

ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอข้างเคียงที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

อมาคินป์ ชินโชติกร

อาจารย์พิเศษภาควิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Received: May 1, 2020 Revised: June 12, 2020 Accepted: June 18, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอข้างเคียง ที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ ประชากร คือประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอข้างเคียง 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่ริม อำเภอหางดง อำเภอสันทราย และอำเภอสารภี จำนวน 622,877 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน จำนวน 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการกำหนดโควตาและการสุ่มตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามเป็นคำถามแบบตัวเลือก และมาตราการระดับ 9 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าผลต่าง ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ให้ระดับภาพลักษณ์ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.83$) ระดับของภาพลักษณ์ปัจจุบัน จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านบริการ ด้านองค์กร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ระดับภาพลักษณ์ที่คาดหวังของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 7.68$) ระดับของภาพลักษณ์ที่คาดหวัง จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านองค์กร และด้านบริการ ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังในภาพรวม พบว่า ด้านที่มีช่องว่างจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศ และภาพลักษณ์ด้านอาคารสถานที่ ด้านองค์กร ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านบริการ
และด้านบุคลากร ตามลำดับ

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, ภาพลักษณ์ห้องสมุด, ห้องสมุด, หอสมุดแห่งชาติ, หอสมุดแห่งชาติ
รัชมังคลาภิเษก

**The Current Images and Expected Images from People in Muang
Chiang Mai District and Nearby Districts toward
Ratchamangklaphisek National Library of Chiang Mai**

Amakin Chinchotikorn

Guest lecturer, Department of Information Science, Faculty of Humanities and
Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Abstract

This research aimed to study about current images and expected images from people in Muang Chiang Mai District and Nearby Districts toward Ratchamangklaphisek National Library of Chiang Mai. People of this research was the people live in Muang Chiang Mai District and 4 Nearby Districts: Maerim District, Hangdong District, Sansai District and Saraphee District total 622,877 people. Determined sample size by formula proportion total 400 people. Sampling by Quota Sampling and Simple Random Sampling. The research instrument was questionnaire with multiple choice and 9 level rating scales. The research statistic were frequency, percentage, mean, standard deviation, and difference. This research found that: For the current images of Ratchamangklaphisek National Library of Chiang Mai, respondents gave the mean of current image in high level ($\bar{x} = 5.83$). Level of the current images from highest to lowest were staff's images, building's images, information resource's images, service's images, organization's images, information technology's images and public relation's images respectively. For the expected images of Ratchamangklaphisek National Library of Chiang Mai, the most of respondents gave the mean of current image in highest level ($\bar{x} = 7.68$). Level of the expected images from highest to lowest are staff's images, building's images, information technology's images, information resource's images, public relation's images, organization's images, and service's images respectively. Overall compared the gap between current images and expected images found that the gap from widest to narrowest were the public relation's images,

information technology's images, building's images, organization's images, information resource's images, service's image, and staff's images respectively.

Keywords: Library's image, Library, National library, Ratchamangklaphisek National Library

1. บทนำ

หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ จัดสร้างขึ้นในปีพุทธศักราช 2531 เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักศิลปากรที่ 8 เชียงใหม่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหอสมุดแห่งชาติสาขาภาคเหนือแห่งเดียว มีวิสัยทัศน์ คือ เป็นแหล่งรวบรวมมรดก ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศที่สมบูรณ์และทันสมัย มุ่งให้บริการอย่างดีเด่น พร้อมเป็นผู้นำด้านวิชาชีพห้องสมุดระดับท้องถิ่น โดยมีภารกิจหน้าที่คือ การเป็นคลัง สิ่งพิมพ์ในภูมิภาค ศึกษาค้นคว้า และดำเนินงานวิชาการด้านบรรณารักษศาสตร์และ สารสนเทศศาสตร์ ให้บริการสารสนเทศและส่งเสริมการอ่าน ประสานงานกับ สำนักหอสมุดแห่งชาติ และดำเนินการสำรวจ รวบรวมเอกสารโบราณ และหนังสือหายาก ประสานงานกับสำนักหอสมุดแห่งชาติในการเผยแพร่ และกำหนดเลข มาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) และ ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ (CIP) หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ มี กลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย (Target Group) ของหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ คือ กลุ่มประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอข้างเคียง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความ สะดวกในการเดินทาง

