

การรับรู้และการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ

สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

Media Exposure and Perception of User to Library Public Relation Channels in Khunying Long Athakravisunthorn Learning Resources Center

นางสาวปณิตารีย์ สุนทรวราภาส

นางนุชรัตน์ คงสวี่

สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

pandaree.s@psu.ac.th, nutcharat.s@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการรับรู้และการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ โดยจำแนกตามเพศ คณะ และประเภทของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำนวน 311 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยการหาค่าสถิติ t-test และ F-test หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะดำเนินการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69.50) เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 81.00) จากคณะวิทยาศาสตร์ (ร้อยละ 17.40) และเข้าใช้บริการห้องสมุดสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 41.80) ผู้ใช้บริการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมและทุกประเภทสื่อในระดับน้อย โดยรับด้านสื่อบุคคลและด้านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยกเว้นด้านสื่อมวลชนที่รับรู้ในระดับน้อยที่สุด ผู้ใช้บริการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมและรายด้านในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ คณะ และประเภทของผู้ใช้บริการพบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางการ

ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อจำแนกตามประเภทของผู้ใช้บริการ และคณะพบว่า มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : การเปิดรับสื่อ การรับรู้ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ผู้ใช้บริการ

Abstract

The purpose of this research was to study and compare the media exposure and perception of user to library public relation channels in Khunying Long Athakravisunthorn learning resources center, classified by gender, faculty, and type of user. The research was conducted through a questionnaire, and the data were collected from 311 user of Khunying Long Athakravisunthorn learning resources center. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test were employed for data analysis through SPSS. In addition, the LSD (Least Significant Difference) test was conducted for the results with significant differences.

The results of the research were summarized below: The largest group of participants was female (69.5%), sophomore students in bachelor degree (81.0%) from faculty of science (17.40%), and normally used library services 3-4 times a week (41.88%). Overall, the participants' exposure to library public relations in all types of media was at a lowest level, with the exposure to mass personal and the Internet at the highest level and to mass media at the lowest. The participants' perception of the library public relations activities in overall and specific areas was at a moderate level, ranging from audiovisual service, which received the highest mean score, to circulation service, general information, training, reading service, reference service, and digital information service, respectively. The comparison of users' media exposure to library public relations based on their gender, faculty, and type of user revealed that there was no difference at the .05 level of significance. The comparison of users' perception on library public relations based on their gender of study revealed that there was no difference at .05 level of significance. In comparison with their field of faculty and type of user, there was a difference at the statistical significance of .05.

Keywords: Media exposure, Perception, Library public relations, User

บทนำ

ห้องสมุดเป็นที่รวมวิทยาการที่ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลความรู้ได้กว้างขวางทุกสาขาวิชาตามความสนใจของแต่ละบุคคล หน้าที่โดยทั่วไปของห้องสมุดคือ เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ใช้ เพื่อให้ได้รับการศึกษาและการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ตลอดจนเพื่อการนันทนาการ ห้องสมุดจึงเป็นองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้ การสร้างนิสัยรักการอ่านและการค้นคว้า และการปรับเปลี่ยนสังคมให้เข้าสู่ยุคความรู้ ทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพและศักยภาพของประชากรในประเทศให้มีคุณภาพเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปเป็นยุคดิจิทัลและเพื่อสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในประเทศ จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการบริการห้องสมุดให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้สารสนเทศของผู้ใช้ที่เปลี่ยนแปลงไปของยุคดิจิทัล โดยรวบรวมและจัดเก็บสารสนเทศในสื่อรูปแบบต่างๆ อย่างเป็นระบบและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ให้สามารถสืบค้นและแสวงหาสารสนเทศได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดให้มีบริการเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีอยู่ในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ตลอดจนการจัดให้มีการบริการสมัยใหม่ที่ตอบสนองการดำรงชีวิตของผู้ใช้ในปัจจุบัน รวมทั้งการขยายความสามารถการเข้าถึงสารสนเทศจากเดิมที่ผู้ใช้ต้องเดินเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ในห้องสมุด ก็ปรับเปลี่ยนเป็นการนำห้องสมุดไปถึงตัวผู้ใช้หรือที่เรียกว่า บริการเชิงรุก

การบริการของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในลักษณะเชิงรุกนั้น ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดหรือบรรณารักษ์ เป็นผู้มีความสำคัญในการเพิ่มคุณค่าของห้องสมุดให้สาธารณชนเห็นคุณค่าประโยชน์และใช้ห้องสมุดมากขึ้น ตัวอย่างเช่น แนวคิดหนึ่งของการพัฒนาห้องสมุดมีชีวิตนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเชิญชวนและกระตุ้นให้ประชาชนทราบถึงการบริการต่าง ๆ ของห้องสมุดที่ทันสมัยอันจะนำมาสู่การเข้ามาใช้บริการของห้องสมุดมากขึ้นจนเสมือนหนึ่งห้องสมุดมีชีวิตชีวาไม่เงียบเหงา ทั้งนี้ทุกห้องสมุดต่างตระหนักดีว่าหากทรัพยากรในห้องสมุดซึ่งมีเป็นจำนวนมากแต่ไม่ถูกนำมาใช้ก็เท่ากับการดำเนินงานของห้องสมุดนั้นสูญเปล่า และอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดด้วย ห้องสมุดจำเป็นต้องทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อแนะนำ เชิญชวนให้ประชาชนได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานตลอดจนบริการต่าง ๆ ของห้องสมุด ทำให้เห็นคุณค่าประโยชน์เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีในการบริการของห้องสมุด ซึ่งนอกเหนือเป็นการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดแล้วยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อห้องสมุดในระยะยาว การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญของห้องสมุดที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ห้องสมุดอาจใช้สื่อและกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจและพฤติกรรมการใช้สารสนเทศที่แตกต่างกันไป โดยเชื่อว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีส่วนช่วยในการพัฒนางานห้องสมุดให้ก้าวหน้าและตอบสนองความต้องการสารสนเทศของสังคมได้ดียิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ส่ง ข่าวสาร สื่อประชาสัมพันธ์ และผู้รับ กระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดมุ่งเน้นไปที่ผู้รับสารซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ การ

ประชาสัมพันธ์จะเกิดผลได้ต่อเมื่อผู้รับสารรับสื่อและรับรู้ข่าวสารจนมีการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารทั้งในระดับการรับรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลายในปัจจุบันแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ สื่อมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์และไม่มีสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งที่ดีที่สุดสำหรับทุกวัตถุประสงค์ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักเลือกใช้สื่อเป็นอย่างดีและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งพิจารณาด้านเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายด้วย

สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร เป็นหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ มีหน้าที่สนับสนุนภารกิจด้านการเรียน การสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย โดยจัดหาทรัพยากรทุกประเภททั้งสิ่งตีพิมพ์ สื่อโสตทัศนวัสดุ และสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งจัดบริการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นและ ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการได้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดอย่างคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งมีสิ่งสำคัญคือ การสร้างความ เข้าใจกับผู้บริการทุกประเภทของห้องสมุดผ่านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้แก่ผู้บริการและสามารถ ประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริการมากที่สุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ของห้องสมุดจากผู้บริการว่ามี การรับรู้และรับสื่อจากการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด การศึกษานี้จะเป็นแนวทาง ให้บรรณารักษ์และบุคลากรผู้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องสามารถเลือกใช้สื่อและวางแผนการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริการ ต่างๆ และกิจกรรมของห้องสมุดให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความ พึงพอใจอันนำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการและอาจส่งผลต่อการได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนห้องสมุดเพิ่มขึ้น สำหรับการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ของห้องสมุดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ
3. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิง หลงฯ จำแนกตามเพศ คณะ และประเภทของผู้ใช้บริการ
4. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิง หลงฯ จำแนกตามเพศ คณะ และประเภทของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่อยู่คณะแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่อยู่คณะแตกต่างกัน มีการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มประเภทผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มประเภทผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการของสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ปีการศึกษา 2561 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการของสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน และผู้ให้บริการภายนอก จำนวน 311 คน โดยใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามผู้เข้าใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอนดังนี้
 - 1) ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ
 - 2) ตอนที่ 2 การรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
 - 3) ตอนที่ 3 การรับรู้การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองจากผู้ใช้บริการของสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาทั้งหมดจำนวน 311 ฉบับ และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด
4. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปเพื่อกระทำตามขั้นตอน ดังนี้
 - 1) ใช้ค่าความถี่และร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 2) ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลการรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และการรับรู้ต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

