244	21.26	34,449	21.26
ศิลปะและการออกแบบ	8,982	34.15	9,606	33.49	10,030	28.72	8,482	23.17	7,413	22.75	44,513	27.50
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	5,654	21.49	5,461	19.04	8,495	23.48	9,143	24.97	7,482	22.95	36,235	22.39
สำนักหอสมุด	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม	26,305		28,684		36,185		36,614		34,081		161,869	

### ตารางที่ 8 จำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมแยกตามกลุ่มคณะในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544

กลุ่มคณะ	หนังสือที่จัดหา		ผู้ยืมหนังสือ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์	2,388	16.39	46,672	28.83
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี	1,906	13.08	34,449	21.28
ศิลปะและการออกแบบ	1,596	10.95	44,513	27.50
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	6,681	45.85	36,235	22.39
สำนักหอสมุด	2,000	13.73	0	0
รวม	14,571		161,869	

#### ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารประเภทสถิติที่ได้รับจากงานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศและงานบริการทรัพยากรสารสนเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่สำนักหอสมุดได้ใช้จ่ายไปในการจัดหาหนังสือ จำนวนหนังสือที่จัดหา และจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ และจำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ คือ ทำให้ทราบถึงจำนวนค่าใช้จ่ายที่สำนักหอสมุดใช้ไปในการจัดหาหนังสือ จำนวนหนังสือที่จัดหาและจำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วง 5 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540-2544 ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสำนักหอสมุดในการพิจารณาจัดหาหนังสือให้มีความสอดคล้องกับการเรียนการสอนและตรงกับความต้องการของผู้ใช้แต่ละกลุ่มคณะ ซึ่งผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 1. งบประมาณค่าหนังสือที่จัดสรรให้กลุ่มคณะ

ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ที่ผ่านมา สำนักหอสมุดได้รับงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือทั้งสิ้น 13,876,260.00 บาท (สิบสามล้านแปดแสนเจ็ดหมื่นหกพันสองร้อยหกสิบบาทถ้วน) แบ่งเป็นกลุ่มคณะที่ได้รับงบประมาณมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุดตามลำดับคือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 4,825,250.00 บาท (34.77%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 3,240,000.00 บาท (23.35%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 3,040,000.00 บาท (21.91%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ 2,166,010.00 บาท (15.61%)

#### 2. เงินงบประมาณค่าหนังสือที่กลุ่มคณะใช้ไป

กลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณไปในการจัดหาหนังสือเรียงลำดับจากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด คือกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และ

วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3,926,376.11 บาท (30.01%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 3,255,993.51 บาท (24.89%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 3,080,285.20 บาท (23.55%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 2,266,850.85 บาท (17.33%)

### 3. ปริมาณหนังสือที่จัดหา

#### 3.1 หนังสือภาษาไทย

สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาไทยในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ได้หนังสือรวมจำนวนทั้งสิ้น 7,835 เล่ม เป็นหนังสือของกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 4,437 เล่ม (56.63%) กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 966 เล่ม (12.33%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 481 เล่ม (6.14%) และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 125 เล่ม (1.60%)

#### 3.2 หนังสือภาษาต่างประเทศ

สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาต่างประเทศในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 ได้หนังสือรวมจำนวนทั้งสิ้น 6,736 เล่ม เป็นหนังสือของกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 2,244 เล่ม (33.31%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 1,471 เล่ม (21.84%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 1,425 เล่ม (21.15%) และกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 1,422 เล่ม (21.11%)

โดยสรุปแล้วสำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศให้กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 6,681 เล่ม (45.85%)

อันดับที่สอง คือกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2,388 เล่ม (16.39%) อันดับที่สาม คือกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี 1,906 เล่ม (13.08%) และอันดับที่สี่ คือกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ 1,596 เล่ม (10.95%)

### 4. เงินงบประมาณค่าน้ำหนักที่กลุ่มคณะใช้ไปเปรียบเทียบกับจำนวนหนังสือที่จัดหา

กลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3,926,376.11 บาท (30.01%) ได้หนังสือจำนวน 2,388 เล่ม (20.55%) รองลงมาคือกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใช้เงินงบประมาณ จำนวน 3,255,993.51 บาท (24.89%) ได้หนังสือจำนวน 6,681 เล่ม (35.03%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นอันดับที่สามใช้เงินงบประมาณไปจำนวน 3,080,285.20 บาท (23.55%) ได้หนังสือจำนวน 1,906 เล่ม (15.66%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบเป็นอันดับที่สี่ใช้เงินงบประมาณไปจำนวน 2,266,850.85 บาท (17.33%) ได้หนังสือจำนวน 1,596 เล่ม (13.70%)

### 5. การยืมหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมาคือตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2540-2544 พบว่ามีผู้ใช้มายืมหนังสือจากสำนักหอสมุดรวมจำนวนทั้งสิ้น 161,869 ราย เป็นผู้ใช้ของกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพจำนวนมากที่สุด คือ 46,672 ราย (28.83%) รองลงมาคือกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ

จำนวน 44,513 ราย (27.50%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 36,235 ราย (22.39%) และกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34,449 ราย (21.28%)

#### 6. จำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืม

เมื่อศึกษาจำนวนของหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่สำนักหอสมุดได้ดำเนินการจัดหาให้กลุ่มคณะโดยใช้เงินงบประมาณของแต่ละกลุ่มคณะกับจำนวนผู้ยืมของแต่ละกลุ่มคณะได้ผลดังตัวเลขที่ปรากฏในตารางที่ 8 แสดงจำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมแยกตามคณะ พบว่าในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 2,388 เล่ม (16.39%) ผู้ยืมกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีจำนวน 46,672 คน (28.83%) กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 1,906 เล่ม (13.08%) ผู้ยืมของกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มีจำนวน 34,449 คน (21.28%) กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 1,596 เล่ม (10.95%) ผู้ยืมของกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมีจำนวน 44,513 ราย (27.50%) กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีหนังสือที่จัดหาใหม่ จำนวน 6,681 เล่ม (45.85%) ผู้ยืมกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีจำนวน 36,235 ราย (22.39%)

#### การอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนเงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จำนวนหนังสือที่จัดหา จำนวนผู้ยืม และจำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

##### 1. เงินงบประมาณที่ใช้ในการจัดหาหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

ผลจากการศึกษาพบว่า ในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 สำนักหอสมุดได้จัดสรรเงินงบประมาณให้แก่กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 4,825,250.00 บาท และกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ เป็นกลุ่มคณะที่ใช้เงินงบประมาณไปเพื่อการจัดหาหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยใช้งบประมาณไปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,926,376.11 บาท ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ เป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ คณะกายภาพบำบัด คณะเทคนิคการแพทย์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้เป็นกลุ่มคณะที่ใหญ่แล้วหนังสือตำราของกลุ่มคณะนี้ยังมีราคาแพงมากโดยเฉพาะหนังสือภาษาต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากจำนวนหนังสือที่สามารถจัดหาได้เป็นจำนวนน้อย นอกจากนี้ ความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทั้งทางด้าน

การแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ ทำให้สำนักหอสมุดต้องหมั่นติดตามและจัดหาหนังสือให้มีความทันสมัยและทันกับความต้องการของผู้ใช้ตลอดเวลา สำหรับกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งได้รับเงินงบประมาณเป็นอันดับรองลงมา เป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ ทำให้สำนักหอสมุดต้องจัดสรรเงินงบประมาณให้มีสัดส่วนสอดคล้องกับจำนวนคณะ เป็นจำนวน 3,240,000.00 บาท โดยกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ใช้เงินงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือไปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,255,993.51 บาท สำหรับจำนวนหนังสือที่จัดหาในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือ ได้จำนวนทั้งสิ้น 6,681 เล่ม แบ่งเป็นภาษาไทย จำนวน 4,437 เล่ม และภาษาต่างประเทศ จำนวน 2,244 เล่ม และผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่า แม้กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จะได้รับเงินงบประมาณเป็นอันดับสองรองจากกลุ่มแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ แต่จะเห็นได้ว่ามีการจัดหาหนังสือภาษาไทยในสัดส่วนที่มากกว่าภาษาต่างประเทศถึง 1 เท่าตัว ทั้งนี้เนื่องจากสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เป็นสาขาวิชาที่มีขอบเขตกว้างขวางมีประวัติและวิวัฒนาการต่อเนื่องมาช้านาน ประกอบกับหนังสือภาษาไทยมีราคาถูก มีการผลิตเป็นจำนวนมากและเผยแพร่อย่างกว้างขวาง

กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นกลุ่มคณะที่ได้รับงบประมาณเป็นอันดับ

ที่สาม จำนวน 3,080,285.20 บาท (สามล้านแปดหมื่นสองร้อยแปดสิบห้าบาทยี่สิบสตางค์) ส่วนกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ ได้รับงบประมาณเป็นอันดับที่สี่ คือ 2,266,850.85 (สองล้านสองแสนหกหมื่นหกพันแปดร้อยห้าสิบบาทแปดสิบห้าสตางค์) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าสำนักหอสมุดสามารถจัดหาหนังสือภาษาไทยได้เป็นจำนวนน้อย คือ 481 เล่ม และ 125 เล่มตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะหนังสือภาษาไทยของทั้ง 2 กลุ่มคณะมีการจัดพิมพ์จำนวนไม่มากนัก ผู้สอนจึงนิยมใช้หนังสือภาษาต่างประเทศซึ่งมีหลากหลายและทันสมัยประกอบการเรียนการสอนมากกว่า

## 2. จำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

ผลจากการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ยืมหนังสือในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนทั้งสิ้น 161,869 ราย เป็นผู้ยืมจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์จำนวนมากที่สุด คือ 46,672 ราย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพเป็นกลุ่มคณะที่ประกอบด้วยคณะต่างๆ ถึง 6 คณะ มีนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ลักษณะการเรียนการสอนที่เน้นการศึกษาค้นคว้าของกลุ่มคณะยังเป็นส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้มีการใช้ห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งหนังสือตำราของกลุ่มคณะนี้ยังมีราคาแพงทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่สามารถหาซื้อมาเป็นของตนเองได้ จึงทำให้มีสถิติการยืมอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มคณะอื่นๆ สำหรับกลุ่มคณะที่มีปริมาณผู้ยืมอยู่ในระดับรองลงมา คือ กลุ่มคณะศิลปกรรมและการออกแบบ มีจำนวน 44,513 ราย กลุ่มคณะนี้ประกอบ

ด้วยคณะศิลปกรรมและคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการที่กลุ่มคณะนี้มีปริมาณการยืมหนังสืออยู่ในระดับสูง เป็นเพราะผู้เรียนต้องใช้หนังสือซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปภาพประกอบแนวคิดในการออกแบบผลงานต่างๆ และเช่นเดียวกับหนังสือของกลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ คือหนังสือของกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบมักเป็นหนังสือภาษาต่างประเทศที่มีราคาแพง ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถหาซื้อมาเป็นของตนเองได้จำนวนมากนัก

### 3. จำนวนหนังสือที่จัดหากับจำนวนผู้ยืมในช่วงปีงบประมาณ 2540-2544 แยกตามกลุ่มคณะ

จากผลการศึกษาพบว่า ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2540-2544 สำนักหอสมุดได้จัดหาหนังสือให้กลุ่มคณะต่างๆ รวมจำนวนทั้งสิ้น 14,571 เล่ม เรียงตามลำดับดังนี้ กลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 6,681 เล่ม กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 2,388 เล่ม กลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 1,906 เล่ม และกลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 1,596 เล่ม แต่เมื่อนำจำนวนหนังสือที่จัดหาให้กลุ่มคณะมาเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ยืมของแต่ละกลุ่มคณะจะมองเห็นสัดส่วนระหว่างจำนวนของหนังสือที่จัดหากับจำนวนของผู้ยืมค่อนข้างชัดเจน โดยจำนวนผู้ยืมของกลุ่มคณะต่างๆ ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ยืมรวมทั้งสิ้น จำนวน 161,868 ราย เรียงตามลำดับจากกลุ่มคณะที่มีผู้ยืมจำนวนมากไปน้อย คือ กลุ่มคณะแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 46,672 ราย กลุ่มคณะศิลปะและการออกแบบ จำนวน 44,513 ราย กลุ่มคณะ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 36,235 ราย และกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 34,448 ราย

### ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการศึกษาเรื่องการประเมินทรัพยากรสารสนเทศสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นการศึกษาครั้งแรก ผู้ทำการศึกษาจึงได้นำข้อมูลซึ่งเป็นผลที่ได้จากการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษา เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมของการจัดหาและการยืมทรัพยากรสารสนเทศประเภทหนังสือของกลุ่มคณะต่างๆ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2540-2544 อันจะเป็นแนวทางในการนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปพัฒนาเป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์ตามแนวคิดและทฤษฎีของการประเมินทรัพยากรสารสนเทศต่อไป

2. สำหรับข้อเสนอแนะที่เป็นผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ทำการศึกษาเห็นควรเสนอให้งานจัดหาทรัพยากรสารสนเทศพิจารณาจัดสรรงบประมาณสำหรับการจัดหาหนังสือให้เหมาะสมกับปริมาณการใช้ โดยพยายามหาทางเพิ่มปริมาณการจัดหาหนังสือทางด้านแพทยศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ และด้านศิลปะและการออกแบบให้มากขึ้น เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้

○○○

เอกสารอ้างอิง

จารุพร พงศ์ศรีวัฒน์. "การสำรวจ Collection ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" วารสารห้องสมุด. 26, 3 (2525) : 53-69.

ชนิดา จรรย์พรพงศ์. "การค้นหาและการใช้หนังสือของหอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2525-2527" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

นงลักษณ์ ไม่น่ายกิจ. "การประเมินทรัพยากรห้องสมุด" ชมรมนิสิตวิชา บรรณารักษศาสตร์จุฬาฯ 5 (2528) : 78-90.

เพ็ญพันธ์ เพชรคร. "การประเมินหนังสือในสาขาวิทยาศาสตร์ของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

Faigel, Martin. "Method and Issues in Collection Evaluation Today" Library Acquisitions : Practice and Theory 9 (1985) : 21-35.

## การสืบค้นสารสนเทศจาก WEBPAC สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

๕๖ กนกวรรณ จันทร์\*

ปัจจุบันห้องสมุดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้องสมุดระดับสถาบันอุดมศึกษา ห้องสมุดเฉพาะ หรือแม้แต่ห้องสมุดโรงเรียน ได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในห้องสมุดกันอย่างแพร่หลาย โดยมีการตื่นตัวและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ ให้มีความเหมาะสมกับหน่วยงานและองค์กรของแต่ละแห่ง ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในการที่จะเข้าถึงสารสนเทศที่มีอยู่ในห้องสมุดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ห้องสมุดทุกแห่งมักจะคำนึงถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรสาร-สนเทศของผู้ใช้เป็นหลัก จึงได้มีความพยายามที่จะพัฒนาให้ระบบการสืบค้นสารสนเทศของห้องสมุดมีลักษณะที่ง่ายและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้

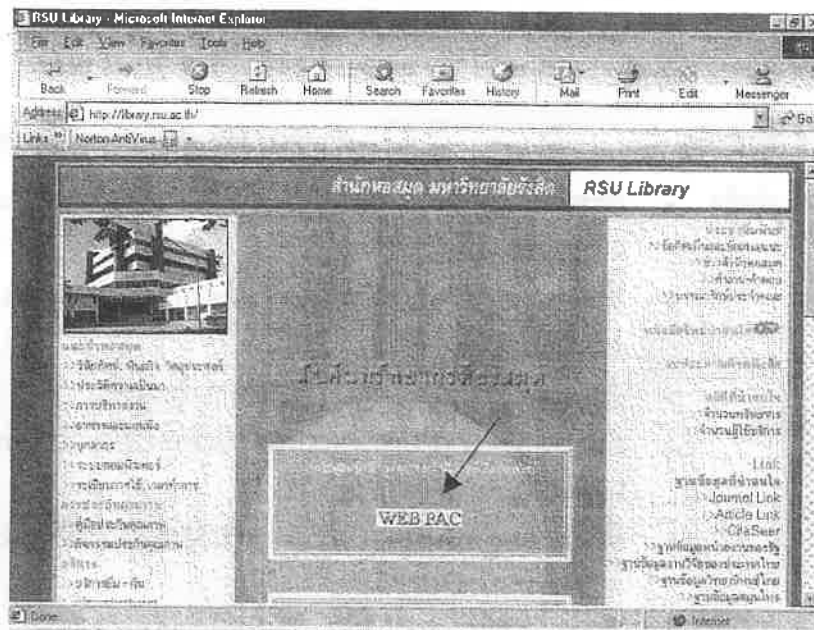
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ให้ความสำคัญกับการสืบค้นสารสนเทศที่มีอยู่ในสำนักหอสมุดเช่นกัน จึงได้ร่วมมือกับศูนย์บริการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ในการออกแบบและพัฒนารูปแบบการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศที่มีอยู่ในสำนักหอสมุดผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า ONLINE PUBLIC ACCESS- Catalog WWW โดยสำนักหอสมุดได้เรียกหน้าจอการสืบค้นนี้ว่า WEBPAC ผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นคณาจารย์ นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัย ตลอดจนผู้ใช้ภายนอกทั่วไปสามารถเข้ามาสืบค้นสารสนเทศของสำนักหอสมุดได้โดยผ่านระบบออนไลน์ และเพื่อให้ผู้ใช้ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย มีความเข้าใจและสามารถสืบค้นสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และตรงกับความต้องการ สำนักหอสมุดจึงมีแนวคิดที่จะแนะนำวิธีการสืบค้นสารสนเทศจาก WEBPAC ผ่านทางวารสารรังสิตสารสนเทศฉบับนี้

ผู้ใช้สามารถสืบค้นสารสนเทศของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ที่ URL: <http://library.rsu.ac.th> ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. เมื่อเข้ามาถึง HOMEPAGE ของสำนักหอสมุดแล้ว คือ <http://library.rsu.ac.th> คลิกเลือกที่ WEBPAC ดังรูปที่ 1 หรือ
2. พิมพ์ <http://library.rsu.ac.th/webpac>
3. จะปรากฏหน้า WEBPAC ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ดังรูปที่ 2

\*บรรณารักษ์แผนกเทคนิค สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

รูปที่ 1 หน้าโฮมเพจของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต



รูปที่ 2 หน้าจอ WEBPAC



การสืบค้นสารสนเทศในหน้า WEBPAC แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : สืบค้นโดยการพิมพ์คำสำคัญ เลือกหัวข้อและค้นหาจาก  
ทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการ

ส่วนที่ 2 : สืบค้นจากหัวข้อเฉพาะ โดยคลิกเลือกปุ่มที่ต้องการทราบ  
ทั้ง 2 ส่วนมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ใช้สืบค้นรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศที่สำนักหอสมุดมีได้แก่หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อโสตทัศน นอกจากนี้สามารถสืบค้น วรรณนิวารสาร และกฤตภาคหนังสือพิมพ์ รูปแบบการสืบค้นประกอบ ด้วย

- \* คำสำคัญ  สำหรับผู้ใช้พิมพ์คำสำคัญที่ต้องการค้น
- \* หัวข้อ
  - ชื่อหนังสือ/วารสาร(TITLE) ใช้เมื่อทราบชื่อทรัพยากรสารสนเทศ
  - ชื่อหัวเรื่อง (SUBJECT) ใช้เมื่อต้องการสืบค้นสารสนเทศตามหัวเรื่อง
  - ชื่อผู้แต่ง (AUTHOR) ใช้เมื่อทราบชื่อผู้แต่ง
  - ชื่อสำนักพิมพ์ (PUBLISHER) ใช้เมื่อทราบสำนักพิมพ์ของทรัพยากร
  - ชื่อหมวดหมู่หนังสือ (CALL-NO/SHEFLIST) ใช้เมื่อทราบเลขหมวดหมู่หนังสือ
  - ชื่อชุด (SERIES) ใช้เมื่อทราบชื่อชุดของหนังสือ
  - ชื่อบทความ (ARTICLE) ใช้เมื่อทราบชื่อข่าวหรือบทความในวารสารและหนังสือพิมพ์
  - ทั้งหมด (ALL) ใช้เมื่อต้องการให้แสดงรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศทั้งหมด
- \* ค้นหา