จากส่วนหนึ่งของรายงานแผนการพัฒนาหอสมุดแห่งชาติดิจิทัลในภาพลักษณ์ ใหม่ ได้วางแผนบริหารจัดการภาพลักษณ์ใหม่ของหอสมุดแห่งชาติ 3 มิติ ได้แก่ 1. แผนพัฒนาพื้นที่และอาคารสถานที่ 2. แผนพัฒนาบริการ 3. แผนพัฒนาบุคลากร โดย มุ่งหวังให้หอสมุดแห่งชาติรักษามรดกภูมิปัญญาของชาติให้มีชีวิตและสืบทอดต่อไป ทุกคนในชาติมีโอกาสเข้าถึงสารสนเทศอย่างเท่าเทียมกัน (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559) อย่างไรก็ตาม ในการจัดการภาพลักษณ์ของหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ จำเป็นต้องตระหนักถึงภาพลักษณ์ปัจจุบันของหน่วยงาน ซึ่งในการดำเนินงานที่ผ่านมา ยังมิได้มีการศึกษาในเรื่อง ภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่คาดหวังต่อหอสมุดแห่งชาติ รัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ ของกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย ซึ่งภาพลักษณ์นั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ ช่วยสร้างคุณค่าให้กับองค์กร และส่งผลถึงทัศนคติและการตัดสินใจเข้ารับบริการของ กลุ่มผู้ใช้เป้าหมายได้ ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์ที่คาดหวังของกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย เมื่อ

ได้รับการตอบสนองตามภาพลักษณ์ที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ การศึกษาในเรื่อง ภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่คาดหวังต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่ จะทำให้ได้รับสารสนเทศที่จะนำไปวิเคราะห์ และดำเนินการตามภารกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการผู้ใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

จากปัญหาข้างต้น จึงต้องการศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่คาดหวังจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอข้างเคียงที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่ โดยศึกษาใน 7 ด้าน พิจารณาโดยจำแนกจากรายงานแผนการพัฒนาหอสมุดแห่งชาติดิจิทัลในภาพลักษณ์ใหม่ ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านอาคารสถานที่ ด้านบริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบุคลากร เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่คาดหวังของกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย และหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่สามารถนำสารสนเทศที่ได้รับจากการศึกษาไปวิเคราะห์ และพัฒนาภาพลักษณ์ ตลอดจนการให้บริการแก่ผู้ใช้ทั้งหมดต่อไปได้

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอข้างเคียงที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่

3. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือ ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอข้างเคียง 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแมริม อำเภอหางดง อำเภอสันทราย และอำเภอสารภี รวมทั้งหมด 622,877 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2561) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ, 2555) โดย

กำหนดให้ความแปรปรวนของข้อมูลมีค่าสูงสุด คือ PQ เท่ากับ 0.25 และกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น $(1-\alpha)$ เท่ากับ 0.95 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง ใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) แยกตามอำเภอ 5 อำเภอ อำเภอละ 80 คน และสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง ด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Simple Random Sampling) ในแต่ละอำเภอ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยพัฒนาเป็นคำถามแบบตัวเลือก และมาตราค่าระดับ 9 ระดับ เพื่อวัดทัศนคติแบบจำแนกความหมาย นำแบบสอบถามส่วนการวัดทัศนคติผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถาม และปรับแก้ข้อคำถามในแบบสอบถามทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มทดสอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลทดลองใช้แบบสอบถาม เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง แบบสอบถามมี 3 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ภาพลักษณ์เชิงการรับรู้และตระหนักรู้ 3. ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การแจกแบบสอบถาม 400 ชุด โดยใช้วิธีลงพื้นที่สุ่มแจกแบบสอบถามจนครบตามจำนวนโควตาของแต่ละอำเภอ (อำเภอละ 80 ฉบับ)

การวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ นำมาคำนวณหาค่าความถี่ และร้อยละ ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์เชิงการรับรู้และตระหนักรู้ที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ นำมาคำนวณหาค่าความถี่ และร้อยละ ส่วนที่ 3 ข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเษก เชียงใหม่ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 9 ระดับ นำมาหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาหาค่าความต่างเปรียบเทียบช่องว่าง (Gap) ระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่คาดหวัง