- 3) ใช้ค่าสถิติ t-test เปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจำแนกตามตัวแปรเพศ และคณะ และเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้บริการ จำแนกตามตัวแปรเพศ และประเภทของผู้ใช้บริการ
- 4) ใช้ค่าสถิติ F-test เปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้บริการ โดยจำแนกตามตัวแปรคณะ และเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการจำแนกตามตัวแปรคณะ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของ LSD (Least Significant Difference)

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

จากการวิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69.50) เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 81.00) จากคณะวิทยาศาสตร์ (ร้อยละ 17.40) และเข้าใช้บริการห้องสมุดสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 41.80)
2. การรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เพื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดทุกด้านในระดับน้อย เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า มีการรับด้านสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ด้านสื่อบุคคลเฉพาะกิจ และด้านสื่อมวลชน ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 การเปิดรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษา

สื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	X	S.D.	แปลผล	อันดับ
สื่อบุคคล				
1. บรรณารักษ์/เจ้าหน้าที่ห้องสมุด	2.34	1.06	น้อย	
2. อาจารย์	2.09	0.96	น้อย	
3. เพื่อน	2.85	1.10	ปานกลาง	
4. บุคลากรภายนอก	1.85	1.04	น้อย	
รวม	2.28	1.04	น้อย	1
สื่อมวลชน				
1. โทรทัศน์แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ในห้องสมุด	2.14	1.10	น้อย	
2. วารสาร Library 2U	1.88	1.03	น้อย	
3. วิทยู ม.อ.(F.M.88)	1.86	1.04	น้อย	
รวม	1.96	1.06	น้อย	4
สื่ออินเทอร์เน็ต				

1. เว็บไซต์ห้องสมุด	2.74	1.07	ปานกลาง	
2. อีเมล (E-mail)	2.17	1.16	น้อย	
3. เฟสบุ๊ก (Facebook)	2.61	1.33	ปานกลาง	
4. ทวิตเตอร์ (Twitter)	1.95	1.27	น้อย	
5. ไลน์ (Line)	2.23	1.42	น้อย	
6. ยูทูป (YouTube)	2.15	1.40	น้อย	
7. สนทนา (Chat)	2.21	1.38	น้อย	
8. ศูนย์ข่าว ม.อ./E-mail ประชาสัมพันธ์ด้วยหน่วยงาน กลางของมหาวิทยาลัย	2.20	1.04	น้อย	
9. บล็อก (Blogs) share.psu.ac.th	1.76	0.98	น้อย	
รวม	2.22	1.23	น้อย	2
สื่อเฉพาะกิจ				
1. ปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด	1.95	1.04	น้อย	
2. การอบรมการสืบค้นสารสนเทศ	1.91	0.97	น้อย	
3. การจัด Road Show ตามคณะ/หน่วยงาน	1.87	0.96	น้อย	
4. การประชุม/สัมมนา	1.88	1.03	น้อย	
5. งาน ม.อ.วิชาการ	2.32	1.05	น้อย	
6. งานสัปดาห์หนังสือ (PSU Book Fair)	2.41	0.97	น้อย	
7. คู่มือแนะนำห้องสมุด	1.96	0.96	น้อย	
8. ใบปลิว/แผ่นพับ	2.00	1.00	น้อย	
9. เสียงตามสาย	2.05	1.07	น้อย	
10. ป้ายประกาศ	2.36	1.12	น้อย	
11. จอ LCD ประชาสัมพันธ์	2.42	1.15	น้อย	
รวม	2.10	1.03	น้อย	3
รวมทั้งหมด	2.14	1.09	น้อย	

3. การรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดในระดับมาก โดยรับรู้ด้านการให้บริการสื่อโสตทัศน บริการยืม-คืน และข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุดสูงสุด ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้บริการอบรม/แนะนำการใช้สารสนเทศ การให้บริการการอ่าน บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า และการให้บริการสารสนเทศดิจิทัลตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้บริการ

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	X	S.D.	แปลผล	อันดับ
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับห้องสมุด				
1. วันเวลาเปิด-ปิด	3.92	0.89	มาก	
2. ข้อมูลสำหรับการติดต่อ เช่น ที่ตั้ง แผนที่ โทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล	3.41	1.11	ปานกลาง	
3. การสมัครสมาชิก	3.33	1.30	ปานกลาง	
รวม	3.55	1.10	มาก	3
บริการยืม-คืน				
1. ระเบียบการยืม-คืน	3.76	1.18	มาก	
2. การยืมระหว่างห้องสมุด	3.51	1.46	มาก	
3. การยืมหนังสือจอง	3.55	1.39	มาก	
4. การแจ้งเตือน/ทวงหนังสือค้างส่ง	3.58	1.40	มาก	
5. บริการตนเองผ่านโอแพค เช่น ยืมต่อ จองหนังสือ ตรวจสอบรายการยืม เป็นต้น	3.60	1.34	มาก	
รวม	3.60	1.35	มาก	2
บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า				
1. บริการตอบคำถามในห้องสมุด	3.32	1.38	ปานกลาง	
2. Ask Librarian	3.35	1.48	ปานกลาง	
3. บริการตอบคำถามผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น	3.31	1.58	ปานกลาง	
รวม	3.33	1.48	ปานกลาง	6
การให้บริการสื่อโสตทัศน				
1. บริการซีดีรอม ดีวีดี วีซีดี และวีดิทัศน์	3.58	1.48	มาก	
2. ห้องฉายภาพยนตร์	3.55	1.44	มาก	
3. เครื่องคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	3.65	1.38	มาก	
4. เครื่องคอมพิวเตอร์บริการอินเทอร์เน็ต	3.74	1.29	มาก	
5. เครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์	3.58	1.43	มาก	
รวม	3.62	1.40	มาก	1
การให้บริการการอ่าน				
1. ห้องศึกษาเฉพาะบุคคล/กลุ่ม	3.75	1.20	มาก	
2. การแนะนำหนังสือ/หนังสือใหม่	3.29	1.35	ปานกลาง	
3. กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล เป็นต้น	3.22	1.50	ปานกลาง	

รวม	3.42	1.35	ปานกลาง	5
การให้บริการสารสนเทศดิจิทัล				
1. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Journal)	3.33	1.46	ปานกลาง	
2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)	3.26	1.48	ปานกลาง	
3. ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Database)	3.28	1.48	ปานกลาง	
4. คลังปัญญามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (PSU Knowledge bank)	3.35	1.52	ปานกลาง	
5. ข้อมูลสารสนเทศภาคใต้	3.33	1.63	ปานกลาง	
6. แนะนำฐานข้อมูลใหม่	3.36	1.63	ปานกลาง	
7. แนะนำฐานข้อมูลทดลองใช้ (Trial)	3.32	1.66	ปานกลาง	
8. เว็บไซต์แหล่งสารสนเทศอื่น ๆ	3.32	1.60	ปานกลาง	
รวม	3.32	1.56	ปานกลาง	7
การให้บริการอบรม/แนะนำการใช้สารสนเทศ				
1. การใช้ห้องสมุด	3.64	1.29	มาก	
2. การใช้โอแพค	3.39	1.54	ปานกลาง	
3. การสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์	3.43	1.40	ปานกลาง	
4. การใช้โปรแกรมค้นหา (Search engine)	3.43	1.44	ปานกลาง	
5. การทำรายงาน/วิจัย	3.29	1.50	ปานกลาง	
6. การใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม เช่น EndNote, Zotero, Mendelay	3.56	1.70	มาก	
รวม	3.46	1.48	ปานกลาง	4
รวมทั้งหมด	3.37	1.39	ปานกลาง	

4. การเปรียบเทียบรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

5. การเปรียบเทียบรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามคณะพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีคณะแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

6. การเปรียบเทียบรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามประเภทผู้ให้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มประเภทผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีการรับสื่อต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

7. การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4

8. การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามคณะ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีคณะแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5

9. การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามประเภทผู้ให้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีกลุ่มประเภทผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การรับสื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ พบว่า ผู้ใช้บริการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

2. การเปรียบเทียบการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามเพศ คณะ และประเภทผู้ให้บริการ มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้คือ

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันรับสื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีคณะแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมไม่แตกต่างกัน

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทผู้ให้บริการแตกต่างกัน มีการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3. การรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงว่าการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดยังไม่บรรลุประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดยังคงเป็นแบบเดิม ทำให้ไม่สามารถพัฒนาให้ทันต่อพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้ใช้ได้

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ด้านการให้บริการสื่อสารสนเทศสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านบริการยืม-คืน ด้านข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุด ด้านการให้บริการอบรม/แนะนำการใช้สารสนเทศ ด้านการให้บริการการอ่าน ด้านบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า ด้านการให้บริการสารสนเทศดิจิทัลตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ จำแนกตามเพศ คณะ และประเภทผู้ให้บริการ

- 4.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน
- 4.2 ผู้ใช้บริการที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน
- 4.3 ผู้ใช้บริการที่เรียนในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์และกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

1. การรับสื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ด้านสื่อบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับสื่อบุคคลจากเพื่อนมากที่สุด ดังนั้นห้องสมุดจึงควรเน้นการให้ข้อมูลและสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริการที่มาเข้าใช้บริการห้องสมุด ซึ่งจะทำให้ผู้บริการกลุ่มดังกล่าวเป็นตัวแทนประชาสัมพันธ์ที่ดีของห้องสมุดในการบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน นอกจากนี้ห้องสมุดอาจจัดตั้งหรือสนับสนุนชมรมเพื่อนห้องสมุดหรือมิตรห้องสมุดที่มีผู้บริการเป็นสมาชิกของชมรม โดยให้ผู้บริการมีกิจกรรมร่วมกับการดำเนินงานของห้องสมุดเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี และผู้บริการกลุ่มนี้จะเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดต่อผู้บริการอื่นๆ ต่อไป

1.2 ด้านสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการรับสื่อโทรทัศน์แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากที่สุด ดังนั้นห้องสมุดควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีสถานีโทรทัศน์ออกอากาศภายในมหาวิทยาลัยเพื่อกระจายข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ผู้บริการ โดยติดตั้งเครื่องรับโทรทัศน์ตามจุดต่างๆ เช่น โรงอาหาร หอพัก อาคารพักผ่อนของนักศึกษา เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริการที่สนใจเปิดรับสื่อจากโทรทัศน์สามารถรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดได้มากขึ้น

1.3 ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมากรองจากสื่อบุคคล ห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ทั้งของห้องสมุดและของมหาวิทยาลัย รวมทั้งใช้เว็บบล็อกออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นต้น ในการกระจายข่าวสารและเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริการห้องสมุดผ่านสื่อออนไลน์