หนังสือ



วารสาร



หนังสือพิมพ์



สื่อโสตทัศน

หัวข้อที่ใช้สืบค้นแยกตามประเภทของทรัพยากรสารสนเทศ มีดังนี้

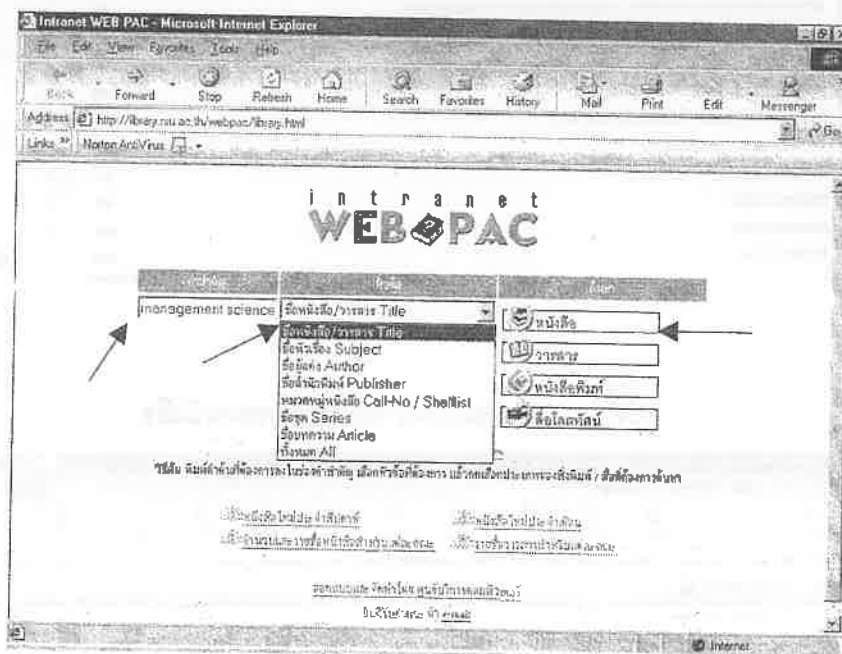
หนังสือ	วารสาร	หนังสือพิมพ์	สื่อโสตทัศน
ชื่อหนังสือ/วารสาร	ชื่อหนังสือ/วารสาร	ชื่อหัวเรื่อง	ชื่อหนังสือ/วารสาร
ชื่อหัวเรื่อง			ชื่อหัวเรื่อง
ชื่อผู้แต่ง	ชื่อหัวเรื่อง	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อผู้แต่ง
ชื่อสำนักพิมพ์	ชื่อสำนักพิมพ์	ชื่อบทความ	ชื่อสำนักพิมพ์
ชื่อสำนักพิมพ์	ชื่อบทความ	ทั้งหมด	ทั้งหมด
ชื่อชุด	ทั้งหมด		
ทั้งหมด			

การสืบค้นรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศที่มีในสำนักหอสมุด มีวิธีการดังนี้

1. พิมพ์ชื่อของทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการ ได้แก่ ชื่อหนังสือ / ชื่อวารสาร / ชื่อสื่อโสตทัศน ลงในช่อง **คำสำคัญ**
2. คลิกเลือกเขตข้อมูลสำหรับการสืบค้น (FIELD SEARCHING) คือ "ชื่อหนังสือ / วารสาร (TITLE)" ที่ช่อง **หัวข้อ**
3. คลิกเลือกประเภทของทรัพยากรสารสนเทศที่ช่อง **ค้นหา**

การสืบค้นรายชื่อหนังสือ (ดังรูปที่ 3)

รูปที่ 3 หน้าจอการสืบค้นหนังสือ

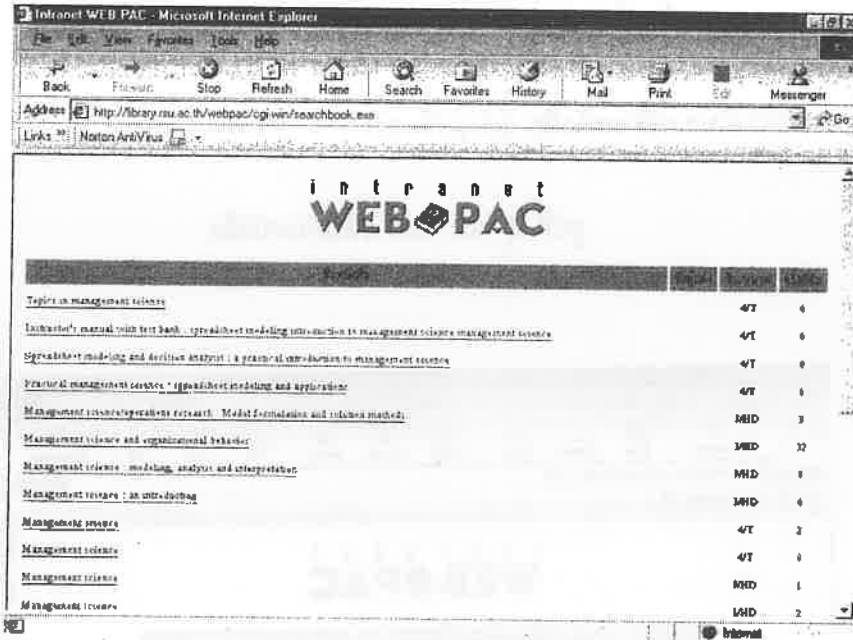


• ผลลัพธ์ที่ได้คือ หนังสือรายการที่ค้นหาจะปรากฏออกมา พร้อมชื่อผู้แต่ง ชั้นที่ให้บริการหนังสือ หมวดหมู่หนังสือ และสถิติจำนวนการยืม (ดังรูปที่ 4)

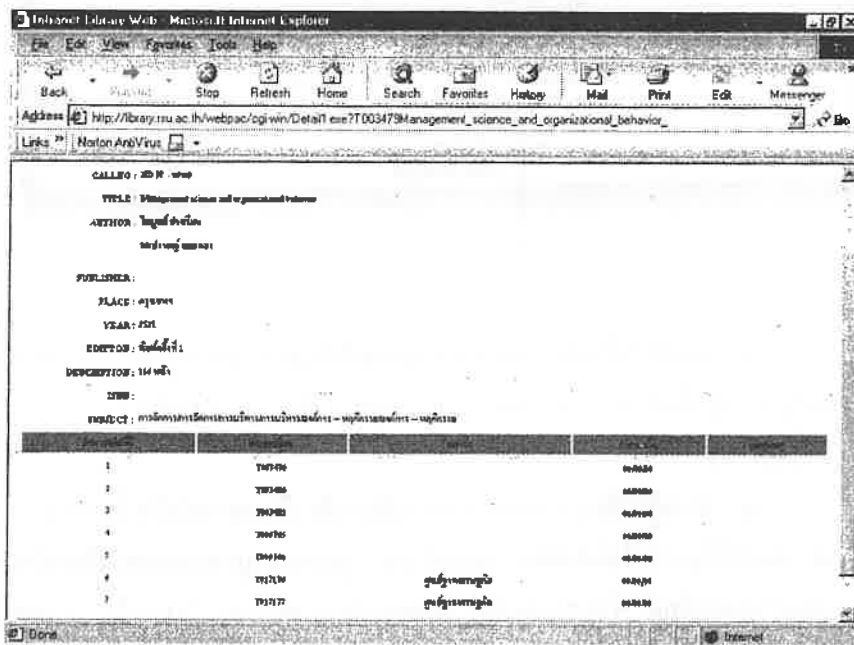
• หากผู้ใช้ต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมของหนังสือนั้นๆสามารถคลิกเลือกที่ชื่อหนังสือได้ หลังจากนั้นจะปรากฏบรรณานุกรมของหนังสือพร้อมแสดงรายละเอียด จำนวนเล่มที่มี เลขทะเบียน สถานะ (แบ่งเป็น 2 กรณี กรณีที่ 1 หนังสือให้บริการที่ห้องสมุดสาขา จะแสดงชื่อสาขาของห้องสมุด

กรณีที่ 2 แสดงสถานะการยืม-คืน สำหรับหนังสือที่ให้บริการที่สำนักหอสมุด) กำหนดคืน และหมายเหตุ (แสดงรหัสประจำตัวของผู้ยืม) (ดังรูปที่ 5)

รูปที่ 4 หน้าจอแสดงรายชื่อหนังสือ

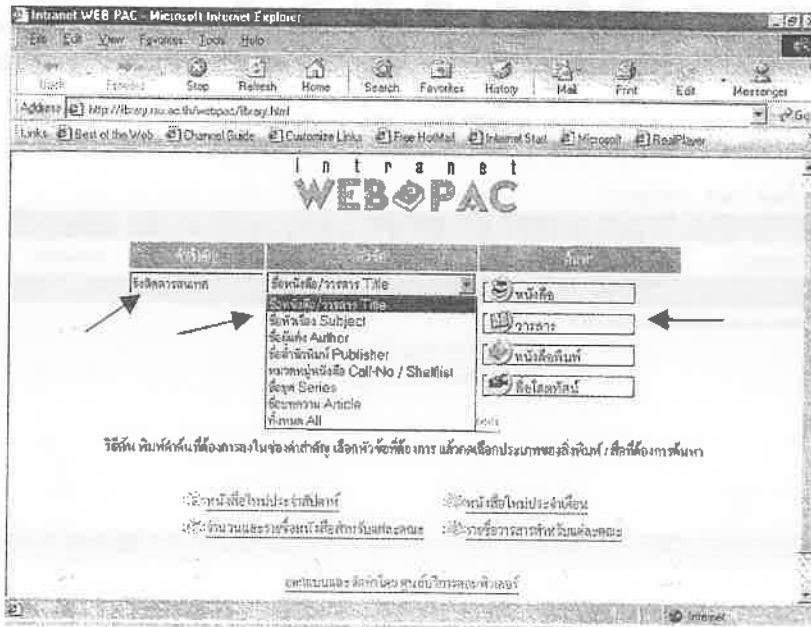


รูปที่ 5 หน้าจอแสดงรายละเอียดของหนังสือ



การค้นรายชื่อวารสาร (ดังรูปที่ 6)

รูปที่ 6 หน้าจอแสดงการสืบค้นวารสาร

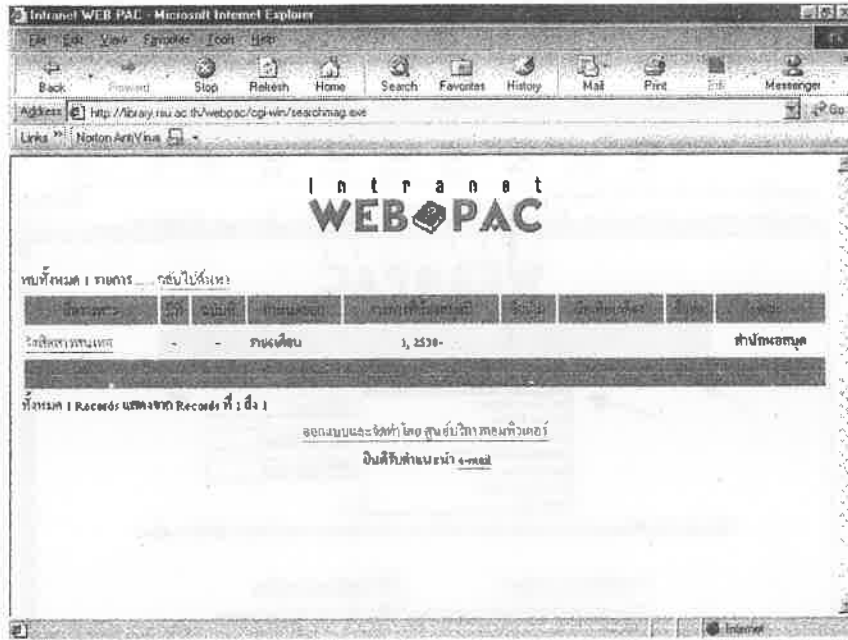


- ผลลัพธ์ที่ได้คือ วารสารที่ต้องการค้นหาจะปรากฏออกมา พร้อมแสดงรายละเอียด ปีที่ (ถ้ามี) ฉบับที่ (ถ้ามี) กำหนดออก รายการที่ห้องสมุด มี ชื่อเดิม (ถ้ามี) ชื่อเทียบเคียง (ถ้ามี) ชื่อย่อ (ถ้ามี) คณะ (ที่ตั้งชื่อ) (ดังรูปที่ 7)

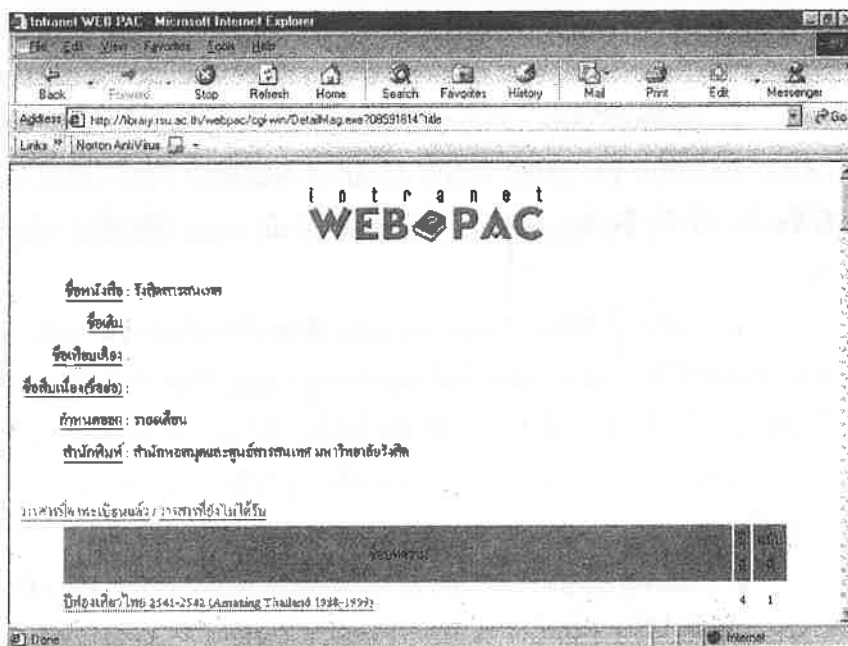
- หากผู้ใช้ต้องการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับวารสารเพิ่มเติม สามารถคลิกที่ชื่อวารสาร หลังจากนั้นจะปรากฏรายละเอียด ดังนี้ ชื่อวารสาร ชื่อเดิม (ถ้ามี) ชื่อเทียบเคียง (ถ้ามี) ชื่อสืบเนื่อง (ถ้ามี) กำหนดออก สำนักพิมพ์ วารสารที่ลงทะเบียนแล้ว วารสารที่ยังไม่ได้รับ และดรชนีวารสาร (ดังรูปที่ 8)

- กรณีที่ผู้ใช้ต้องการทราบว่าสำนักหอสมุดได้รับตัวเล่มวารสารหรือไม่ สามารถสืบค้นได้โดยคลิกที่ “วารสารที่ลงทะเบียนแล้ว” จะแสดงรายการวารสารที่ได้รับ (ดังรูปที่ 9) หรือ ถ้าต้องการวารสารเล่มใดยังไม่ได้รับ ก็คลิกไปที่ “วารสารที่ยังไม่ได้รับ” จะแสดงรายการวารสารที่ยังไม่ได้รับ (ดังรูปที่ 10)

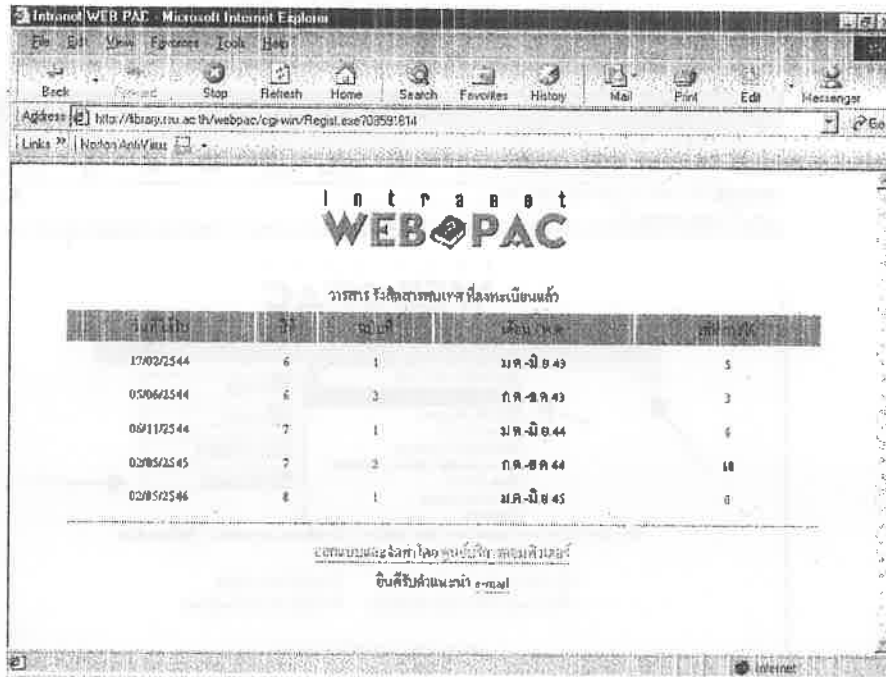
รูปที่ 7 หน้าจอแสดงรายชื่อวารสาร



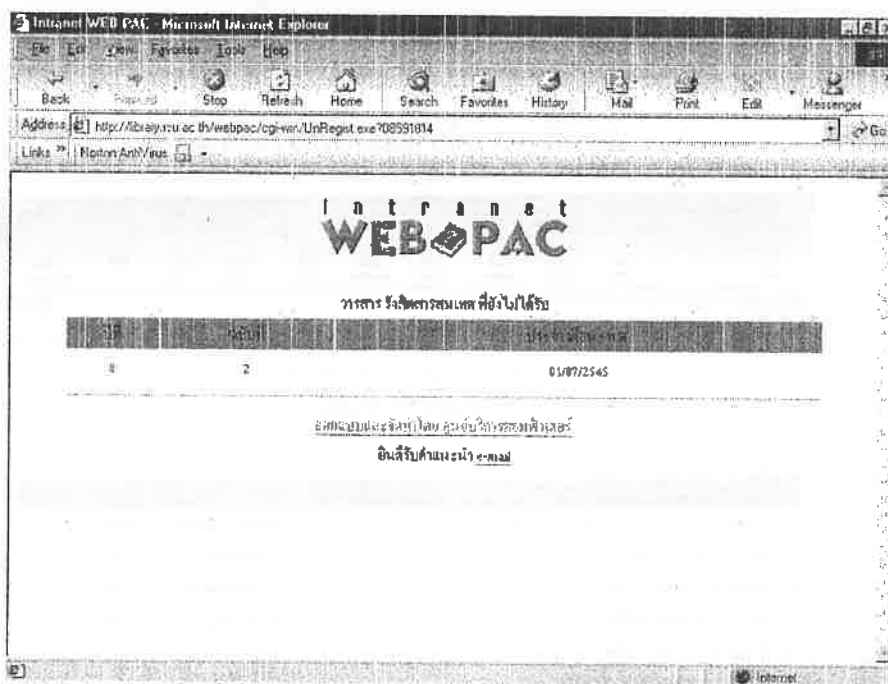
รูปที่ 8 หน้าจอแสดงรายละเอียดของวารสาร



รูปที่ 9 หน้าจอแสดงรายการวารสารที่ได้รับ

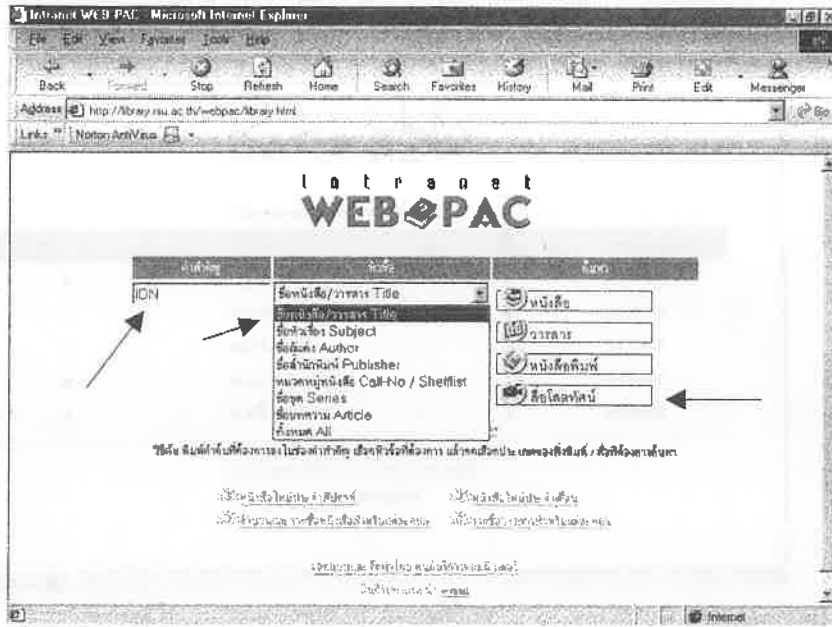


รูปที่ 10 หน้าจอแสดงรายการวารสารที่ยังไม่ได้รับ



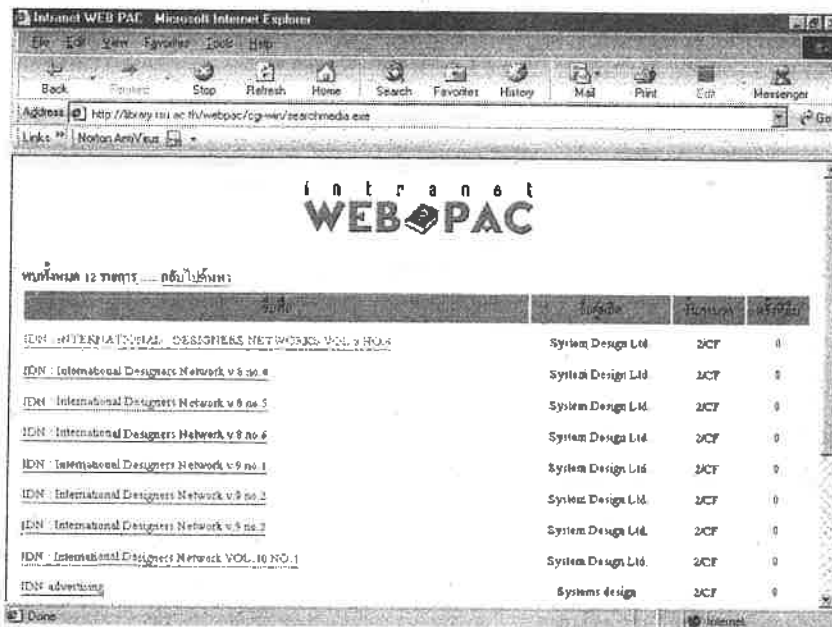
### การสืบค้นรายชื่อสื่อโสตทัศน (ดังรูปที่ 11)