การสรุปผลการวิจัยใช้ตาราง และแผนภาพเรดาร์ (Radar Chart) อภิปรายผล และนำเสนอผลการวิจัย

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงผลโดยแบ่งออกเป็นสามส่วน ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์เชิงการรับรู้และตระหนักรู้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง และผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์เชิงการรับรู้และตระหนักรู้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ อยู่ในระดับรู้จักบ้าง รองลงมาคือ ระดับไม่รู้จัก/ไม่เคยได้ยินชื่อ ระดับเคยได้ยินชื่อ ระดับรู้จักพอสมควร และระดับรู้จักเป็นอย่างดี ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้ที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่

ระดับการรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักเป็นอย่างดี	16	4.00
รู้จักพอสมควร	60	15.00
รู้จักบ้าง	113	28.25
เคยได้ยินชื่อ	103	25.75
ไม่รู้จัก/ไม่เคยได้ยินชื่อ	108	27.00
รวม	400	100

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง

การวิเคราะห์ข้อมูล จำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบัน และการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ที่คาดหวัง ดังนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบัน

ระดับภาพลักษณ์ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.83$) เมื่อจำแนกภาพลักษณ์ปัจจุบันออกเป็นด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับภาพลักษณ์ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านอาคารสถานที่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านบริการ ด้านองค์กร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน			ภาพลักษณ์ที่คาดหวัง			ผลต่าง ค่าเฉลี่ย
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	
ด้านองค์กร	5.81	1.68	สูง	7.62	1.46	สูงที่สุด	-1.81
- มีความทันสมัย	5.38	1.68	สูง	7.48	1.43	สูงที่สุด	-2.10
- มีบริการดีและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ	5.80	1.55	ปานกลาง	7.54	1.56	สูงที่สุด	-1.74
- ส่งเสริมการเรียนรู้แก่ประชาชน	5.94	1.70	สูง	7.67	1.46	สูงที่สุด	-1.73
- มีชื่อเสียง	5.31	1.89	ปานกลาง	7.50	1.49	สูงที่สุด	-2.19
- มีประโยชน์ต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ	6.01	1.70	สูง	7.70	1.45	สูงที่สุด	-1.69
- เป็นมิตรต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ	6.10	1.71	สูง	7.70	1.43	สูงที่สุด	-1.60
- มีความปลอดภัย	6.11	1.51	สูง	7.78	1.42	สูงที่สุด	-1.67
ด้านอาคารสถานที่	5.94	1.51	สูง	7.76	1.33	สูงที่สุด	-1.82
- การจัดแบ่งพื้นที่ใช้งานในห้องสมุดมีความเหมาะสม	5.90	1.39	สูง	7.67	1.32	สูงที่สุด	-1.77
- มีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้	5.93	1.53	สูง	7.74	1.33	สูงที่สุด	-1.81

ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน			ภาพลักษณ์ที่คาดหวัง			ผลต่าง ค่าเฉลี่ย
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	
- อาคารสถานที่มีความสะอาด	6.14	1.56	สูง	7.82	1.36	สูงที่สุด	-1.68
- จัดสถานที่อย่างเหมาะสมเพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภท	5.97	1.47	สูง	7.82	1.26	สูงที่สุด	-1.85
- มีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	5.83	1.60	สูง	7.73	1.38	สูงที่สุด	-1.90
ด้านบริการ	5.86	1.66	สูง	7.56	1.49	สูงที่สุด	-1.70
- ให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ	5.92	1.60	สูง	7.58	1.58	สูงที่สุด	-1.66
- ให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	6.02	1.62	สูง	7.65	1.47	สูงที่สุด	-1.63
- มีบริการผู้ใช้ที่หลากหลาย	5.85	1.65	สูง	7.61	1.43	สูงที่สุด	-1.76
- มีกิจกรรมที่หลากหลาย	5.81	1.67	สูง	7.52	1.49	สูงที่สุด	-1.71
- มีการให้บริการนอกสถานที่	5.48	1.78	ปานกลาง	7.28	1.60	สูง	-1.80
- ให้บริการแก่ผู้ใช้ห้องสมุดอย่างเท่าเทียมกัน	6.08	1.63	สูง	7.72	1.35	สูงที่สุด	-1.64
ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	5.93	1.65	สูง	7.64	1.70	สูงที่สุด	-1.71
- มีเนื้อหาทันสมัย	5.77	1.68	ปานกลาง	7.69	1.50	สูงที่สุด	-1.92
- มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ	5.94	1.66	สูง	7.63	1.42	สูงที่สุด	-1.69
- มีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องที่	5.93	1.65	สูง	7.68	1.45	สูงที่สุด	-1.75
ต้องการ							
- มีเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ	6.33	1.64	สูง	7.74	1.45	สูงที่สุด	-1.41

ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน			ภาพลักษณ์ที่คาดหวัง			ผลต่าง ค่าเฉลี่ย
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	
- มีสื่อหลายประเภทให้บริการ	6.03	1.71	สูง	7.69	1.45	สูงที่สุด	-1.66
- มีสื่อสารสนเทศให้บริการ	5.76	1.66	ปานกลาง	7.59	1.55	สูงที่สุด	-1.83
- มีเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการ	5.74	1.68	ปานกลาง	7.55	1.55	สูงที่สุด	-1.81
- มีสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นภาคเหนือให้บริการ	5.99	1.58	สูง	7.55	1.50	สูงที่สุด	-1.56
ด้านประชาสัมพันธ์	5.31	1.79	ปานกลาง	7.64	1.48	สูงที่สุด	-2.33
- มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย	5.39	1.77	ปานกลาง	7.57	1.44	สูงที่สุด	-2.18
- มีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง	5.19	1.78	ปานกลาง	7.57	1.56	สูงที่สุด	-2.38
- มีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ	5.26	1.79	ปานกลาง	7.64	1.58	สูงที่สุด	-2.38
- การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจ ดึงดูดใจ	5.24	1.80	ปานกลาง	7.71	1.40	สูงที่สุด	-2.47
- เนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชัดเจน ครบถ้วน	5.47	1.83	ปานกลาง	7.73	1.41	สูงที่สุด	-2.26
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	5.77	1.60	ปานกลาง	7.73	1.47	สูงที่สุด	-1.96
- มีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ	5.81	1.61	สูง	7.61	1.58	สูงที่สุด	-1.80
- มีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้	5.74	1.56	ปานกลาง	7.76	1.45	สูงที่สุด	-2.02

ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์ปัจจุบัน			ภาพลักษณ์ที่คาดหวัง			ผลต่าง ค่าเฉลี่ย
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	
- มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ	5.85	1.55	สูง	7.85	1.40	สูงที่สุด	-2.00
- มีเทคโนโลยีมาสนับสนุนการใช้งานสำหรับผู้ใช้	5.68	1.68	ปานกลาง	7.69	1.46	สูงที่สุด	-2.01
ด้านบุคลากร	6.20	1.61	สูง	7.82	1.44	สูงที่สุด	-1.62
- บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ	6.19	1.62	สูง	7.75	1.47	สูงที่สุด	-1.56
- บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	5.92	1.59	สูง	7.75	1.45	สูงที่สุด	-1.83
- บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	6.35	1.64	สูง	7.88	1.42	สูงที่สุด	-1.53
- บุคลากรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	6.32	1.60	สูง	7.91	1.41	สูงที่สุด	-1.59
รวม	5.83	1.64	สูง	7.68	1.48	สูงที่สุด	-1.85

จากตารางที่ 2 ในด้านองค์กร ระดับภาพลักษณ์ด้านมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านเป็นมิตรต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ และด้านมีประโยชน์ต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ ตามลำดับ

ด้านอาคารสถานที่ ระดับภาพลักษณ์ด้านความสะอาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านจัดสถานที่อย่างเหมาะสมเพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภท และด้านมีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ตามลำดับ

ด้านบริการ ระดับภาพลักษณ์ด้านให้บริการผู้ใช้ห้องสมุดอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อ

ความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการตามลำดับ

ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ระดับภาพลักษณ์ด้านมีเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านมีสื่อหลายประเภทให้บริการ และด้านมีสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นภาคเหนือให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับภาพลักษณ์ด้านเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชัดเจนครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ด้านมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และด้านการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอตามลำดับ

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับภาพลักษณ์ด้านมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านมีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้บริการ และด้านมีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ระดับภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ที่คาดหวัง

ระดับภาพลักษณ์ที่คาดหวัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 7.68$) เมื่อจำแนกภาพลักษณ์ที่คาดหวังออกเป็นด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับภาพลักษณ์ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านอาคารสถานที่ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านองค์กร และ ด้านบริการ ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ด้านองค์กร ระดับภาพลักษณ์ด้านมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเป็นมิตรต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ และด้านมีประโยชน์ต่อสังคมท้องถิ่นภาคเหนือ ตามลำดับ

ด้านอาคารสถานที่ ระดับภาพลักษณ์ด้านความสะอาด และภาพลักษณ์ด้านจัดสถานที่อย่างเหมาะสมเพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภทอยู่ในระดับเท่ากัน คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านมีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ และด้านมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ ตามลำดับ

ด้านบริการ เมื่อจำแนกออกเป็นด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับภาพลักษณ์ด้านให้บริการผู้ใช้ห้องสมุดอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านมีบริการผู้ใช้ที่หลากหลาย ตามลำดับ

ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ระดับภาพลักษณ์ด้านมีเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านมีสื่อหลายประเภทให้บริการ และด้านมีเนื้อหาทันสมัย ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับภาพลักษณ์ด้านเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชัดเจนครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจ น่าดึงดูดใจ และด้านมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับภาพลักษณ์ด้านมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านมีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ และด้านมีเทคโนโลยีมาสนับสนุนการใช้งานสำหรับผู้ใช้งานตามลำดับ

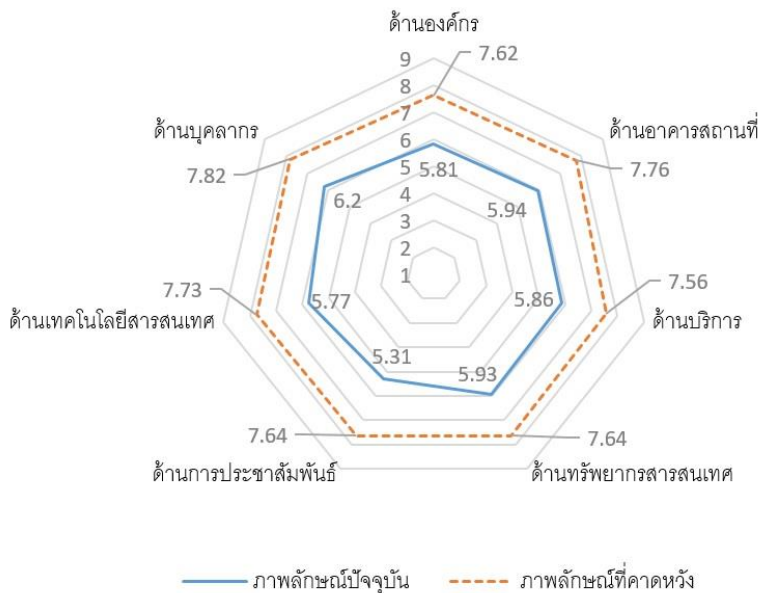
ด้านบุคลากร ระดับภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ ตามลำดับ

4.3 ผลการเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง

จากตารางที่ 2 ช่องว่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง เท่ากับ -1.85 (ภาพลักษณ์ปัจจุบันมีค่าน้อยกว่าภาพลักษณ์ที่คาดหวัง)

แผนภูมิเรดาร์ในภาพที่ 1 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ปัจจุบันในแต่ละด้าน โดยใช้เส้นทึบ และระดับค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ที่คาดหวังในแต่ละด้านโดยใช้เส้นประ เพื่อเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ทั้งสอง หากภาพลักษณ์ปัจจุบันมีระดับที่สูงกว่าภาพลักษณ์ที่คาดหวังมาก (มีช่องว่างมาก) แสดงถึงความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากตามไปด้วย และหากภาพลักษณ์ปัจจุบันมีระดับค่าเฉลี่ยต่ำกว่าภาพลักษณ์ที่คาดหวังมาก (มีช่องว่างมาก) แสดงถึงความไม่พึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากตามไปด้วยเช่นกัน