1.4 ด้านสื่อเฉพาะกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการรับสื่อจากจอ LCD ประชาสัมพันธ์มากที่สุด ดังนั้นห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านจอ LCD ประชาสัมพันธ์ โดยจัดให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม

2. การรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ มีข้อเสนอแนะสำหรับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริการควรรับรู้ดังนี้

2.1 ด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับห้องสมุด ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการรับรู้การสมัครสมาชิกน้อยที่สุด ดังนั้นทางห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์เน้นในเรื่องนี้เพื่อให้ผู้บริการทราบว่า ห้องสมุดมีวิธีการสมัครสมาชิกอย่างไร

2.2 ด้านบริการยืม-คืน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการรับรู้ข้อมูลบริการการยืมระหว่างห้องสมุดน้อยที่สุด ดังนั้นห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริการรับรู้และใช้บริการดังกล่าวมากขึ้น

2.3 ด้านบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลด้านบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าปานกลาง ดังนั้นห้องสมุดควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์รวมทั้งการใช้สื่อสมัยใหม่หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้บริการดังกล่าวมากขึ้น

2.4 ด้านบริการสื่อโสตทัศน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้เกี่ยวกับบริการสื่อโสตทัศนเกี่ยวกับบริการห้องฉายภาพยนตร์มาก ดังนั้นห้องสมุดควรอาจจะยังสามารถประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมและปรับเปลี่ยนการบริการห้องฉายภาพยนตร์ให้น่าสนใจมากขึ้น เช่น การมีภาพยนตร์ที่เป็นที่นิยมหรือมีคุณภาพ การจัดเสวนาเกี่ยวกับภาพยนตร์เพื่อกระตุ้นความสนใจและให้ความรู้แก่ผู้ชม เป็นต้น

2.5 ด้านบริการการอ่าน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลบริการกิจกรรมส่งเสริมการอ่านน้อยที่สุด ห้องสมุดควรจัดกิจกรรมด้านนี้เพิ่มขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการหนังสือ การเสวนาเกี่ยวกับความรู้ที่เป็นปัจจุบัน เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการสนใจค้นคว้าหาหนังสือที่เกี่ยวข้องอ่าน รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้านนี้

2.6 ด้านบริการสารสนเทศดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลบริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) น้อยที่สุด ห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์เรื่องนี้เพิ่มมากขึ้น

2.7 ด้านบริการอบรม/แนะนำการใช้สารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำรายงาน/วิจัยน้อยที่สุด ห้องสมุดควรประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในเรื่องนี้ รวมถึงการจัดอบรมบรรณารักษะให้มีความรู้และเชี่ยวชาญในการทำวิจัย เพื่อสามารถประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดทักษะดังกล่าวแก่ผู้ใช้บริการได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการวิเคราะห์ตัวแปรที่เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลโดยเฉพาะบุคลิกภาพและความสามารถในการเรียนของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้ในการวางแผนในการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวิธีการในการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับห้องสมุด โดยมีการวิเคราะห์ว่า สื่อประเภทใดเหมาะสมกับเนื้อหาใดของประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและกลยุทธ์ในการประยุกต์ใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3. ควรมีการศึกษาวิจัยการรับสื่อและการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ใช้บริการต่างชาติด้วย

4. ควรศึกษาการรับสื่อและการรับรู้ต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลงฯ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้ห้องสมุดได้รับรู้ข้อมูลจากทัศนะของผู้ใช้ในเชิงลึกมากขึ้น หรือศึกษาโดยใช้ทั้งวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณผสมผสานกันเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากขึ้น

รายการอ้างอิง

ดลนภา แว่วศรี. (2553). การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนิสิตระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสาวลักษณ์ บุญเจริญรักษา. (2550). การเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของ

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์. สารนิพนธ์ ว.ม. (การบริหาร

สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Krejcie, R. V.; Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Education and Psychological Measurement**. 30: 607-610. Retrieved August 12, 2010, from

<http://people.usd.edu/>