รูปที่ 11 หน้าจอการสืบค้นรายชื่อสื่อโสตทัศน



- ผลลัพธ์ที่ได้คือ สื่อโสตทัศนที่ต้องการค้นหาจะปรากฏออกมาพร้อมแสดงรายละเอียด ชื่อสื่อโสตทัศน ชื่อผู้ผลิต (สำนักพิมพ์) ชั้นที่ให้บริการ หมวดของสื่อ จำนวนครั้งที่ยืม (ดังรูปที่ 12)

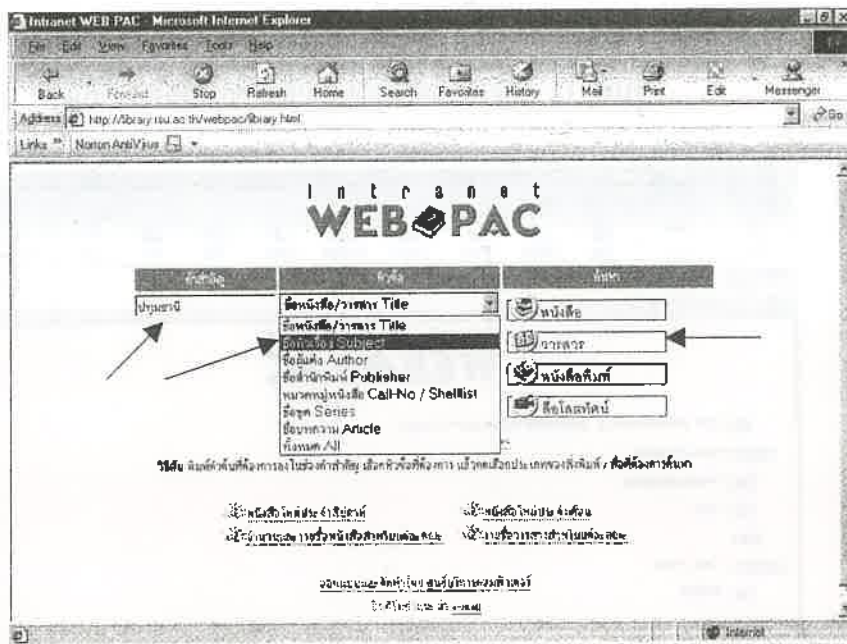
รูปที่ 12 หน้าจอแสดงรายชื่อสื่อโสตทัศน





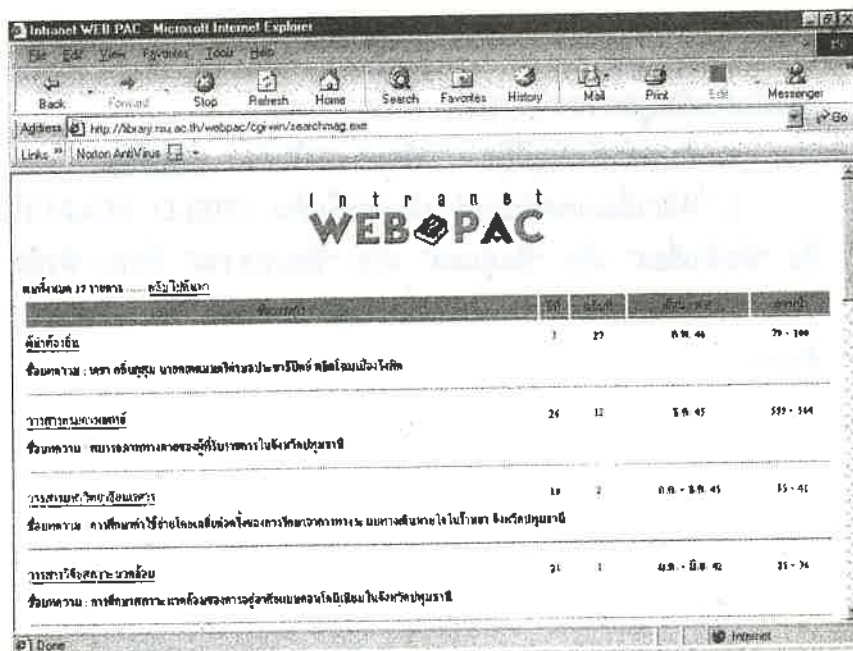
ตัวอย่างการสืบค้นข้อมูลบรรณนิวารสาร จาก “หัวเรื่อง” (ดังรูปที่ 14)

รูปที่ 14 หน้าจอการสืบค้นบรรณนิวารสารจาก “หัวเรื่อง”



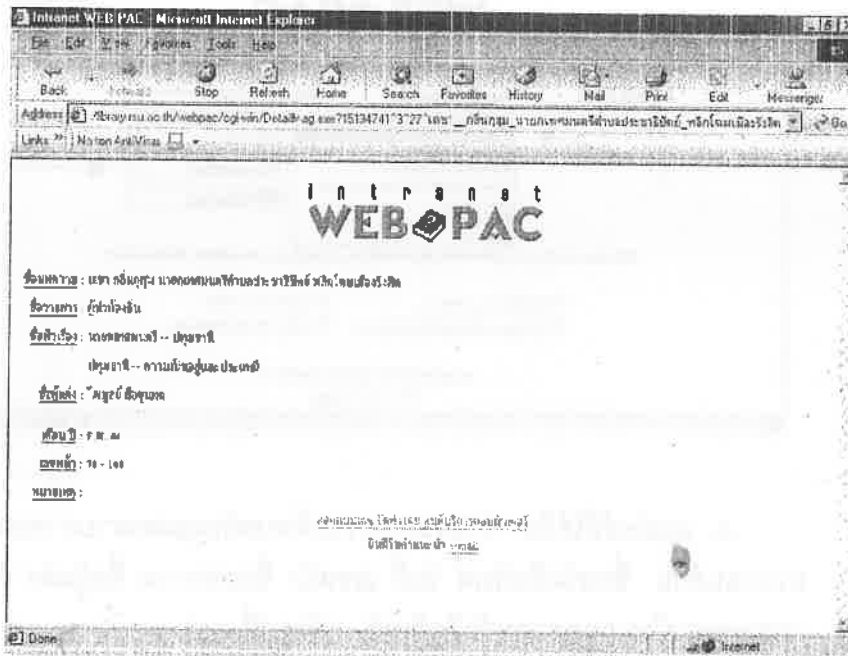
4. ผลลัพธ์ที่ได้คือ จำนวนบทความที่พบ พร้อมแสดงรายการบทความ ประกอบด้วย ชื่อวารสาร ปีที่ ฉบับที่ เดือน/พ.ศ. เลขหน้า และชื่อบทความ (ดังรูปที่ 15)

รูปที่ 15 หน้าจอแสดงผลการสืบค้นบรรณนิวารสาร



5. หากผู้ใช้ต้องการทราบรายละเอียดของบรรณานุกรมที่เพิ่มเติมนั้นเพิ่มเติม สามารถคลิกที่ชื่อวารสารที่ต้องการทราบ หลังจากนั้นจะปรากฏรายละเอียดของบทความ ประกอบด้วย ชื่อบทความ ชื่อวารสาร ชื่อหัวเรื่อง ชื่อผู้แต่ง เดือน/พ.ศ. เลขหน้า และหมายเหตุ (กรณีที่มีบทความย่อ /บทความภาษา อังกฤษ /ภาพประกอบ / ตาราง / แผนภูมิ) (ดังรูปที่ 16)

รูปที่ 16 หน้าจอแสดงรายละเอียดบรรณานุกรม

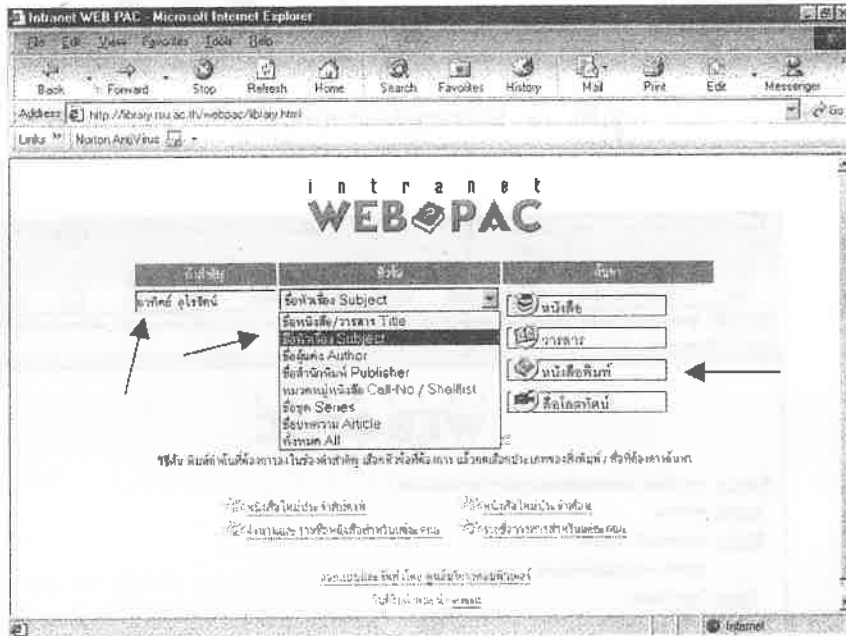


การสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลหนังสือพิมพ์ มีวิธีการดังนี้

1. พิมพ์คำสำคัญที่ต้องการค้นหา ลงในช่อง คำสำคัญ
2. คลิกเลือกเขตข้อมูลสำหรับการสืบค้น (FIELD SEARCHING) คือ "ชื่อหัวเรื่อง" หรือ "ชื่อผู้แต่ง" หรือ "ชื่อบทความ" ที่ช่อง หัวข้อ
3. คลิกเลือกประเภทของทรัพยากรสารสนเทศ คือ "หนังสือพิมพ์" ที่ช่อง ค้นหา

ตัวอย่างการสืบค้นข้อมูลภาคหนังสือพิมพ์ จากหัวข้อ “หัวเรื่อง” (ดังรูปที่ 17)

รูปที่ 17 หน้าจอแสดงการสืบค้นภาคหนังสือพิมพ์จาก “หัวเรื่อง”



4. ผลลัพธ์ที่ได้คือ จำนวนบทความที่พบพร้อมแสดงรายการบทความ ประกอบด้วย ชื่อหนังสือพิมพ์ วันที่ เลขหน้า ชื่อบทความ ชื่อผู้แต่ง หัวเรื่อง และเลขทะเบียนภาคหนังสือพิมพ์ (ดังรูปที่ 18)

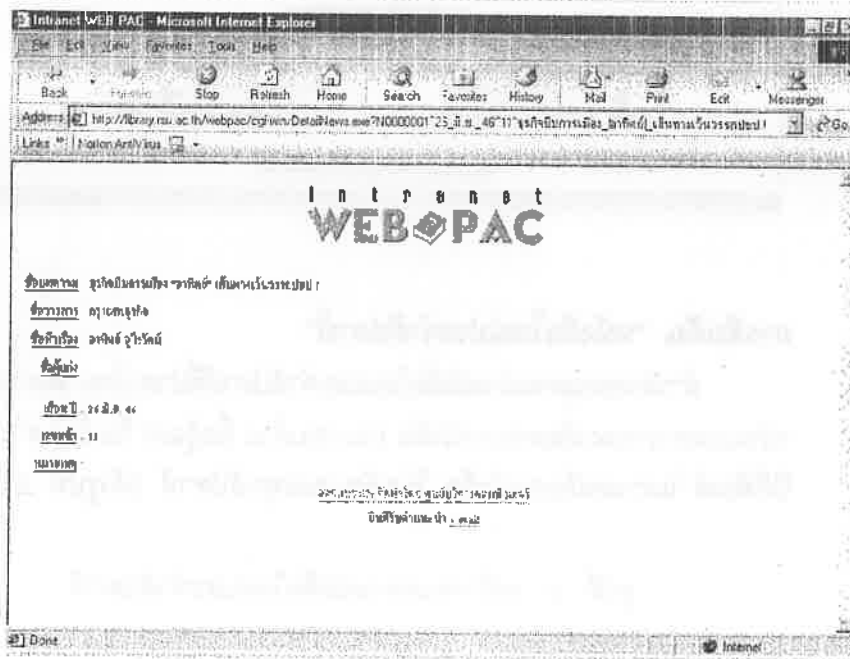
รูปที่ 18 หน้าจอแสดงผลการสืบค้นภาคหนังสือพิมพ์



5. หากผู้ใช้ต้องการทราบรายละเอียดของกฤตภาคหนังสือพิมพ์นั้นเพิ่มเติม สามารถคลิกที่ชื่อหนังสือพิมพ์ที่ต้องการทราบ หลังจากนั้นจะปรากฏรายละเอียดของบทความ ประกอบด้วย ชื่อบทความ ชื่อหนังสือพิมพ์ ชื่อหัวเรื่อง ชื่อผู้แต่ง เดือน/พ.ศ. เลขหน้าและหมายเหตุ (ดังรูปที่ 19)

6. การสืบค้นกฤตภาคหนังสือพิมพ์ของสำนักหอสมุดมีระบบการจัดเก็บ 2 วิธีคือ ระบบหัวเรื่อง (จัดเก็บแบบเดิม) กับระบบเลขทะเบียน (จัดเก็บแบบใหม่)

รูปที่ 19 หน้าจอแสดงรายละเอียดของกฤตภาคหนังสือพิมพ์

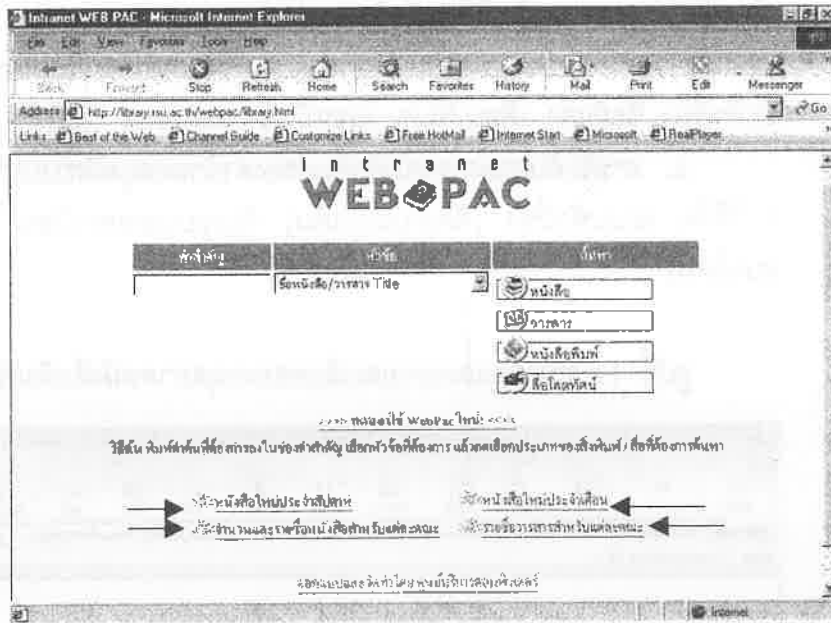


ส่วนที่ 2 ใช้สืบค้นจากหัวเรื่องเฉพาะ ในส่วนนี้ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกตามหัวข้อที่ต้องการทราบ ดังนี้

1. หนังสือใหม่ประจำสัปดาห์
2. หนังสือใหม่ประจำเดือน
3. จำนวนและรายชื่อหนังสือสำหรับแต่ละคณะ
4. รายชื่อวารสารประจำแต่ละคณะ

ดังรูปที่ 20

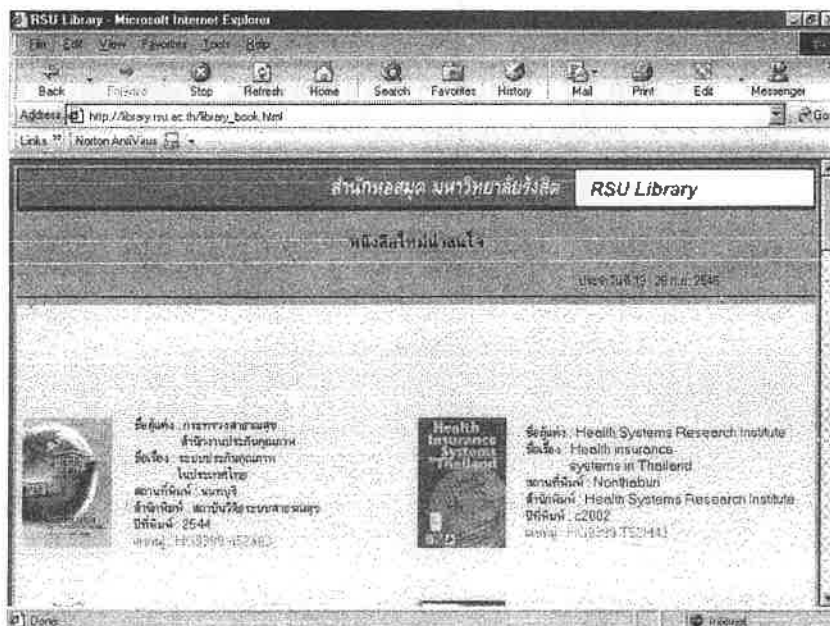
รูปที่ 20 หน้าจอแสดงการสืบค้นหัวข้อเฉพาะ



### การสืบค้น “หนังสือใหม่ประจำสัปดาห์”

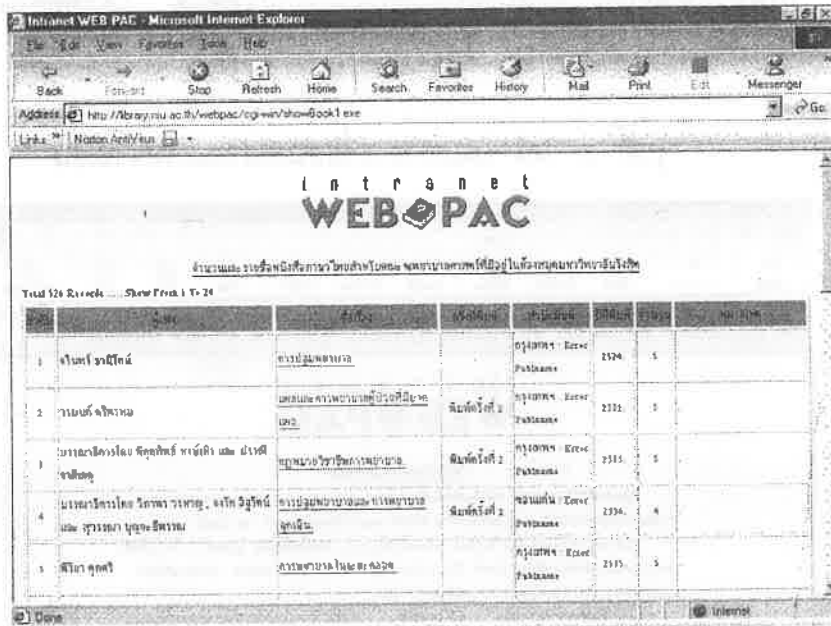
สำนักหอสมุดจะนำหนังสือใหม่ประจำสัปดาห์ที่น่าสนใจมาเสนอหน้าปกพร้อมแสดงรายละเอียดของหนังสือ ประกอบด้วย ชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ และเลขเรียกหนังสือ โดยจัดแสดงทุกสัปดาห์ (ดังรูปที่ 21)

รูปที่ 21 หน้าจอแสดงหนังสือใหม่ประจำสัปดาห์





รูปที่ 23 หน้าจอแสดงจำนวนและรายชื่อหนังสือสำหรับคณะ

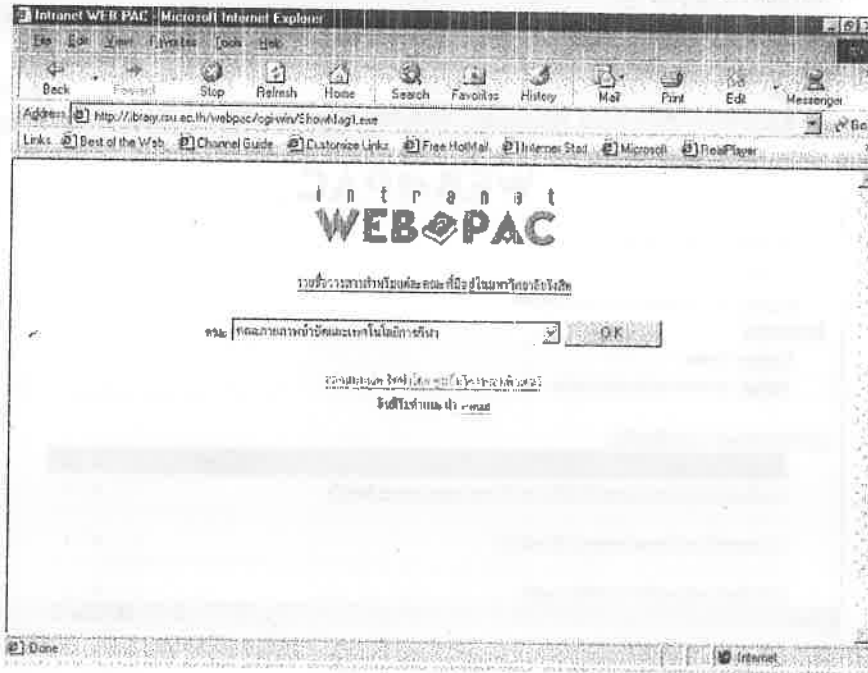


**การสืบค้น “รายชื่อวารสารสำหรับแต่ละคณะ”**

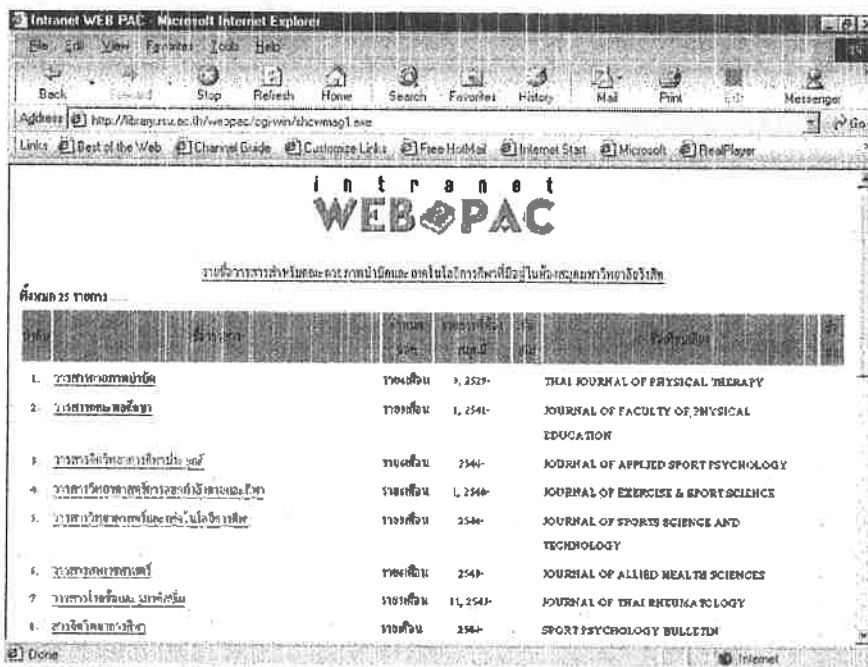
เป็นการแสดงรายชื่อวารสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่สำนักหอสมุดบอกรับให้แก่แต่ละคณะ และรายชื่อวารสารที่ได้รับบอกรับนันทนาการแยกตามสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับคณะที่มหาวิทยาลัยมีการเรียนการสอน ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกคณะที่ต้องการทราบ และคลิก OK (ดังรูปที่ 24) หน้าจอจะแสดงผลรายชื่อวารสารสำหรับคณะ โดยแสดงจำนวนวารสาร ลำดับที่ของวารสารเรียงตามลำดับตัวอักษร ชื่อวารสาร กำหนดออก รายการที่ห้องสมุดมี ชื่อเดิม (ถ้ามี) ชื่อเทียบเคียง (ถ้ามี) ชื่อย่อ (ถ้ามี) (ดังรูปที่ 25)

และหากต้องการดูรายละเอียดของวารสารรายการใด สามารถคลิกที่ชื่อวารสาร หน้าจอจะแสดงผลรายละเอียดทางบรรณานุกรมของวารสารนั้นๆ พร้อมแสดงรายการบทความที่มีการทำดรรชนี ประกอบด้วย ชื่อบทความ ปีที่ และฉบับที่ ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกรายการบทความที่สนใจได้ (ดังรูปที่ 26) ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกรายการบทความที่สนใจได้ หน้าจอจะแสดงรายละเอียดของบทความ ประกอบด้วย ชื่อบทความ ชื่อวารสาร ชื่อหัวเรื่อง ชื่อผู้แต่ง เดือน/พ.ศ. เลขหน้า และหมายเหตุ (กรณีที่มี บทความย่อ/บทความภาษาอังกฤษ /ภาพประกอบ / ตาราง / แผนภูมิ)

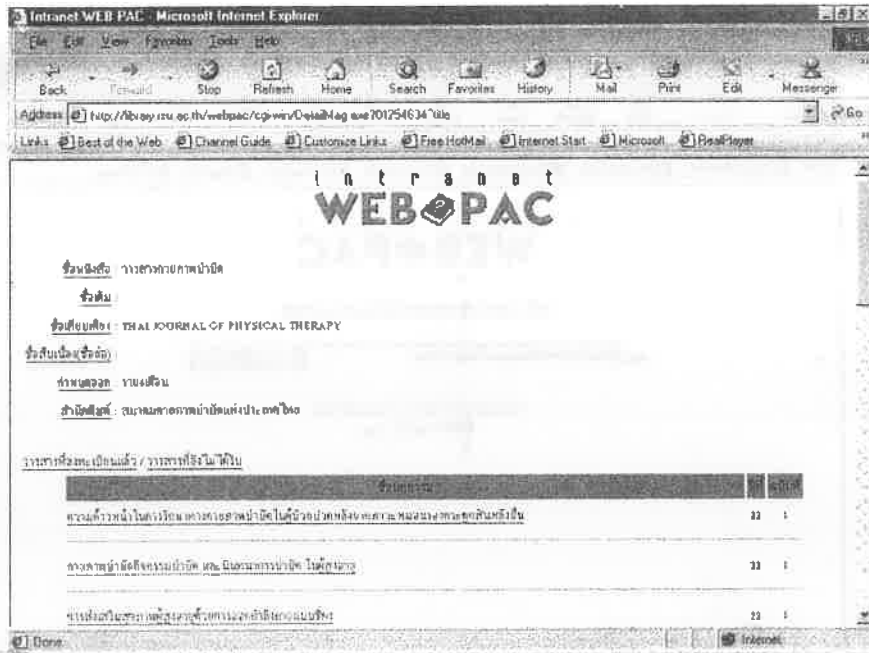
รูปที่ 24 หน้าจอแสดงการสืบค้นรายชื่อวารสารสำหรับคณะ



รูปที่ 25 หน้าจอแสดงรายชื่อวารสารสำหรับคณะ



รูปที่ 26 หน้าจอแสดงรายละเอียดของวารสาร



สำนักหอสมุดกำลังปรับปรุงรูปแบบหน้าจอการสืบค้นสารสนเทศใหม่ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ใช้งานมากที่สุด โดยได้รับความร่วมมือจากศูนย์บริการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยในการออกแบบ ขณะนี้สำนักหอสมุดอยู่ระหว่างการทดลองใช้ โดยจะสังเกตได้จากหน้าจอ WEBPAC จะปรากฏคำว่า “ทดลองใช้ WEBPAC ใหม่” ในการปรับปรุง นี้ก็เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการให้สามารถจะเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้สะดวกยิ่งขึ้น

○○○

## การเตรียมทีมนักกีฬา..... เพื่อเข้าแข่งขันกีฬาระหว่างสถาบัน



ผศ.ไชยรัตน์ รุจิพงศ์\*

การกีฬาเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ดังจะเห็นได้ทุกๆ ประเทศส่งเสริมและสนับสนุนให้มนุษย์ทุกคนได้เล่นกีฬา เนื่องจากกีฬาเป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทุกเพศทุกวัยให้มีความสมบูรณ์ ทั้งสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกาย และจิตใจ กล่าวคือ การกีฬาช่วยในการพัฒนาด้านสติปัญญา โดยให้กระบวนการวางแผน การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลการคิดแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างสุขุมและรอบคอบมากขึ้น ตลอดจนทั้งมีความถูกต้องและแม่นยำอีกด้วย สำหรับการพัฒนาทางด้านร่างกาย จะช่วยทำให้ร่างกายมีความแข็งแรงสมบูรณ์ มีความสง่างาม มีสุขภาพที่ดีและมีการเจริญเติบโตเป็นไปตามวัย ส่วนการพัฒนาการทางด้านอารมณ์ จะช่วยให้ความอดทน อดกลั้น มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัย มีน้ำใจนักกีฬา รู้จักแพ้ รู้จักชนะและรู้จักให้อภัย เป็นผู้มีอารมณ์สดชื่นแจ่มใส ร่าเริงเบิกบานอยู่เสมอ การพัฒนาการทางด้านสังคม จะช่วยให้รู้จักเคารพในกฎกติกา และกฎหมายต่างๆ ของบ้านเมือง ความสามัคคีในหมู่คณะ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตลอดจนการเสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อสังคมอีกด้วย การแข่งขันกีฬาเป็นส่วนหนึ่งที่จะพัฒนาระเบียบวินัยของคนให้รู้ว่าอะไรควรทำก่อนหรือหลัง และอะไรที่ไม่ควรทำ นอก

จากนั้นยังฝึกจิตใจให้รู้จักแพ้ รู้จักชนะ และรู้จักอภัย ซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคลที่อยู่ร่วมกันในสังคมไม่ว่าจะเป็นครอบครัว หน่วยงาน สถาบันหรือประเทศชาติ และยิ่งฝึกคนให้เป็นผู้นำที่ดีอีกด้วย สำหรับการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นในประเทศไทยนั้น มีมากมายหลายหน่วยงานที่จัดขึ้นทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งจัดในรูปแบบของการแข่งขันกีฬาภายใน และการแข่งขันเพื่อความเป็นเลิศ เช่น การแข่งขันกีฬาเพื่อการแข่งกีฬาบุคลากรทบวงมหาวิทยาลัย การแข่งขันกีฬานักเรียนกรมพลศึกษา การแข่งขันกีฬาเยาวชนแห่งชาติ การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ และการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย (สุรศักดิ์ ทรัพย์เพิ่ม, 2544 : 1)

การพลศึกษาและการกีฬาจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาบุคคลในชาติที่ควบคู่กันไป กล่าวคือ ถ้าหากบุคคลในชาติมีความสนใจในการเล่นกีฬาเท่าใดก็จะทำให้การพลศึกษามีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ และในทำนองเดียวกันถ้าการพลศึกษามีความสำคัญมากยิ่งขึ้นไป ก็จะทำให้การกีฬาของชาตินั้นๆ มีความเจริญมากขึ้นเช่นกัน (อเนก ช้างน้อย, 2527 : 179-187) ดังนั้น การกีฬาจึงเป็นกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับของสังคมโลกว่าเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาทรัพยากร

\*อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

มนุษย์ของชาติ เพราะจะทำให้ทรัพยากรมนุษย์ของชาติมีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรงและสมบูรณ์ และนอกจากนี้การเล่นกีฬาจะก่อให้เกิดการพัฒนาการทางด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย การส่งเสริมการเล่นกีฬาจึงมีความจำเป็นและสำคัญยิ่งในสถานศึกษา หรือสถาบันการศึกษาในทุกระดับ เพราะจะช่วยให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็นทรัพยากรมนุษย์ของชาติที่มีความพร้อมในทุกๆ ด้าน ดังคำกล่าวของ *ประกาศน์ อวยชัย (2528 : 9)* ที่ว่าในการที่จะพัฒนานักเรียน นิสิต นักศึกษาเป็นผู้ที่มีความพร้อมทั้งกาย วาจา และใจ ได้นั้นต้องใช้การกีฬาซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยให้ นักเรียน นิสิต นักศึกษาได้ใช้พลังในตัวไปในทางที่สร้างสรรค์ เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นใจในการเรียน และความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ นอกจากนี้การกีฬายังสามารถพัฒนาจิตใจให้รู้จักเสียสละ มีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม และสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญยิ่งขึ้นต่อไป

จากคุณค่าและความสำคัญของการพลศึกษาและการกีฬาที่กล่าวมานี้จะพบว่าการพัฒนาคนให้มีความพร้อมนั้น ควรเริ่มต้นที่กระบวนการทางการศึกษา โดยให้ความสำคัญในด้านพุทธิศึกษา หัตถศึกษา จริยศึกษา และพลศึกษา ทั้งนี้เพื่อช่วยให้บุคคลที่ผ่านกระบวนการทางการศึกษา ได้มีการพัฒนาทางด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกาย และจิตใจควบคู่กันไป ซึ่งวิชาพลศึกษาและการกีฬาเป็นวิชาหนึ่งที่สังคมโลกได้ยอมรับว่า สามารถพัฒนาบุคคลให้มีภูมิรู้ ภูมิธรรมและมีภูมิฐานได้เป็นอย่างดี

การบริหารกีฬาและการเตรียมทีมนักกีฬาเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้เกิดการพัฒนาในการกีฬาและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันกีฬาไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม การเตรียมตัวของนักกีฬาเป็นสิ่งสำคัญจะทำให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับชัยชนะได้ แต่การที่นักกีฬาจะได้รับความสำเร็จในการกีฬานั้นได้ต้องมีแรงจูงใจหรือมีความตั้งใจจริง เอาใจจริงเอาใจต่อการฝึกซ้อมกีฬา *อนันต์ อัดชู (2526:1)* การที่จะเตรียมทีมกีฬาให้มีคุณภาพนั้นมิใช่ของง่าย จำเป็นที่จะต้องใช้งบประมาณ และใช้คนทำงานร่วมกันเป็นจำนวนมาก จะต้องมีการจัดระบบ จัดระเบียบในการทำงานร่วมกัน ตลอดทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้ร่วมงาน โดยได้รับความสะดวก ความปลอดภัยและความพึงพอใจที่จะทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข เพื่อให้เกิดผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้จำเป็นต้องมีการจัดการเพื่อให้การทำงานบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ในการเตรียมทีมนักกีฬาจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในด้านการบริหารงานต่างๆ เป็นอย่างดี

*บุญรงค์ นิลวงศ์ (2525 : 1)* ได้กล่าวว่าการบริหารงานที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นที่ต้องมีปัจจัยในการบริหารงาน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. **คนหรือบุคคล (Man)** เป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารงาน ผลงานจะออกมาดีได้ต้องประกอบด้วย บุคคลที่มีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบต่อหน่วยงานนั้นๆ
2. **เงิน (Money)** เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ที่หน่วยงานจำเป็นจะต้องมีงบประมาณ หากมีปัญหาหรือขาดแคลนงบ-

ประมาณการบริหารงานของหน่วยงานก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายได้

3. **ทรัพยากรหรือวัตถุ (Material)** อุปกรณ์เป็นสิ่งจำเป็นหากหน่วยงานใดขาดวัสดุอุปกรณ์ หรือทรัพยากรในการบริหารแล้ว ก็ย่อมจะเป็นอุปสรรค หรือก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารงาน ฉะนั้นทรัพยากรในการบริหารงานจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานในการบริหาร

4. **การจัดการ (Management)** การบริหารงานจำเป็นต้องมีการทำงานที่เป็นระบบ มีการจัดการที่ดีแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบ การควบคุม การตรวจสอบรายงานอย่างมีระบบ มีขั้นตอน มีระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติที่ดีและเด่นชัด

นอกจากนี้ เกษม นครเขตต์ (2521: 68-69) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารก็ฟ้าจะมีความจำเป็น และมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของกลุ่มบุคคล หากผู้บริหารก็ฟ้าขาดความรู้ความสามารถในการบริหารก็ฟ้าแล้ว ความสำเร็จของกิจกรรมก็ฟ้านั้นๆ ย่อมเป็นไปได้ยาก

การบริหารก็ฟ้าและการจัดการก็ฟ้า คือ การคาดการณ์และการวางแผนก็ฟ้าไว้ล่วงหน้า การสั่งการ การจัดหน่วยงาน การประสานงาน และการควบคุมงานมีส่วนช่วยให้การดำเนินงานก็ฟ้าประสบผลสำเร็จได้

กระบวนการบริหารก็ฟ้าจึงเป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในการปฏิบัติงาน เพราะการบริหารเป็นระบบความสัมพันธ์ของกิจกรรมก็ฟ้าต่างๆ ในองค์การที่ผู้บริหารจะต้องถือปฏิบัติหรือกระบวนการบริหาร คือวิถีทางที่จะนำไป

สู่ความสำเร็จ กระบวนการบริหารเปรียบได้กับสมอง แขน ขา และพลังกำลังของผู้บริหารนั่นเอง กระบวนการบริหารประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ หลายประการ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบคือ ภาวะความรับผิดชอบที่ผู้บริหารทุกองค์การต้องปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งความถูกต้อง ความมีระเบียบ และความมีประสิทธิภาพของหน่วยงาน หน้าที่ของผู้บริหารประกอบด้วยกระบวนการซึ่งอาจถือเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. **การวางแผน (Planning)** เป็นกระบวนการแรกของผู้บังคับบัญชาจะต้องเป็นผู้คิดทำแล้ว ชี้แจงให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบ เพื่อความเข้าใจและใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

2. **การจัดองค์การหรือการจัดหน่วยงาน (Organizing)** เมื่อผู้บังคับบัญชาได้จัดทำแผนเรียบร้อยงานขั้นตอนต่อไปก็คือ จะต้องพยายามจัดสายงาน และหน่วยงานให้สอดคล้องกับแผนที่กำหนดไว้

3. **การจัดบุคลากร (Staffing)** คือ การหาบุคลากรเข้าทำงานในองค์การและหน่วยงานต่างๆ โดยให้แต่ละหน่วยงานมีคนทำงานในลักษณะที่เหมาะสมกับงานและความรู้ความสามารถ

4. **การอำนวยการ (Directing)** จะมีความหมายรวมไปถึงการสั่งการ หรือการวินิจฉัยสั่งการด้วยซึ่งในเรื่องนี้นอกจากผู้บังคับบัญชาชั้นสูงจะเป็นผู้มีอำนาจในการปฏิบัติแล้ว จะต้องมีการมอบให้บุคลากรอื่นๆ มีอำนาจลดหลั่นในลักษณะที่เป็นสายการบังคับบัญชา

5. **การประสาน (Coordinating)** เมื่องานได้รับการวางแผน หน่วยงานและบุคลากรต่างๆ ได้รับการกำหนดให้ปฏิบัติ

งานตามความเหมาะสมและเป็นไปตามความรู้ การประสานงานระหว่างหน่วยงานและระหว่าง บุคคลเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

6. **การรายงาน (Reporting)** เมื่องาน ได้รับการปฏิบัติแล้ว การได้รับการรายงานจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นอย่าง มาก เพราะการรายงานจะทำให้ทราบถึงผล การปฏิบัติงานว่าได้ดำเนินไปแล้วมากน้อย เพียงใด

7. **การงบประมาณ (Budgeting)** การ บริหารงานจะเกิดขึ้นได้ย่อมต้องอาศัยปัจจัย ที่สำคัญ 4 อย่าง คือ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการจัดการ หากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดในสิ่ง เหล่านี้แล้ว การบริหารจะเกิดขึ้นไม่ได้

นอกจากนี้ *อเนก ช้างน้อย (2527 : 179-187)* ได้กล่าวไว้ว่า ในการทำกิจกรรม กีฬาใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารซึ่งอยู่ ในระดับใดก็ตามจะต้องมีความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องการบริหารงานในส่วนของผู้รับผิดชอบ ในการเตรียมทีมกีฬา ผู้บริหารจะต้องเห็นความ สำคัญของการกีฬา ต้องวางแผนการจัดการ ไปรณรงค์อย่างถูกต้องสมบูรณ์ในทุกๆ ด้าน

1. **ด้านบุคลากร** แบ่งออกเป็น 4 ฝ่าย คือ

1.1 **ผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคและทักษะ การกีฬา** การที่ได้ผู้เชี่ยวชาญทาง ทักษะกีฬาแต่ละประเภท จะช่วย กระตุ้นในการถ่ายทอดทักษะกีฬา ขึ้นก้าวหน้าให้แก่ทีม ทั้งนี้จะต้องรู้ วิธีการควบคุมทีมรู้จักการถ่ายทอด ทักษะ มีจิตวิทยาในการฝึกซ้อม เข้าใจหลักการต่างๆ ทางพลศึกษา ได้เป็นอย่างดี

1.2 **ผู้มีอุดมการณ์ทางการกีฬา** การ พัฒนาการกีฬาให้ก้าวหน้าต้องมีผู้ รับผิดชอบการฝึกซ้อมและใกล้ชิด กับการกีฬาตลอดเวลา คนที่ใจรัก และมีอุดมการณ์ทางการกีฬา สามารถนำกลุ่มนักกีฬาให้ตื่นตัว ในการฝึกซ้อม มีเวลาจะเผื่อดูแล ทีมได้ตลอดเวลา

1.3 **ผู้ประกอบการในการฝึกซ้อมกีฬาตลอด ปี** บางโอกาสต้องแข่งขันในโอกาส พิเศษ งบประมาณของสถาบันอาจ ไม่เอื้ออำนวยให้ทำได้ การมีผู้ อุปถัมภ์ซึ่งเป็นผู้ที่อาจจะพอมีเงิน บริจาคให้เพื่อการศึกษา บริษัท ห้างร้านต่างๆ ซึ่งมีแนวทางที่จะ ออกทุนในการสมัครเข้าแข่งขัน มี ชุดกีฬาอุปกรณ์พิเศษให้ จะช่วย กระตุ้นให้นักกีฬามีกำลังใจและ ได้รับประสบการณ์ในการแข่งขัน เพิ่มขึ้นอีกด้วย

1.4 **ผู้นำในสถาบันในการจัดการด้าน กีฬา** แม้ในสถาบันเดียวกันการ ติดต่อดำเนินการขั้นตอนการ ประสานงานทั้งสถานที่ อุปกรณ์ ในการฝึกซ้อม ต้องได้รับความ ร่วมมือจากหัวหน้าหน่วยงานต่างๆ การมีผู้นำในสถาบันในแต่ละหน่วย งานจะช่วยให้เกิดความสะดวกใน การกีฬามากขึ้น

2. **ด้านสถานที่และอุปกรณ์** การ แข่งขันกีฬาระหว่างสถาบันนี้ เป็นการฝึกหัด ทักษะกีฬาเพื่อให้มีมาตรฐานขึ้นมีความก้าวหน้า สถานทีและอุปกรณ์ในการฝึกซ้อมจะต้องได้ มาตรฐาน ปลอดภัยใช้ได้สะดวก ผู้บริหาร

สถาบันต้องมีทักษะที่ดี และส่งเสริมการกีฬาของสถาบันอย่างแท้จริง โดยจะต้องพิจารณาให้รอบคอบทั้งด้านการสร้าง การบำรุงรักษา ตลอดจนการจัดตารางการใช้อย่างมีระบบ นอกจากนั้นการบำรุงรักษาและซ่อมแซมจะต้องมีงบประมาณสนับสนุนต่อเนื่อง

3. การจัดโปรแกรมการฝึกซ้อม การพัฒนากีฬาในระดับอุดมศึกษาโปรแกรมการฝึกซ้อมจะต้องกำหนดให้เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเรียนของนักศึกษา การจัดทำตารางการฝึกซ้อมจะต้องยืดหยุ่นให้เหมาะสม อย่างไรก็ตามการวางแผนโปรแกรมฝึกซ้อมตลอดปีก็ยังมีควมจำเป็นอยู่ การฝึกซ้อมการจัดแบ่งเป็นช่วงๆ ดังนี้

3.1 ระยะก่อนการแข่งขัน ระยะนี้เป็นระยะที่เตรียมตัวทั้งในด้านสมรรถภาพทางกายและทักษะกีฬา ผู้บริหารกีฬาจะต้องร่วมมือกับผู้ฝึกซ้อมในการวางแผนการซ้อมและการพักผ่อนอย่างเพียงพอ หากมีการเก็บตัวนักกีฬาได้ยาวนานประมาณ 2 เดือน ก็จะจัดโปรแกรมการฝึกได้เป็นอย่างดี ซึ่งในระดับอุดมศึกษานี้มีปัญหาในด้านนี้มาก นอกจากนั้นการสร้างขวัญและกำลังใจของนักกีฬาต้องจับคู่ควบกันไปในการฝึกซ้อมด้วย ระยะนี้ต้องมีการทดสอบสมรรถภาพทั้งก่อนการฝึกซ้อมและหลังการฝึกซ้อม นอกจากเป็นเครื่องวัดความสามารถทางกลไกและสมรรถภาพแล้ว ยังกระตุ้นให้นักกีฬาสงสัยการฝึกซ้อมอีกด้วย

3.2 ระยะการแข่งขัน เป็นระยะที่นักกีฬาต้องมีความสมบูรณ์แข็งแรงมากที่สุด มีทักษะกำลังใจดีที่สุดพร้อมที่จะทำการแข่งขันได้อย่างเต็มภาคภูมิ ควรมีการทดสอบสมรรถภาพครั้งสุดท้ายก่อนการแข่งขันกีฬาด้วย เพื่อประเมินผลสมรรถภาพและเป็นข้อมูลในการที่ผู้ฝึกสอนหรือผู้จัดการทีมได้พิจารณาในการวางตัวนักกีฬา การหาประสบการณ์ในการฝึกซ้อมกับทีมอื่นๆ มีความจำเป็นมาก เป็นการประเมินผลความสามารถของทีม และได้พบจุดบกพร่องของทีมในการหาทางแก้ไขในจุดนั้นๆ ต่อไปอีกด้วย

3.3 ระยะหลังการแข่งขัน ระยะนี้ผู้บริหารกีฬาหรือสถาบันจะต้องวางโครงการต่อเนื่องในการส่งเสริมนักกีฬา ทั้งเพื่อให้เตรียมเสริมทีมในการหาตัวนักกีฬามาทดแทนนักกีฬาที่จะต้องจบการศึกษา และเพื่อให้ให้นักกีฬาได้เล่นกีฬาต่อเนื่องนั้น ผู้บริหารกีฬาอาจจัดโครงการส่งเสริมสมรรถภาพเพื่อป้องกันไม่ให้นักกีฬาที่ไม่สนใจในสุขภาพและสมรรถภาพของตนเอง ซึ่งมีผลเสียต่อภาวะที่จะมาเริ่มฟื้นฟูใหม่ในภายหลัง

การเตรียมทีมนักกีฬา เพื่อเข้าแข่งขันระหว่างสถาบัน เกษม นครเขตต์ (2521 : 70-71) ได้กล่าวว่า การเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อเข้าแข่งขันระหว่างสถาบันนั้นมิใช่สิ่งที่ยากเย็นอะไร หากสักแต่ทำเพื่อเข้าแข่งขันให้พ้นๆหน้าทีไปเท่านั้นแต่การเตรียมทีมนักกีฬาที่มีมาตรฐานสูงเพื่อเข้าแข่งขันกีฬานั้นมิใช่เรื่องง่ายเลย ซึ่งในการเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขันต้องการความสามารถของตัวนักกีฬา และผู้เกี่ยวข้องเป็นพิเศษ ความสามารถทางด้านกีฬานี้แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. ความสามารถทางด้านเทคนิค ได้แก่ ความสามารถในการปฏิบัติทักษะกีฬาชนิดนั้นๆ ซึ่งนักกีฬาจะต้องทำการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญพิเศษ เทคนิคในการเล่นกีฬาประเภทต่างๆ จะถูกคิดค้นขึ้นโดยผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น นักนักกีฬาเอง ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการแข่งขันมานาน หรือจากผู้ฝึกสอน เป็นต้น เพื่อคิดค้นเทคนิคใหม่ๆ ที่จะทำให้ตนเอง หรือนักกีฬาของตนสามารถกระทำการแข่งขันได้อย่างเทียบเทียมคู่ต่อสู้ก็จะนำมาทดสอบปฏิบัติจนเห็นว่าทำได้เป็นอย่างดีก็จะนำไปใช้ในขณะทำการแข่งขัน ในการแข่งขันกีฬาประเภททีม เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล วอลเลย์บอล ฯลฯ ก็มีการคิดค้นระบบการเล่น การรุก และการรับที่มีประสิทธิภาพแล้วนำมาให้นักกีฬาของตนฝึกสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เรียกว่า การฝึกเทคนิคทั้งสิ้น สำหรับเทคนิคใหม่ๆในการเล่นกีฬาจะถูกคิดค้นและพัฒนาต่อไปอีก จึงเป็นเรื่องที่นักกีฬาผู้ฝึกสอนกีฬา ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ จะต้องศึกษาหาวิธีการเทคนิคใหม่ๆ เพื่อนำมาฝึกฝนอยู่เสมอ

2. สมรรถภาพทางกาย ได้แก่ ความสามารถของร่างกายในด้านต่างๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเล่นกีฬาแต่ละประเภท ได้แก่ ความอดทนของระบบไหลเวียนโลหิต ความอดทนของกล้ามเนื้อ การทำงานประสานสัมพันธ์กันของประสาทและกล้ามเนื้อ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความคล่องแคล่วว่องไว ความอ่อนตัว เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งนักกีฬาที่จะลงแข่งขันจำเป็นต้องฝึกซ้อมเป็นพิเศษนอกเหนือจากการฝึกทางด้านเทคนิค

สำหรับงานในความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารกีฬานั้น เป็นงานนอกเหนือจากการฝึกซ้อม ทักษะเทคนิค ยุทธวิธีให้กับนักกีฬาแล้ว ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นอีกด้วย ดังนั้น ภาระหน้าที่ๆ สำคัญ คือต้องระดมความคิดความสามารถมากมายหลายด้านในการทำงานซึ่งต้องใช้ทั้งความรู้ควบคู่ไปกับจิตวิทยาอีกด้วย ในการเตรียมทีมกีฬาที่มีมาตรฐานสูงเพื่อเข้าแข่งขันกีฬานั้น มงคล แฉงสาเคน (2536 : 252) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. การจัดหางบประมาณเพื่อการเตรียมทีมนักกีฬา
2. การเตรียมแผนการคัดเลือกนักกีฬา
3. การจัดหาอุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก และวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ ทางกรกีฬา เช่น สนามกีฬา อุปกรณ์กีฬา ตู้เก็บของและสิ่งอื่นๆ
4. การดำเนินการคัดเลือกตัวนักกีฬาที่เหมาะสม
5. การสร้างสมรรถภาพทางกีฬา ได้แก่ การฝึกซ้อมทักษะ เทคนิคต่างๆ

6. การวางแผนการป้องกันและการบาดเจ็บทางการกีฬา เช่น การให้ความรู้เกี่ยวข้องกับการป้องกันและการบาดเจ็บทางการกีฬา การเตรียมอุปกรณ์เครื่องป้องกันการบาดเจ็บทางการกีฬา
  7. การสร้างสมรรถภาพทางกายและบำรุงรักษาสภาพจิตใจของนักกีฬา ตลอดจนการให้อาหาร การพักผ่อน และอื่นๆ
  8. การสร้างคุณลักษณะของการกีฬา ได้แก่ ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย
  9. การตรวจค้นหาความบกพร่องทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการบำบัดทางการแพทย์
  10. การศึกษากฎ กติกา การแข่งขัน การเตรียมทีมให้สอดคล้องกับกฎ กติกาของการแข่งขันกีฬา
  11. การศึกษาลักษณะของนักกีฬาแต่ละบุคคลในทุกๆ ด้าน
  12. การแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้นักกีฬาในทุกๆ ด้าน
  13. การศึกษาขั้นเชิง กลวิธีการเล่นของคู่แข่ง การสอดแนม
  14. การขนส่งนักกีฬาไปยังสถานที่ทั้งในขณะฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬา
  15. การศึกษาสภาวะต่างๆ ของสนามแข่งขัน เช่น สภาพสนาม สภาพภูมิอากาศ ทิศทางลม สิ่งแวดล้อมต่างๆ อันมีผลต่อการแข่งขัน และการเตรียมทีมให้สอดคล้องกับสภาวะต่างๆ
  16. การประชุมตกลงนัดแนะเกี่ยวกับการแข่งขัน เช่น พิธีเปิดปิด กำหนดการแข่งขันกีฬา เวลาการแข่งขันกีฬา และกฎกติกาเฉพาะของการแข่งขันกีฬา
  17. การวางแผนการเล่น ก่อนการแข่งขัน การจัดตัวนักกีฬาลงแข่งขันและตัวสำรอง การกำหนดสัญญาณต่างๆ
  18. การปฐมพยาบาลทั้งในกรณีทั่วไป และเฉพาะกรณี
  19. การฟื้นฟูสมรรถภาพของทีม ระหว่างฝึกการแข่งขัน การฟื้นฟูสภาพร่างกาย การนวด การให้น้ำ การแนะนำและการแก้ไขวิธีการเล่น
  20. การปฏิบัติตัวหลังการแข่งขัน การฟื้นฟูสมรรถภาพทางกาย
- การเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อแข่งขันระหว่างสถาบันนั้น เป็นเรื่องใหญ่และเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับผู้บริหาร ผู้ฝึกสอนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องรับผิดชอบเป็นอย่างยิ่ง เพราะต้องอุทิศเวลา กำลังกาย กำลังใจ กำลังทรัพย์และความคิดสร้างสรรค์ โดยนำหลักการบริหารกีฬามาใช้กำหนดกลยุทธ์และเทคนิควิธีในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนา เพื่อให้ทุกสิ่งทุกอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ การบริหารกีฬาและการเตรียมทีมกีฬาให้มีความพร้อมก่อนถึงช่วงฤดูกาลแข่งขันนั้น ย่อมต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคมากมาย ประสพการณ์ ความสามารถ ความอดทน และความมานะพยายามของผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน ผู้

ประสานงานและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากที่ต้องนำมาใช้ในการเตรียมทีม ซึ่งหากการดำเนินการด้านกิจกรรมกีฬาผ่านช่วงนี้ไปได้ก็จะเป็นแรงเสริมอีกด้านหนึ่ง ที่จะก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจที่จะสร้างทีมกีฬา และนำทีมกีฬาของแต่ละสถาบันเข้าสู่สนามการแข่งขัน และในทางตรงกันข้ามหากไม่สามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในช่วงการเตรียมทีมนักกีฬาได้เป็นอย่างดีแล้ว ก็จะเป็นเครื่องชี้วัดได้ว่า แนวโน้มความสำเร็จของทีมกีฬาย่อมเป็นไปได้น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งระหว่างสถาบันอื่นๆ ที่อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และมีความพร้อมในทุกๆ ด้านย่อมพบกับความสำเร็จมากกว่า



### บรรณานุกรม

- เกษม นครเขตต์, (2521). **พลศึกษา : กีฬา**. วารสารสุขศึกษาพลศึกษาและสันตนาการ, 4 : 70-71 ; กรกฎาคม.
- บุญรงค์ นิลวงศ์, (2525). **หลักการบริหารทั่วไป**. กรุงเทพฯ : ป.สัมพันธ์พาณิชย์.
- ประภาศน์ อวยชัย, (2526). **คำขวัญเนื่องในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย. สุจิตตรการแข่งขันทกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 11**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มงคล แผงสาเคน, (2536). **ยุทธศาสตร์สำหรับผู้ฝึกสอนกีฬา**. มหาสารคาม : ภาควิชาพลศึกษาและสันตนาการ คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยอีสานเหนือมหาสารคาม วิทยาลัยครูมหาสารคาม.
- สุรศักดิ์ ทรัพย์เพิ่ม, (2544). **ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาบอลเลย์บอลเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 28**. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- อนันต์ อัดชู, (2526). **หลักการสอนและฝึกกีฬาหลัก**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อเนก ช้างน้อย, (2527). **การพัฒนาพลศึกษาและการกีฬาในสถาบันอุดมศึกษา**. วารสารศึกษาศาสตร์. 12(1-4): 179-187 ; ตุลาคม 2526 กันยายน.

## การศึกษาการใช้จุดแววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปี ค.ศ. 2000-2002

(The Study of Appeal Usages of Finalists Titles-AP Adfest 2000-2002)<sup>1</sup>

นางน้อย บุญเนตร<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาประเภทและปริมาณของการใช้จุดแววอน (Appeal) ในงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ระหว่างปีค.ศ.2000-2002 เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณา และเพื่อสำรวจการใช้จุดแววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก วิธีวิจัยเป็นวิธีวิจัยเชิงวิเคราะห์โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบวิเคราะห์ ตัวอย่างของการวิจัยคือภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 จำนวนทั้งสิ้น 531 ผลงาน โดยเป็นงานโฆษณาในสื่อภาพยนตร์ จำนวน 287ผลงานและสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 244 ผลงานทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แยกประเภทและปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายในการแจกแจงความถี่ และคำร้อยละผลการวิจัยพบว่า

1. การใช้จุดแววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 สามารถจัดประเภทได้ 15 ประเภท คือ จุดแววอนด้านอารมณ์ จุดแววอนด้านการดึงดูดใจ จุดแววอนด้านเพศ จุดแววอนด้านประสิทธิภาพ จุดแววอนด้านสุขภาพ จุดแววอนด้านความรู้สึกสุขใจ จุดแววอนด้านความต้องการอาหาร จุดแววอนด้านความอยากได้ ใครมี รวย จุดแววอนด้านความประหยัด จุดแววอนด้านแรงบันดาลใจ จุดแววอนด้านความสะดวก จุดแววอนด้านความสะดวก จุดแววอนด้านการหลีกเลี่ยง จุดแววอนด้านความรับผิดชอบและจุดแววอนด้านความปลอดภัย

2. ปริมาณของการใช้จุดแววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาในสื่อภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์ที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปีค.ศ. 2000-2002 จำนวนรวมทั้งสิ้น 531 ผลงาน สามารถสรุปได้ดังนี้จุดแววอนที่มีปริมาณการใช้อันดับ 1 คือ จุดแววอนด้านการดึงดูดใจ ใช้ร้อยละ 99.8 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 530

1 โครงการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2545

2 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา หัวหน้าสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

เรื่อง อันดับ 2 คือ จุดเว้าวอนด้านอารมณ์ใช้ร้อยละ 91.1 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 484 เรื่อง อันดับ 3 คือ จุดเว้าวอนด้านประสิทธิภาพ ใช้ร้อยละ 54.2 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 288 เรื่อง อันดับ 4 คือ จุดเว้าวอนด้านความรู้ที่สนุกสนาน ใช้ร้อยละ 41.1 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 218 เรื่อง อันดับ 5 คือ จุดเว้าวอนด้านความสะตอก ใช้ร้อยละ 13.6 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 72 เรื่อง อันดับ 6 คือ จุดเว้าวอนด้านสุขภาพ ใช้ร้อยละ 9.0 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 48 เรื่อง อันดับ 7 คือ จุดเว้าวอนด้านความรับผิดชอบ ใช้ร้อยละ 6.4 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 34 เรื่อง อันดับ 8 คือ จุดเว้าวอนด้านแรงบันดาลใจ ใช้ร้อยละ 6.2 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 33 เรื่อง อันดับ 9 คือ จุดเว้าวอนด้านการหลีกเลี่ยง ใช้ร้อยละ 5.5 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 29 เรื่อง อันดับ 10 คือ จุดเว้าวอนด้านเพศ ใช้ร้อยละ 5.3 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 28 เรื่อง อันดับ 11 คือ จุดเว้าวอนด้านความปลอดภัย ใช้ร้อยละ 5.1 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 27 เรื่อง อันดับ 12 คือ จุดเว้าวอนด้านความประหยัด ใช้ร้อยละ 4.79 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 25 เรื่อง อันดับ 13 คือ จุดเว้าวอนด้านความสะอาด ใช้ร้อยละ 3.0 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 16 เรื่อง อันดับ 14 คือ จุดเว้าวอนด้านความต้องการอาหาร ใช้ร้อยละ 2.8 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 15 เรื่อง อันดับ 15 คือ จุดเว้าวอนด้านความอยากได้ ใครมี รวย ใช้ร้อยละ 2.4 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 13 เรื่อง

การศึกษาการใช้จุดเว้าวอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปีค.ศ. 2000-2002

### บทนำ

โฆษณาคือปัจจัยสำคัญในการทำให้สินค้าหนึ่งทีออกวางตลาดได้รับความสนใจหรือนำไปสู่ยอดขายที่ดี ในทางตรงข้ามอาจนำไปสู่ความล้มเหลวได้ เพราะฉะนั้นเมื่อโฆษณาสินค้านั้นออกสู่สายตาของผู้บริโภคก็จะเป็นปัจจัยสร้างความรับรู้สินค้านั้นให้กับผู้บริโภค โลกปัจจุบันเป็นยุคแห่งการแข่งขันเสรีทางการค้า ภูมิภาคเอเชียได้รับผลกระทบจากการแข่งขันทางการค้าอย่างมาก การแข่งขันของสินค้าในภูมิภาคเอเชียได้ทวีความรุนแรงขึ้น มีหลายปัจจัยที่นำไปสู่การแข่งขันที่รุนแรง เช่น การเข้ามาของบริษัทการค้าข้ามชาติที่มีเครือข่ายสินค้ามากมายหลากหลายและมีสายป่านทางการเงินและการลงทุนที่ยาวได้เปรียบเชิงการค้าอยู่มาก เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียกำลังตกต่ำ ประชาชน มีความรู้มากขึ้น การเลือกซื้อสินค้าจำเป็นต้องให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ การโฆษณาในภูมิภาคเอเชียยุคปัจจุบันต้องเป็นมากกว่าการโฆษณา ต้องสามารถตอบโจทย์ในใจของผู้บริโภคได้ ต้องให้ความบันเทิงกับผู้บริโภค ต้องเข้าไปสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าต่อผู้บริโภค ต้องสร้างความรับรู้ในคุณประโยชน์ของสินค้ากับผู้บริโภคและต้องสร้างความสำเร็จให้กับสินค้าและบริษัทผู้ผลิตได้

ดลชัย บุณยะรัตเวช (2545) กล่าวว่า การสร้างสรรค์งานโฆษณาต่างนำเสนอให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นและใช้วิธีการที่หลากหลายในการสร้างความแตกต่าง ความผูกพัน

ประทับใจผู้บริโภค โดยการนำเสนอและโน้มน้าวจิตใจด้วยข่าวสารการโฆษณาที่หลากหลาย น่าสนใจ แปลกใหม่ โดดเด่นไม่เหมือนใคร ถึงแม้หลายสินค้าจะมีคุณประโยชน์ที่ไม่แตกต่างกัน แต่ลี่ยี่ห้อต่างพยายามนำเสนอคุณสมบัติ การบริการ หรือพยายามสร้างอารมณ์ความรู้สึกที่ดี เป็นต้น เพื่อสร้างลักษณะที่แตกต่างให้ยี่ห้อของตนเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคได้อย่างถาวร สิ่งง่ายๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครู้จัก เข้าใจ ค้นเคยกับ ยี่ห้อสินค้าที่โฆษณา คือ ความรู้สึกและบุคลิก ลักษณะที่ชัดเจน เข้าใจง่ายของสินค้านั้น ถึงแม้ว่าคุณสมบัติของสินค้าประเภทเดียวกัน จะคล้ายและตีพอกๆ ก็ตาม โฆษณาสร้างลักษณะของสินค้าให้แตกต่างกันได้ในแง่มุมของอารมณ์ความรู้สึก โดยการสร้างจากสินค้าในแง่ขององค์ประกอบ คุณค่า ระดับของสินค้า และประสบการณ์การใช้สินค้าหรือสร้างจากภาพลักษณ์ คุณค่าชีวิต วิถีชีวิต อารมณ์ ความรู้สึก แรงจูงใจของผู้บริโภค เช่น เท่ หลุย เช็กซี่ ทันสมัยที่จะสามารถสร้างความรู้สึกนึกคิด ความผูกพันอันลึกซึ้งร่วมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมั่นคงเหมาะสม

นักการตลาดมักนิยมใช้สรรพคุณ ประโยชน์ที่พิเศษของสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ ที่โก้หรู ราคาที่สูง ประโยชน์ของสินค้า แนวความคิดหลักของสินค้ามาเป็นวิธีคิด วิธีสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้านั้นของคุณเพื่อเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค ซึ่งสามารถใช้ได้ดีในสินค้าที่มีความแตกต่างทางกายภาพชัดเจน แต่ถ้าสินค้าไม่มีความแตกต่างทางกายภาพชัดเจน จึงต้องใช้ความคิดใหม่ของการโฆษณาซึ่งมีวิธีการคิด สร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้าในด้านอารมณ์ความรู้สึก โดยสร้างจากการหยั่งรู้อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดจริง

ความต้องการที่แท้จริงของมนุษย์ เช่น มีความทะเยอทะยาน อยากมีเสน่ห์ อยากเท่ เป็นต้น การใช้ชีวิตจริงในแบบฉบับความเป็นตัวของตัวเอง (Lifestyle) ทำอะไรที่ตัวเองพอใจ และอารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างของผู้บริโภคเพื่อให้รับกับอารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้องขณะที่บริโภคสินค้าในแต่ละโอกาส

### การศึกษาการใช้จุดเร้าอ่อนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002

การโฆษณาที่จะทำให้ตราสินค้าหนึ่งๆ เข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคอย่างถาวรได้ต้องทำให้น่าสนใจ มีความหมายที่สุด เข้ากับวิถีชีวิต ประสบการณ์ของผู้บริโภค สามารถสร้างความสัมพันธ์คล่องใจคนได้อย่างมีพลัง โดยนำเสนอสิ่งที่เติมความสุขในชีวิตของผู้บริโภคอย่างมีความหมายที่สุด ตรงกับความรู้สึก ความต้องการที่แท้จริงของเขา โฆษณาที่มีเนื้อเรื่องใหม่ๆ มีความหมายที่สดใหม่ พิเศษแตกต่าง จึงจะเข้าไปฝังอยู่ในความคิดจิตใจของผู้บริโภคได้ โฆษณาจึงต้องมีความเข้าใจมนุษย์หลายด้านอย่างละเอียดอ่อน ลึกซึ้งไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกนึกคิด สังคม วัฒนธรรม ตัวอย่างโฆษณาของสินค้าบางยี่ห้อที่มีผู้บริโภคอยู่ทั่วโลกที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดในงาน Aifest ทำความรู้จักและเข้าใจผู้บริโภคโดยการนำเสนอดนตรีให้สอดคล้องกับบรรยากาศ และวัฒนธรรมของของแต่ละประเทศ หรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น นำเสนอความคิดที่ก้าวร้าวตรงกับพฤติกรรมของผู้

บริโภคกลุ่มวัยรุ่นผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีเป้าหมาย แรงจูงใจ คุณค่าชีวิตแตกต่างกัน การสร้าง สรรค์งานโฆษณาให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มจึงต้อง ใช้แรงกระตุ้นคนละแบบที่แตกต่างกันจึงจะได้ผล เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะใช้แนวเรื่องสนุกสนาน ความ กล้า ความท้าทาย สดใส ไม่หยุดนิ่ง กลุ่มวัย ทำงานจะใช้แนวเรื่องสบายๆ ผ่อนคลาย มี สไตล์ หรือกลุ่มระดับกลางเน้นแนวสนุกสนาน กลุ่มระดับสูงเน้นแนวนุ่มนวล ละเอียดย่อน ทนสมัย จุดที่ทำให้โฆษณาเป็นที่จดจำฝังอยู่ ในใจผู้ชมนั้น คือ ความคิดที่สด มุมมองใหม่ เจียบคม น่าสนใจ ทนสมัย สร้างให้เกิด อารมณ์ความรู้สึก เข้าใจความต้องการของผู้ บริโภคอย่างลึกซึ้ง เพราะผู้บริโภคเป็นมนุษย์ มีอารมณ์ความรู้สึกและความต้องการ เขา ต้องการสินค้าที่ห้อยที่สามารถตอบสนองความ ต้องการ เป็นเพื่อนที่ให้ประสบการณ์ชีวิต ตอบสนองประสาทสัมผัสทั้ง 5 ความรู้สึก นึกคิด จิตใจและชีวิตประจำวันของเขา โฆษณา จะต้องสร้างสินค้าให้เหมือนเป็นมนุษย์ที่น่า ประทับใจคนหนึ่ง จากด้วยหน้าตา ท่าทาง บุคลิกที่มีเสน่ห์ นิสัยใจคอ ความคิด อารมณ์ ชื่น การพูดคุย น่าใจ ความชอบและเข้ากันได้ วิธีคิดของโฆษณามีทั้งคิดทุกสิ่งทุกอย่างเริ่มต้น จากตัวสินค้า มีความเป็นเหตุเป็นผลน้อยลง คือสร้างสรรค์อารมณ์ความรู้สึกโดยรวมของ ตัวสินค้าเช่น อารมณ์ขัน อารมณ์โกรธ อารมณ์ ชื่น อารมณ์รัก อารมณ์เศร้า.....ที่สามารถ เคลื่อนอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคให้คล้อย ตามได้ โฆษณาที่ให้ข้อมูลมีเหตุผลสนับสนุน (Rational Proposition) ทำให้น่าเชื่อถือและได้ โฆษณาที่ปราศจากเหตุผลมาเป็นจุดขาย ความไม่มีเหตุผล คือ สิ่งที่ผู้บริโภคชอบ เห็นด้วย ซึ่งไม่มีเหตุผลใดนอกจากอารมณ์ล้วนๆ คือ

รู้สึกดีที่ได้ใช้สินค้านี้เท่านั้น โฆษณาแนวใหม่ จะสร้างให้ลูกค้ารัก ชื่นชมและภักดีเป็นแฟน กับยี่ห้อมากกว่าเป็นเพียงลูกค้า วิธีการคิด สร้างสรรค์งานโฆษณาต้องสร้างให้สินค้านั้นห้อย นั้นกับลูกค้ามีความเชื่อ แนวคิดและทัศนคติ เช่นเดียวกัน

**การศึกษาการใช้จุดเร้าวอนในการสร้างสรรค์ งานโฆษณาที่เข้รอบสุดท้ายของกรประกวด ของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002**

Alyque Padamsee (1994) กล่าวว่า การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ 'ไม่ใช่แค่เพียงกำลังต่อสู้แข่งขันกันเพื่อสร้าง การรับรู้และความทรงจำในด้านตรายี่ห้อแต่ กำลังต่อสู้ในการสร้างความจดจำในตลาดผู้ บริโภคด้วยโปรแกรมโน้มน้าวชักจูงใจผู้บริโภค อย่างเต็มรูปแบบ ในปัจจุบันนักโฆษณาไม่ สามารถจ่ายเงินซื้อเวลาเพื่อจัดรายการโทรทัศน์ เพียงเพื่อโฆษณาขายสินค้าอย่างเดียว การ โฆษณาได้เปลี่ยนแนวการสร้างสรรคโฆษณา ไปตามยุคสมัยและตามความชอบของผู้บริโภค ผู้คิดงานสร้างสรรค์โฆษณาได้กำหนดแนวทาง การสร้างสรรค์โฆษณาและสร้างจุดเด่นของ สินค้าโดยใช้วิธีสร้างจุดเร้าวอน (Appeal) ที่ สำคัญมากมาย เช่น การใช้อารมณ์ขัน (Humor) สถานภาพของบุคคล (Status) คุณประโยชน์ ของสินค้าที่น่าตื่นตะลึง (Shock Value) เกี่ยวกับ เรื่องเพศ (Sex) และเกี่ยวกับความน่าสงสัย ต่างๆ (Suspense) ในงานโฆษณา เป็นต้น จุดเร้าวอน (Appeal) หมายถึง จุด ดึงดูดที่นักสร้างสรรค์งานโฆษณาได้สร้างขึ้น จากความต้องการของผู้บริโภคและใช้เป็นสิ่ง

สำคัญในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าให้ประสบความสำเร็จ การจูงใจในโฆษณาเป็นการดึงใจผู้บริโภคด้วยจิตวิทยา (Psychological Appeals) จุดแว่วอน (Appeals) คือสิ่งที่ทำให้สินค้าเป็นสิ่งดึงดูดใจ (Attractive) หรือน่าสนใจ (Interesting) แก่ผู้บริโภค จุดแว่วอนต่างๆ ไป ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ความนิยมนับถือ (Esteem) ความกลัว (Fear) เรื่องเพศ (Sex) และความสุขในรูปรสกลิ่น เสียง สัมผัส (Sensory Pleasure) โดยทั่วไปจุดแว่วอนจะเป็นการกำหนดเสียงตอบรับ และปฏิกริยาของกลุ่มเป้าหมายต่อสินค้า และสำรวจโฆษณาให้ชี้ชัดลงไป (Pinpoint the Anticipated Response) (น้ำฝน ปัตระประภรณ์, 2541 อ้างถึงโมโยฮิน คันสนยุทธ และคณะ, 2533 )

จากความเป็นมาดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบว่า การโฆษณาในภูมิภาคเอเชียมีแนวทางการใช้จุดแว่วอน (Appeal) ประเภทใดบ้างในการสร้างสรรค์โฆษณา และใช้ปริมาณมากน้อยเพียงใด โดยศึกษาจากงานสร้างสรรค์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในงานการประกวดโฆษณา (Asia Pacific Advertising Festival หรือ AP Ad Fest) ซึ่งเป็นงานประกวดโฆษณาระดับเอเชียแปซิฟิก ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2002 ซึ่งมีบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียเป็นผู้ส่งผลงานเข้าประกวด และได้รับรางวัลจากสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ( The Asia Pacific Advertising Association)

นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงแนวทางการใช้จุดแว่วอน (Appeal) ต่างๆ ที่ใช้สร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี ค.ศ. 2000-2002 ผลการวิจัยนำไปสู่การพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการใช้จุดแว่วอน (Appeal) ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาแก่นักศึกษาศาขารวิชาการโฆษณาและวงการศึกษาชีพโฆษณา และยังอาจนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์เพื่อการเรียนการสอนและการวิจัยด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาในวงการศึกษาชีพโฆษณาของไทย

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

จากความเป็นมาของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นได้นำมาสู่การวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงประเภทและปริมาณการใช้จุดแว่วอน (Appeal) แต่ละประเภทในงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี ค.ศ.2000-2002 โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาประเภทของการใช้จุดแว่วอน (Appeal) ในงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ระหว่างปี ค.ศ.2000-2002
2. เพื่อศึกษาปริมาณการใช้จุดแว่วอน (Appeal) แต่ละประเภทในงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ระหว่างปี ค.ศ.2000-2002

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำจุดแววอน (Appeal) ซึ่งได้แบ่งประเภทของจุดแววอนในการวิจัยครั้งนี้เป็น 15 ประเภท ตามทฤษฎี Creative Advertising Theory (Sandra E. Moriarty, 1994) มาเป็นกรอบในการศึกษาและสร้างแบบวิเคราะห์ในการค้นหาประเภทและปริมาณการใช้จุดแววอนในการสร้างสรรคงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ระหว่าง ปี ค.ศ.2000-2002 ดังนี้

1. จุดแววอนประเภทอารมณ์ (Emotion) หมายถึง จุดแววอนที่สัมผัสเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของชีวิตมนุษย์ว่าต้องการอะไร เป็นอารมณ์ความรู้สึกร่วมของโฆษณากับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ ความกลัว ความเศร้า เสียใจ และความรัก เป็นต้น

2. จุดแววอนประเภทการดึงดูดใจ (Attractiveness) หมายถึง จุดแววอนที่นำเสนอต่างๆ ได้แปลกใหม่ น่าสนใจ โดดเด่นมากเช่น กราฟิก การออกแบบที่สวยงามมีรสนิยมตรงกับลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3. จุดแววอนประเภทเพศ (Sex) หมายถึง จุดแววอนที่ใช้เกี่ยวกับเพศในโฆษณา เช่น อวัยวะบางส่วนของมนุษย์ ได้แก่ หน้าอก หน้าท้อง สะโพก การแต่งกายด้วยเสื้อผ้า น้อยชิ้นของนางแบบและนายแบบ

4. จุดแววอนประเภทประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง จุดแววอนที่นำเสนอให้คนประหลาดใจ เน้นคุณสมบัติของสินค้าที่สร้างคุณค่าจนน่าตื่นตะลึง (shock value) หรือเกินความจริงแต่ยอมรับได้ให้กับตัวสินค้า

5. จุดแววอนประเภทสุขภาพ (Health) หมายถึง จุดแววอนที่ใช้กับสินค้าที่เน้นสุขภาพ

6. จุดแววอนประเภทความรู้สึกสุขใจ (Sensory pleasure) หมายถึงจุดแววอนที่นำไปใช้ในโฆษณาโดยนำเสนอเกี่ยวกับประสาทสัมผัสต่างๆที่ทำให้มนุษย์มีความสุข

7. จุดแววอนประเภทความต้องการอาหาร (Appetite) หมายถึง จุดแววอนที่นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความต้องการอาหารของมนุษย์

8. จุดแววอนประเภทความอยากได้ใคร่มี รวย (Acquisitiveness) หมายถึง จุดแววอนที่เน้นเรื่องความร่ำรวย อำนวยจากการใช้เงินมาดึงดูดใจผู้บริโภคในโฆษณา

9. จุดแววอนประเภทความประหยัด (Thriftiness) หมายถึง จุดแววอนที่เน้นการประหยัดทรัพยากร พลังงาน เงิน สิ่งของต่างๆ

10. จุดแววอนประเภทแรงบันดาลใจ (Aspiration) หมายถึง จุดแววอนที่เน้นการมีส่วนร่วมของสินค้ากับการประสบความสำเร็จในชีวิตของผู้บริโภค (achievement, accomplishment, self-fulfillment )

11. จุดแววอนประเภทความสะอาด (Cleanliness) หมายถึง จุดแววอนที่เน้นความเป็นระเบียบ เรียบร้อย ทำให้เกิดความสบายตา

12. จุดแววอนประเภทความสะดวก (Convenience) หมายถึง จุดแววอนที่เน้นในโฆษณาถึงความสะดวกสบายที่ผู้ใช้สินค้าจะได้รับเมื่อใช้สินค้า การประหยัดเวลาสามารถใช้ได้ง่าย

13. จุดเว้าวอนประเภทการหลีกเลี่ยง (Avoidance) หมายถึง จุดเว้าวอนที่สร้างจิตสำนึกให้กับผู้บริโภค เน้นการหลีกเลี่ยงการกระทำที่ไม่ดี ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมสิ่งแวดล้อม

14. จุดเว้าวอนประเภทความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง จุดเว้าวอนที่โฆษณาต้องการสร้างจิตสำนึก ให้มนุษย์ให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม และสังคมส่วนรวมที่พวกเขาอาศัยอยู่ร่วมกัน

15. จุดเว้าวอนประเภทความปลอดภัย (Safety & Security) หมายถึง จุดเว้าวอนที่เน้นความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Design) ใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์ (Analysis Study) การใช้จุดเว้าวอน (Appeal) ในงานโฆษณาในภูมิภาคเอเชียที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดโฆษณาเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific Advertising Awards) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000-2002 ทำการศึกษวิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎี Creative Advertising Theory (Sandra E. Moriarty, 1994) โดยใช้แบบวิเคราะห์ (Analysis Form) เป็นเครื่องมือ

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวด Asia Pacific Advertising Awards ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000-2002 ทั้งหมด 531 เรื่อง โดยแบ่งเป็นภาพยนตร์โฆษณาจำนวน 287 ผลงาน และสิ่งพิมพ์โฆษณาจำนวน 244 ผลงาน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายว่ามีการใช้จุดเว้าวอน (Appeal) ประเภทใดบ้างเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือ คือตารางลงรหัส (Coding sheet) ในแบบวิเคราะห์ 1 ชุด โดยทำการสร้างตารางลงรหัสจำแนกตามประเภทของจุดเว้าวอน (Appeal) ทั้ง 15 ประเภท แล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการนำไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิชาการโฆษณา จำนวน 3 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการวัดความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ลงรหัส (Intercoder) โดยการฉายภาพยนตร์และดูสิ่งพิมพ์โฆษณาที่สุ่มเลือกจากโฆษณา 53 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10 จากชิ้นงานที่เข้ารอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2000-2002 จำนวน 531 เรื่อง ให้ผู้ลงรหัส จำนวน 3 ท่าน ร่วมกันเป็นผู้ตรวจสอบ โดยการคำนวณด้วยสูตรของ Holsti ค่าความเชื่อถือจากการคำนวณที่ได้ คือ 0.77 ผลของการทดสอบจะถูกนำไปปรับปรุงในแบบวิเคราะห์ให้สื่อความหมายชัดเจนมากที่สุด มีความครบถ้วนและเหมาะสมกับการทำแบบวิเคราะห์เพื่อใช้วิเคราะห์ภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวด

โฆษณาเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี ค.ศ. 2000-2002 จำนวน 531 เรื่อง ว่าใช้จุดแววอนประเภทใดบ้างและใช้ปริมาณมากน้อยเพียงใด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ประเภทและปริมาณการใช้จุดแววอนของภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดโฆษณาเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี ค.ศ. 2000-2002 จำนวน 531 เรื่อง โดยใช้แบบวิเคราะห์ (Analysis Form) ซึ่งเป็นตารางลงรหัส (Coding sheet) เมื่อได้ผลวิเคราะห์แล้วนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนา ใช้สถิติร้อยละและตารางแจกแจงความถี่ นำมาอธิบายว่านักโฆษณาในภูมิภาคเอเชียใช้จุดจุดแววอนประเภทบ้าง ให้ปริมาณมากน้อยเท่าใดในการสร้างสรรค์งานโฆษณาแบบวิเคราะห์และข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกตรวจสอบความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปสรุปผลเขียนรายงานการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 สรุปผลวิเคราะห์การใช้จุดแววอนจำแนกตามประเภท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจัดกลุ่มตามประเภทการใช้จุดแววอนในภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปี ค.ศ. 2000-2002 ตามกรอบทฤษฎี Creative Advertising Theory (Sandra E. Moriarty, 1994) หลังจากการศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ สามารถสรุปประเภทของจุดแววอนได้ 15 ประเภท

คือ การใช้จุดแววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชีย แปซิฟิกในค.ศ. 2000-2002 สามารถจัดประเภทได้ 15 ประเภท คือจุดแววอนด้านอารมณ์ จุดแววอนด้านการดึงดูดใจ จุดแววอนด้านเพศ จุดแววอนด้านประสิทธิภาพ จุดแววอนด้านสุขภาพ จุดแววอนด้านความรู้สึกสุขใจ จุดแววอนด้านความต้องการอาหาร จุดแววอนด้านความอยากได้ ใครมี รวย จุดแววอนด้านความประหยัด จุดแววอนด้านแรงบันดาลใจ จุดแววอนด้านความสะดวก จุดแววอนด้านความสะดวก จุดแววอนด้านการหลีกเลี่ยง จุดแววอนด้านความรับผิดชอบและจุดแววอนด้านความปลอดภัย

#### ส่วนที่ 2 สรุปผลวิเคราะห์การใช้จุดแววอนจำแนกตามปริมาณการใช้จุดแววอนแต่ละประเภท

ผลการวิเคราะห์การใช้จุดแววอนจำแนกตามประเภทและปริมาณการใช้จุดแววอนในภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ปี ค.ศ. 2000-2002 จำนวน 531 ผลงาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถี่ (Frequency Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 คือ เพื่อศึกษาปริมาณการใช้จุดแววอนแต่ละประเภท หลังการศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์สามารถสรุปผลได้ดังนี้ จุดแววอนที่มีปริมาณการใช้อันดับ 1 คือ จุดแววอนด้านการดึงดูดใจ ใช้ร้อยละ 99.8 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 530 เรื่อง อันดับ 2 คือ จุดแววอนด้านอารมณ์ใช้ร้อยละ 91.1 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน

484 เรื่อง อันดับ 3 คือ จุดแว่วอนด้านประสิทธิภาพ ใช้ร้อยละ 54.2 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 288 เรื่อง อันดับ 4 คือ จุดแว่วอนด้านความรู้สึกสุขใจ ใช้ร้อยละ 41.1 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 218 เรื่อง อันดับ 5 คือ จุดแว่วอนด้านความสะดวก ใช้ร้อยละ 13.6 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 72 เรื่อง อันดับ 6 คือ จุดแว่วอนด้านสุขภาพ ใช้ร้อยละ 9.0 ของตัวอย่างหรือตัวอย่างจำนวน 48 เรื่อง อันดับ 7 คือ จุดแว่วอนด้านความรับผิดชอบ ใช้ร้อยละ 6.4 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 34เรื่อง อันดับ 8 คือ จุดแว่วอนด้านแรงบันดาลใจ ใช้ร้อยละ 6.2 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 33 เรื่อง อันดับ 9 คือ จุดแว่วอนด้านการหลีกเลี่ยง ใช้ร้อยละ 5.5 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 29 เรื่อง อันดับ 10 คือจุดแว่วอนด้านเพศ ใช้ร้อยละ 5.3 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 28 เรื่อง อันดับ 11 คือจุดแว่วอนด้านความปลอดภัย ใช้ร้อยละ 5.1 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 27 เรื่อง อันดับ 12 คือ จุดแว่วอนด้านความประหยัด ใช้ร้อยละ 4.79 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 25 เรื่อง อันดับ 13 คือ จุดแว่วอนด้านความสะอาด ใช้ร้อยละ 3.0 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 16 เรื่อง อันดับ 14 คือ จุดแว่วอนด้านความต้องการอาหาร ใช้ร้อยละ 2.8 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 15 เรื่อง อันดับ 15 คือ จุดแว่วอนด้านความอยากได้ ใครมี รวย ใช้ร้อยละ 2.4 ของตัวอย่าง หรือตัวอย่างจำนวน 13 เรื่อง

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจแนวทางการใช้จุดแว่วอนในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปี ค.ศ. 2000-2002 Beatson (1986:265) กล่าวว่า "งานโฆษณาที่ประสบความสำเร็จจะดึงดูดทั้งหัวสมอง และหัวใจคือมีทั้งเหตุผลและอารมณ์" จุดแว่วอนเป็นตัวกำหนดแนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณา และจุดแว่วอนเหล่านี้ส่งผลต่อการสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณาในแนวต่างๆ ที่แปลกใหม่ ดึงดูดใจผู้บริโภคให้มีอารมณ์ความรู้สึกชอบโฆษณาและตัดสินใจซื้อ หรือบริโภคสินค้าที่โฆษณานั้น

การวิจัยครั้งนี้ได้นำจุดแว่วอนมาศึกษา งานโฆษณาในสื่อภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์ที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปี ค.ศ. 2000-2002 จากการวิเคราะห์ประเภทของการใช้จุดแว่วอนในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 ทำให้ทราบถึงการใช้จุดแว่วอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาทั้ง 15 ประเภท และมีข้อสังเกตว่าจุดแว่วอนแต่ละประเภทที่นักสร้างสรรค์งานโฆษณาใช้นั้นมีลักษณะเด่นและมีความสอดคล้องกับแนวเรื่อง การสร้างเรื่องราว ประเภทของสินค้า แนวโน้มของแฟชั่น ลักษณะของผู้บริโภค และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยโดยรวมในส่วนของลักษณะจุดแว่วอนแต่ละประเภทที่ใช้ในงานโฆษณาในสื่อภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์ที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคม

โฆษณาเอเชียแปซิฟิกปี ค.ศ.2000-2002 พบว่ามีลักษณะ ดังนี้

**ประเภทที่ 1. จุดแว่วอนประเภทอารมณ์ (Emotion)** มีลักษณะเป็นจุดแว่วอนที่สัมผัสเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของชีวิตมนุษย์ว่าต้องการอะไร เป็นอารมณ์ความรู้สึกร่วมของโฆษณากับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคยอมจ่ายเงินซื้อสินค้าที่แพงกว่าอีกยี่ห้อหนึ่งเพราะอารมณ์พอใจมากกว่าตัวสินค้า เนื่องจากสินค้าในสมัยนี้ไม่มีอะไรแตกต่างกันมากนัก อารมณ์ในโฆษณาที่พบมีหลายแบบ ได้แก่ ความรู้สึกตื่นเต้น ใจ (excitement) จากการเคลื่อนไหวที่รวดเร็ว เช่น จากเกมกีฬา ความกลัว และอันตรายต่างๆ (fear, danger) เช่น กลัวตกราง ความหวัง (hope) เช่น หวังที่จะมีผิวสวย ความมั่นใจ (convinced) เช่น ความมั่นใจที่ได้จากการมีผมสวย สะอาด ความตลก สนุกสนาน (pleasure, humor, happiness, joy, laughter, amusement) เช่น ความสนุกที่เกิดจากการล้อเล่น บางครั้งก็เป็นตลกร้าย เช่น โฆษณาอาหารไขมันต่ำโดยการโชว์ฟุงปลิ้นของหญิงสาวสวย โฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังที่ใช้คนป่วยมาก แต่อยากออกกำลังกาย ความรู้สึกพอใจ สะใจ (satisfied) ที่เกิดจากการเสียดื้อลื้อเลียนการกระทำที่ไม่ถูกต้องบางอย่าง เช่น โฆษณาหนังสือพิมพ์ที่แสดงให้เห็นสังคมที่ต้องใช้สินบนจึงจะทำงานหนึ่งๆ ให้สำเร็จได้ ความเศร้า เศร้าโศก (sorrow, grief, suffering) จากการพลัดพรากสิ่งที่รักของมนุษย์ ความซาบซึ้ง (imbued) จากการได้รับในสิ่งที่ผู้อื่นทำให้ ความรู้สึกโกรธ ทิฐิมานะ (angry, pride) จนเกิดการกระทำที่โหดเหี้ยม รุนแรง ซึ่งเกิดจาก

การได้รับในสิ่งที่ตนเองไม่พอใจ ความน่ารัก (lovely) ของตัวแสดงในเรื่อง ความรู้สึกโหยหา (nostalgia) เช่น ความรู้สึกที่ผู้บริโภคจดจำไว้เป็นความทรงจำถึงเหตุการณ์ที่สำคัญยิ่งใหญ่นในอดีต และได้นำมาสร้างเป็นเรื่องราวในโฆษณา ความรู้สึกภาคภูมิใจของผู้บริโภคในความเป็นเลิศ (exceedingly) ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความเก๋ เท่ที่ทันสมัยที่สุดของสินค้าที่โฆษณา ความรัก ความผูกพัน (love, affection, romance, companionship) ระหว่างหนุ่มสาว เช่น โฆษณาสินค้าครีมบำรุงผิว ความรู้สึกเจ็บปวด เศร้าสะเทือนใจ (poignancy) เช่น ต่องทนทำงานที่ตนเองไม่ชอบ ความรู้สึกผิด เสียใจ (regret, guilt) ในสิ่งที่ดีของสินค้า เช่น ไม่อยากให้โรงแรมถูกพังเพราะสงคราม เนื่องจากชอบในความสวยคลาสสิก บริการที่ยอดเยี่ยม ความเสียใจ ความอาย (personal embarrassment) ที่เกิดจากความพ่ายแพ้ในการแข่งขัน เช่น กีฬา ความรัก ความปกป้อง (family, love, protection) เช่น โฆษณานมที่ใช้ความห่วงใย ความอบอุ่น ที่เกิดจากพ่อแม่สู่ลูก โฆษณา รถที่เน้นความรัก ดูแลทะนุถนอมรถ ความรู้สึกได้พักผ่อนคลาย (relief) เช่น ในโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม เป็นต้น จุดแว่วอนประเภทอารมณ์ที่ใช้ในโฆษณาจะช่วยเชื่อมโยงอารมณ์ของผู้บริโภค สร้างความบันเทิง ทำให้ผู้บริโภครักในเนื้อเรื่องของโฆษณาและสนใจสินค้าที่โฆษณานั้นด้วย ซึ่งอาจก่อให้เกิดการซื้อสินค้านั้นในที่สุด จากการวิเคราะห์โฆษณา ดังกล่าว พบว่านักสร้างสรรค์โฆษณานิยมใช้จุดแว่วอนประเภทนี้มาก

**ประเภทที่ 2.** จุดแว้ววอนประเภทการดึงดูดใจ (Attractiveness) มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่น่าเสนอด้านต่างๆ ได้แปลกใหม่น่าสนใจ โดดเด่นมาก เช่น ด้านกราฟิก ด้านการออกแบบที่สวยงาม มีรสนิยมตรงกับลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ด้านกระบวนการผลิตที่ยิ่งใหญ่ เนื้อเรื่องใหม่พูดถึงสิ่งเดียวแต่ย้ำแนวความคิด (concept) เดิมด้วยความคิด (Idea) ใหม่ๆ ตกย้ำจุดเด่นของสินค้า ดึงดูดสายตาคนดู ทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้อย่างแรง สร้างภาพลักษณ์และความจดจำในตราสินค้าประทับใจผู้บริโภค ทำให้สินค้าประสบความสำเร็จด้านการตลาดด้วย จากการศึกษาดังกล่าวพบว่าจุดแว้ววอนประเภทนี้ใช้มากที่สุด

**ประเภทที่ 3.** จุดแว้ววอนประเภทเพศ (Sex) มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่ใช้เกี่ยวกับเพศในโฆษณา โดยที่ไม่เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือเกี่ยวข้องกับเล็กน้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ดู เพราะธรรมชาติของมนุษย์สนใจในเรื่องเพศอยู่แล้ว ลักษณะจุดแว้ววอนประเภทเพศที่นำมาใช้ในโฆษณามีหลายแบบ เช่น ใช้เสียงที่เซ็กซี่ในโฆษณาน้ำหอม ใช้ท่าทางที่ยั่ววนในโฆษณาเครื่องสำอางค์ ใช้สายตาที่ยั่ววนในโฆษณาครีมบำรุงผิว ใช้อวัยวะบางส่วนของผู้ชาย ได้แก่ ริมฝีปาก หน้าท้อง ออก สะโพก แขน ขา เป็นต้น ใช้การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าน้อยชิ้นของนางแบบและนายแบบในโฆษณาหลายประเภท การใช้จุดแว้ววอนประเภทเพศในโฆษณาที่พบทำได้ดี มีรสนิยมเหมาะสมกับสินค้า

**ประเภทที่ 4.** จุดแว้ววอนประเภทประสิทธิภาพ (Efficiency) มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่น่าเสนอให้คนประหลาดใจ เน้นคุณสมบัติของสินค้าที่สร้างคุณค่าจนน่าตื่นตะลึง (Shock Value) หรือเกินความจริงแต่ยอมรับได้ให้กับตัวสินค้า เช่น กระดาษชำระที่สามารถใช้สารพัดประโยชน์ในบ้าน รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อที่ไปได้ทุกสภาพภูมิประเทศ ไม่ว่าจะบนบกในน้ำ บนดินหรือหลังคา บะหมี่ที่อร่อยมากจนคนดูตกใจประจักษ์จนทำให้ปากจู๋ บางครั้งมีลักษณะเป็นการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความเผ็ดร้อนของซอสที่รับประทานทำให้หูหนวกที่ติดกับริมฝีปากติดไฟได้ กาวที่ขายความเหนียวติดแน่นเปรียบเทียบกับมือที่เหนียวเกาะแน่นของคนที่กำลังโหนรถอยู่ จากการศึกษาพบว่าจุดแว้ววอนประเภทนี้มีใช้จำนวนมาก

**ประเภทที่ 5.** จุดแว้ววอนประเภทสุขภาพ (Health) มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่ใช้กับสินค้าบริโภคที่เน้นสุขภาพ เช่น นม น้ำดื่ม อาหารบำรุงสุขภาพ และสินค้าที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประกันชีวิต จุดแว้ววอนประเภทนี้ยังใช้มากในโฆษณาบริการสาธารณะ เช่น ระวังไม่ให้สูบบุหรี่ ระวังไม่ให้รักษาความสะอาดสุขภาพอนามัยโดยไม่ไอ จามในที่สาธารณะ เป็นต้น

**ประเภทที่ 6.** จุดแว้ววอนประเภทความรู้สึกสุขใจ (Sensory pleasure) มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่น่าใช้ในโฆษณา โดยนำเสนอเกี่ยวกับประสาทสัมผัสต่างๆ ที่ทำให้มนุษย์มีความสุข ได้แก่ การสัมผัส (touch) ที่น่าพึงใจ การได้ลิ้มรสอาหาร (taste) ที่แสนอร่อย การได้ดมกลิ่น (smell) ที่หอม การได้ฟังเสียง

(sound) ที่ไพเราะ การได้พบเห็น (sight) ในสิ่งที่ดีต่างๆ จุดแว้ววอนประเภทนี้มีใช้จำนวนมากในโฆษณา

**ประเภทที่ 7. จุดแว้ววอนประเภทความต้องการอาหาร (Appetite)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความต้องการอาหารของมนุษย์ แสดงออกในโฆษณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกินโดยใช้ความหิวของมนุษย์ (hunger) ในโฆษณา เช่น โฆษณาร้านอาหารที่ผู้แสดงจะกินสิ่งที่ไม่ใช่ของกินเพราะความหิว ความเจริญอาหารที่เกิดจากรสชาติอาหาร (taste) ที่ถูกปาก เช่น โฆษณายาหมั้สำเร็จรูปที่ผู้แสดงกินอย่างอร่อยได้จำนวนมาก หรือความอยากกินอาหารของมนุษย์ (craving) เช่น โฆษณาอาหารจานด่วนที่ผู้แสดงอยู่ในสถานการณ์ต่างๆ แต่ก็ยังนึกถึงเรื่องกิน เป็นต้น

**ประเภทที่ 8. จุดแว้ววอนประเภทความอยากได้ใคร่มี รวย (Acquisitiveness)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่เน้นเรื่องความร่ำรวยอันมาจากการใช้เงิน มาดึงดูดใจผู้บริโภคในโฆษณา ทำให้ผู้บริโภคอยากเป็นเช่นในโฆษณาตัวอย่าง โฆษณาบัตรเครดิตที่สามารถใช้จ่ายได้อย่างไม่อัน ความรวยจากการเสี่ยงโชคในโฆษณาสลากกินแบ่ง และในโฆษณาสินค้าของใช้ประเภทฟุ่มเฟือย หรูหรา ราคาแพงของยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เช่น รถยนต์ เครื่องหนัง เครื่องประดับ ฯลฯ

**ประเภทที่ 9. จุดแว้ววอนประเภทความประหยัด (Thriftiness)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่เน้นการประหยัดทรัพยากร พลังงาน

เงิน สิ่งของต่างๆ จุดแว้ววอนประเภทนี้มักใช้ในโฆษณาประเภทส่งเสริมการขาย และโฆษณาบริการสาธารณะ เช่น รณรงค์ให้ประหยัดน้ำมัน น้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น

**ประเภทที่ 10. จุดแว้ววอนประเภทแรงบันดาลใจ (Aspiration)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่เน้นการมีส่วนร่วมของสินค้ากับการประสบความสำเร็จในชีวิตของผู้บริโภค (achievement, accomplishment, self-fulfillment) เช่น โฆษณาสุราที่ใช้ฉลองความสำเร็จในกิจกรรมต่างๆ โฆษณาของกินเล่นที่นักเรียนกินแล้วประสบความสำเร็จในการศึกษา โฆษณาเครื่องกีฬาที่เน้นแรงบันดาลใจของนักกีฬาในการฝึกซ้อมมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง

**ประเภทที่ 11. จุดแว้ววอนประเภทความสะอาด (Cleanliness)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่เน้นความเป็นระเบียบ เรียบร้อย ทำให้เกิดความสบายตา เช่น ในโฆษณาสินค้าที่ใช้ทำความสะอาด สินค้าที่เน้นความสะอาดเพื่อสุขภาพอนามัย เช่น สินค้าที่ใช้บริโภคประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และในโฆษณาบริการสาธารณะ เช่น รณรงค์ให้รักษาความสะอาดในที่สาธารณะ เป็นต้น

**ประเภทที่ 12. จุดแว้ววอนประเภทความสะดวก (Convenience)** มีลักษณะเป็นจุดแว้ววอนที่พูดเน้นในโฆษณาถึงความสะดวกสบายที่ผู้ใช้สินค้าจะได้รับเมื่อใช้สินค้า การประหยัดเวลา สามารถใช้ได้ง่าย (saving time and effort, ease of use) บางครั้งไม่ใช่จุดเด่นของสินค้านั้นก็ได้ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่

ในปัจจุบันก็ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค อยู่แล้ว เช่น ในโฆษณาขายหนังสือ บอกว่า สามารถถือไปได้ทุกที่ ก่อให้เกิดการเรียนรู้และ ให้ความรู้กับผู้ใช้มากมาย ใช้คำพูดคล้ายกับ โฆษณาขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแต่กลับขาย หนังสือแทน เป็นต้น

**ประเภทที่ 13. จุดอ่อนประเภท การหลีกเลี่ยง (Avoidance)** มีลักษณะเป็น จุดอ่อนที่สร้างจิตสำนึกให้กับผู้บริโภค เน้น การหลีกเลี่ยงการกระทำที่ไม่ดีก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม สิ่งแวดล้อม จุดอ่อน ประเภทนี้ใช้มากในโฆษณาบริการสังคม และ สาธารณะ เช่น โฆษณารณรงค์หลีกเลี่ยงการ สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ รณรงค์รักษาความ สะอาดและสุขภาพอนามัย หลีกเลี่ยงการไ อจาม ถ่มมูขในในที่สาธารณะ รณรงค์หลีกเลี่ยง การค้าเด็กและผู้หญิงให้เป็นโสเภณี รณรงค์ หลีกเลี่ยงการทำร้ายเด็กและผู้หญิง เป็นต้น

**ประเภทที่ 14. จุดอ่อนประเภท ความรับผิดชอบ (Responsibility)** มีลักษณะ เป็นจุดอ่อนที่โฆษณาต้องการสร้างจิตสำนึก ให้มนุษย์ให้เกิดความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม และสังคมส่วนรวมที่พวกเขาอาศัย อยู่ร่วมกัน เช่น การรณรงค์ไม่ให้ตัดไม้ทำลายป่า สัตว์ป่า สิ่งแวดล้อม รณรงค์ให้บริจาคเงินและ สิ่งของเพื่อช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ เป็นต้น

**ประเภทที่ 15. จุดอ่อนประเภทความ ปลอดภัย (Safety & Security)** มีลักษณะ เป็นจุดอ่อนที่เน้นความปลอดภัยชีวิตและ ทรัพย์สิน มักใช้ในโฆษณาประเภทบริการ สาธารณะ เช่น การรณรงค์ไม่ให้คนเมาขับรถ

การรณรงค์ไม่ให้ขับรถเร็ว การรณรงค์ให้รักษา สุภาพอนามัย เช่น การป้องกันโรคเอดส์ เป็นต้น

จากการศึกษาการใช้จุดอ่อนทั้ง 15 ประเภท ที่ใช้ในงานสร้างสรรค์โฆษณาดัง กล่าวพบว่า นักสร้างสรรค์งานโฆษณาใช้จุด อ่อนเพื่อช่วยให้การสร้างเนื้อเรื่อง (Execution) สร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอ เนื้อเรื่องให้ออกมาดี เพราะโฆษณาที่ใช้จุด อ่อนนั้นจะกระทบอารมณ์ความรู้สึกของผู้ บริโภคได้ดีกว่า การเลือกใช้จุดอ่อนแต่ละ ประเภทในงานสร้างสรรค์โฆษณามักสอดคล้อง กับแนวเรื่อง (Tone) ประเภทของสินค้า (Product) แนวโน้มของแฟชั่น (Trend) ลักษณะ ของผู้บริโภค (Consumer lifestyle) และ วัฒนธรรม (Culture) ของแต่ละประเทศ เป็นต้น เมื่อพิจารณาผลการวิจัยโดยรวมใน ส่วน ของปริมาณการใช้จุดอ่อนในภาพยนตร์และ สิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการ ประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกปี ค.ศ. 2000-2002 พบว่ามีปริมาณที่มาก โดยมี วัตถุประสงค์การใช้จุดอ่อนคือเพื่อดึงดูดใจ ผู้บริโภคให้ดู และชอบโฆษณา ซึ่งจะนำไปสู่ การซื้อสินค้าในที่สุด

#### ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยการศึกษาการใช้จุด อ่อนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบ สุดท้าย ของการประกวดของสมาคมโฆษณา เอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 เป็นการ ศึกษาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Study) โดย วิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะงานสร้างสรรค์โฆษณาที่ เข้ารอบสุดท้าย ของการประกวดของสมาคม โฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002

เท่านั้น ดังนั้น ผู้สนใจควรมีการขยายระยะเวลาที่ศึกษาการใช้จุดแว้ววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก โดยวิเคราะห์ข้อมูลให้กว้างขึ้น ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ตั้งแต่ปีที่เริ่มจัดประกวดจนถึงปัจจุบัน

2. ควรมีการศึกษาการใช้จุดแว้ววอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่จัดประกวดโดยสมาคมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับโฆษณา เช่น การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย รางวัล Tact Awards และรางวัล Bad Awards หรือการประกวดโฆษณาในภูมิภาคอื่นๆ เช่น รางวัล Cannes Awards เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์การใช้จุดแว้ววอนของสินค้าแต่ละประเภทโดยใช้ข้อมูลงานสร้างสรรค์โฆษณาจากการประกวดต่างๆ หรือการศึกษาวิเคราะห์การใช้วิธีสร้างเนื้อเรื่องโฆษณา (Execution) จากงานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก หรือของภูมิภาคอื่นๆ โดยสามารถศึกษาภายในขอบเขตระยะเวลาต่างๆ ได้

4. ผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้สนใจสามารถทราบถึงแนวทางการใช้จุดแว้ววอน (Appeal) ต่างๆ ที่ใช้สร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายในการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกระหว่างปีค.ศ. 2000-2002 ทำให้เข้าใจงานสร้างสรรค์โฆษณาได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นนักสร้างสรรค์โฆษณาในวงวิชาชีพควรรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบการใช้จุดแว้ววอนในการวางแผนงานสร้างสรรค์โฆษณาให้ประทับใจและเข้าถึงกลุ่ม

ผู้บริโภค เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับลักษณะทางจิตวิทยาของมนุษย์

5. ผู้ที่มีหน้าที่สอนด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาควรรนำผลการวิจัยไปสู่การการเรียนการสอน การพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการใช้จุดแว้ววอน (Appeal) ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาแก่นักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณา และในวงวิชาชีพโฆษณา และควรรนำไปประยุกต์ใช้ในการเขียนตำราเกี่ยวกับการสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณาเพื่อการเรียนการสอน และควรรนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าเพื่อการทำปริญญาโทหรือปริญญาตรี หรือวิทยานิพนธ์หรือนักศึกษาระดับปริญญาโทและการวิจัยด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาในวงวิชาชีพโฆษณาของไทยได้



บรรณานุกรม

- นภาพรณ ตันติเวชกุล. รายงานการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์อิทธิพลในการ  
 อบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมของโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อเยาวชนใน  
 สถานศึกษา. กรุงเทพฯ, 2544.
- วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. "Ad Fest กับเบื้องหลังกระบวนการตัดสินใจโฆษณา".  
 ในมาร์เก็ตเทียร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม 2543),  
 หน้า 80-88. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด  
 (มหาชน), 2543.
- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. "Ad Fest 2000กับกลืนอายุของวัฒนธรรม  
 ท้องถิ่น". ในมาร์เก็ตเทียร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 14 (เมษายน 2544), หน้า  
 103-106. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด  
 (มหาชน), 2544.
- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. "Ad Fest 2001 สุทธิรรมชาติและเหมือนจริง". ใน  
 มาร์เก็ตเทียร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 14 (เมษายน 2544), หน้า 60-71.  
 เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง  
 จำกัด (มหาชน), 2544.
- ดลชัย บุญยะรัตเวช. Brand Voice. กรุงเทพฯ : บริษัท ทีบีพี ینگ พอยท์  
 จำกัด, 2545.
- น้ำฝน ปัตตประภรณ์. "ทัศนคติของผู้บริโภคต่องานโฆษณาทางโทรทัศน์ที่  
 ใช้เด็กทารกเป็นผู้แสดงนำ". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหา-  
 บัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ  
 นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ยิ่งสุพร อัจจงค์. "แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวในภาพยนตร์  
 โฆษณาทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2537". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเทศ-  
 ศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์,  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วัฒน์พร ปันมณี. "กระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาสินค้าบ้านจัดสรรทาง  
 สื่อสิ่งพิมพ์". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชา  
 สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2538.
- ทวีวัฒน์ สมมติ และคณะ. เอกสารประกอบการสัมมนาโฆษณา. คณะ  
 นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2544.

Alyque Padamsee. **Asia Advertising in the New Communication Age**, 1994.

**Asia Pacific AdFest Winners 2001-2002 by Asia Pacific Advertising Festival.** Pearson Advertising Indochina Ltd., 2002.

Jim Aitchison . **How Asia Advertises** . 2ed. John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd. Singapore, 2002.

Sandra E. Moriarty. **Creative Advertising Theory and Practice.** 2ed. Prentice-Hall International, Inc USA, 1994.

#### **เอกสารประกอบ**

**วิถีโอภาพยนตร์และสิ่งพิมพ์โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก ในปี ค.ศ. 2000-2002 .**กรุงเทพฯ . บริษัท แพลนโนว่า จำกัด, 2543-2545.

**ดรุษณีวารสารรังสิตสารสนเทศ ปีที่ 7 -ปีที่ 8**  
**พ.ศ. 2544 -2545**

๘๖ สมัย ประคนลิต\*

ดรุษณีแบ่งออกเป็น 2 ภาค ได้แก่ ดรุษณีผู้แต่งและดรุษณีหัวข้อเรื่อง

**ดรุษณีผู้แต่ง**

**ก**

กนกวรรณ จันทร	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 30
กาญจนา เพ็งคำศรี	7 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2544) : 128
กาญจนา สุคนธมณี	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 18
	7 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2544) : 89

**จ**

จอมขวัญ ผลภาณี	7 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2544) : 119
----------------	--------------------------

**ช**

ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 7
ไชยรัตน์ รุจิพงศ์	7 (ม.ศ.-มิ.ย. 2544) : 70
	8 (ม.ศ.-มิ.ย. 2545) : 15
	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 49

**ด**

ดาวรัตน์ แทนรัตน์	7 (ม.ศ.-มิ.ย. 2544) : 54
	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 13

**น**

นิตยา บุญปริตร	8 (ม.ศ.-มิ.ย. 2545) : 63
เนาวรัตน์ แยมแสงสังข์	7 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2544) : 83
เน่งน้อย บุญยเนตร	8 (ก.ศ.-ธ.ศ. 2545) : 57

ป

- บุณฑริกาส่งอรุณ 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 37  
 เบลูจาร์ รุ่งเรืองศิลป์ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 123

ป

- ประทีป ชินบดี 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 18  
 ปรากฏทิพย์ อิศรางกูร ณ อยุธยา 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 115

พ

- พรธิดา วิเชียรปัญญา 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 98  
 พัชรา หาญเจริญกิจ 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 54  
 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 18  
 ไพگانท์ รักษาสุทธพันธ์ 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 40

ม

- มนสภรณ์ วิฑูรเมธา 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 57

ย

- เยาวรัตน์ บางสาลี 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 128  
 เยาวลักษณ์ พิทยานอก 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 66

ร

- รัตนภรณ์ กาศโอสถ 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 18  
 เรื่องศักดิ์ กันตะบุตร 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 81

ธ

- ธมัย ประคองดี 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 67

ว

- วิชัย พิทักษ์วรรัตน์ 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 40

**ค**

ศิริน โจรนสโร 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 39

**ส**

สมปอง มิสสิตะ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 93

สมปอง อ้นเดช 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 63

สุธรรม อูมาแสงทองกุล 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 25

สุพจน์ เครือหงส์ 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 51

สุภาภรณ์ หงษ์ยนต์ 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 66

**อ**

อังสนา ธงไชย 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 107

อุทิศย์ ทิมพา 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 23

**N**

Nittaya Bunparit 8 (2002, Jan.-Jun.) : 42

## บรรณานุกรม

### กฎหมาย--การประมวลผลข้อมูล

- การพัฒนาสารสนเทศด้านกฎหมายบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยใช้ Metadata Dublin Core ศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 23

### การประมวลผลข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- การเข้าถึงข้อมูลในยุคดิจิทัล : ประเด็นสำคัญของทั้งผู้ให้บริการและผู้รับ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 119

### การฝึกกีฬา

- การเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อเข้าแข่งขันกีฬาระหว่างสถาบัน 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 49

### การยืมระหว่างห้องสมุด

- บริการรับ-ส่ง เอกสารด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 115

### การละเล่น

- การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 70

### การศึกษา--กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 7

### การสอนด้วยอุปกรณ์

- การเขียนบทเนื้อหาเพื่อการจัดทำสื่อประสม 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 39

### กีฬา

- การเตรียมทีมนักกีฬาเพื่อเข้าแข่งกีฬาระหว่างสถาบัน 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 49

### กีฬาพื้นเมือง

- การละเล่นกีฬาพื้นบ้าน 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 70

### โฆษณา--การประกวด

- การศึกษาการใช้จุดแว้วอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 57

### ซีดีเอส/ไอซิส (ระบบการค้นข้อมูล)

- ยังจะใช้ CDS/ISIS หรือโปรแกรมเก่าๆ อยู่อีกหรือ? : การประยุกต์ใช้โปรแกรมใดๆ กับงานห้องสมุดจากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (คนหนึ่ง) 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 25

**ดัชนี**

- วรรณกรรมวารสารรังสิตสารสนเทศ ปีที่ 7 - ปีที่ 8 พ.ศ. 2544-2545  
8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 67

**ทรัพยากรสารสนเทศ--การประเมิน**

- การประเมินทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย  
รังสิต 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 18

**ทัศนคติ--การทดสอบ**

- การศึกษาความพึงพอใจขององค์กรต่างๆ ต่อบัณฑิตที่จบจาก  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 40
- ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อบุคลากรคณะเทคนิคการแพทย์  
มหาวิทยาลัยรังสิต 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 66

**เทคโนโลยีทางการศึกษา**

- เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาบนเส้นทางเลือกที่น่าจับตามอง  
7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 51

**เทคโนโลยีสารสนเทศ**

- การเข้าถึงข้อมูลในยุคดิจิทัล : ประเด็นสำคัญของทั้งผู้ให้บริการ  
และผู้รับ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 119
- การพัฒนาสารสนเทศด้านกฎหมายบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยใช้  
Metadata Dublin Core ศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัย  
ธุรกิจบัณฑิต 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 23

**บริการข่าวสารทันสมัย**

- บริการอ้างอิงสมัยใหม่ (Digital Reference)  
7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 107

**บริการตอบคำถาม**

- นัดพบกันที่...Reference Desk 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 123

**บริการสารสนเทศ**

- ประสบการณ์การให้บริการสารสนเทศ 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 37
- แนวคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ 7 (ก.ค.-ธ.ค.2544) : 98
- บริการอ้างอิงสมัยใหม่ (Digital Reference)  
7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 107
- นัดพบกันที่...Reference Desk 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 123
- การพัฒนาระบบการจัดการบริการสารสนเทศ  
8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 7

**บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์**

- แนวคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ 7 (ก.ค.-ธ.ค.2544): 98

### **บุคคลิกภาพ**

- บุคคลิกภาพกับการให้บริการ 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 13

### **ประกันคุณภาพ**

- การประกันคุณภาพจากการปฏิบัติจริง กรณีหอสมุดพระราชวัง  
สนามจันทร์ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 89

### **มนุษยสัมพันธ์**

- มนุษยสัมพันธ์สำหรับหัวหน้าภาควิชาในสถาบันอุดมศึกษา  
8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 15

### **มหาวิทยาลัยรังสิต. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์--นักศึกษา--ทัศนคติ**

- การศึกษาความพึงพอใจขององค์กรต่างๆ ต่อบัณฑิตที่จบจาก  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 40

### **มหาวิทยาลัยรังสิต. คณะเทคนิคการแพทย์--บุคลากร**

- ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อบุคลากรคณะเทคนิคการแพทย์  
มหาวิทยาลัยรังสิต 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 66

### **มหาวิทยาลัยรังสิต. สำนักหอสมุด**

- อาจารย์อุทัย ทุติยะโพธิ์กับสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต  
8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 7

### **มหาวิทยาลัยรังสิต. สำนักหอสมุด--การประเมิน**

- การประเมินทรัพยากรสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย  
รังสิต 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) :

### **มหาวิทยาลัยศิลปากร. สำนักหอสมุดกลาง. หอสมุดพระราชวังสนามจันทร์**

- การประกันคุณภาพจากการปฏิบัติจริง กรณีหอสมุด  
พระราชวังสนามจันทร์ 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 89

### **มาตรฐานการทำงาน**

- มาตรฐานการปฏิบัติงาน (Performance Standard)  
8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 54

### **ระบบการจัดเก็บและค้นข้อมูลสารสนเทศ--อิเล็กทรอนิกส์**

- แนะนำการสืบค้นสารสนเทศจาก WEBPAC สำนักหอสมุด  
มหาวิทยาลัยรังสิต 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 30

### **ระบบมัลติมีเดีย**

- การเขียนบทเนื้อหาเพื่อการจัดทำสื่อประสม  
8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 39

**สมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิก**

- การศึกษาการใช้จุดแว้วอนในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดของสมาคมโฆษณาเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2000-2002 8 (ก.ค.-ธ.ค. 2545) : 57

**สังจการแห่งตน**

- ตัวตน 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 81

**ห้องสมุด--การใช้เครื่องจักรกล**

- ยังจะให้ CDS/ISIS หรือโปรแกรมเก่าๆ อยู่อีกหรือ? : การประยุกต์ใช้โปรแกรมใดๆ กับงานห้องสมุดจากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (คนหนึ่ง) 7 (ม.ค.-มิ.ย. 2544) : 25

**ห้องสมุด--การพัฒนา**

- แผนงาน/โครงการปฏิบัติงานประจำปี : เครื่องมือเพื่อพัฒนาห้องสมุด 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 93

**ห้องสมุดรถไฟเยาวชน**

- ห้องสมุดรถไฟเยาวชน 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 128

**ห้องสมุดเสมือน**

- ห้องสมุดเสมือน 7 (ก.ค.-ธ.ค. 2544) : 83

**อุทัย ทุติยะโพธิ**

- อาจารย์อุทัย ทุติยะโพธิ กับสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต 8 (ม.ค.-มิ.ย. 2545) : 7

**CATALOGING**

- Cataloging in Japanese Libraries 8 (2002, Jan.-Jun.): 42

**LIBRARIES--JAPAN**

- Cataloging in Japanese Libraries 8 (2002, Jan.-Jun.): 42

**LIBRARY CATALOGS**

- Cataloging in Japanese Libraries 8 (2002, Jan.-Jun.): 42