เมื่อจำแนกตามด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับภาพลักษณ์ปัจจุบันน้อยกว่าภาพลักษณ์ที่คาดหวังทั้งหมด โดยภาพลักษณ์ด้านที่มี ช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ (-2.33) รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (-1.96) ด้านอาคารสถานที่ (-1.82) ด้านองค์กร (-1.81) ด้านทรัพยากรสารสนเทศ (-1.71) ด้านบริการ (-1.70) และด้านบุคลากร (-1.62) ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังที่มีต่อหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่
ในภาพรวม

จากตารางที่ 2 ด้านองค์กร พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านมีชื่อเสียง รองลงมาคือ ด้านมีความทันสมัย และด้านมีบริการดีและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ รองลงมาคือ ด้านจัดสถานที่อย่างเหมาะสม เพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภท และด้านมีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ตามลำดับ

ด้านบริการ พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านมีการให้บริการนอกสถานที่ รองลงมาคือ ด้านมีบริการผู้ใช้ที่หลากหลาย และด้านมีกิจกรรมที่หลากหลาย ตามลำดับ

ด้านทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านมีเนื้อหาทันสมัย รองลงมาคือ ด้านมีสื่อโสตทัศนให้บริการ และด้านมีเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจ น่าดึงดูดใจ รองลงมาคือ ด้านมีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ และด้านเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชัดเจน ครบถ้วน ตามลำดับ

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านมีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ รองลงมาคือ ด้านมีเทคโนโลยีมาสนับสนุนการใช้งานสำหรับผู้ใช้งาน และด้านมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) อย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ ตามลำดับ

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

5.1 ภาพลักษณ์เชิงการรับรู้และตระหนักรู้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ อยู่ในระดับรู้จักบ้าง รองลงมาคือ ระดับไม่รู้จัก/ไม่เคยได้ยินชื่อ และระดับเคยได้ยินชื่อ จากทฤษฎีของ Kotler (2000) การวัดภาพลักษณ์ในระดับแรก คือ ความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร หากคำตอบส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ “ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน (Never Heard of)” และ “เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only)” องค์การต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness)

ผลการวิจัยแสดงว่า หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ จำเป็นต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย การสร้างการรับรู้ ทำได้โดยการสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ และจุดเด่นขององค์กรไปยังผู้ใช้ ทำให้ชื่อของหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ไปอยู่ในความทรงจำของประชาชน เช่น เมื่อคิดถึงบริการ หรือทรัพยากรสารสนเทศอย่างหนึ่ง ผู้ใช้จะคิดถึงหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ทันที และจะต้องสื่อสารให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจในแบรนด์ขององค์กรด้วย (Chanii, 2560)

5.2 ภาพลักษณ์ในภาพรวม

ระดับภาพลักษณ์ปัจจุบันของหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของเริงใจ เขียวอ่อน และแถมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ” ที่พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ในความคิดของประชาชนเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก การส่งเสริมภาพลักษณ์ให้อยู่ในระดับสูงในระยะยาว อาจทำได้โดยการพัฒนาสารสนเทศลูกค้า (Customer Information System: CIS) มาใช้จะช่วยกระตุ้นภาพลักษณ์ที่ดีเยี่ยม อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการบริหารจัดการห้องสมุด สามารถกระตุ้นการทำงานของบุคลากร และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้ได้ (Li, 2012) เมื่อจำแนกภาพลักษณ์ปัจจุบันออกเป็นด้าน จุดเด่นของภาพลักษณ์ในปัจจุบันของหอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ อยู่ที่บุคลากร อาคารสถานที่ และทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของเริงใจ เขียวอ่อน และแถมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562) ข้างต้น ที่พบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งห้องสมุดควรส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้งสองด้านนี้มากขึ้นกว่าเดิม

ระดับภาพลักษณ์ที่คาดหวังของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด เมื่อจำแนกภาพลักษณ์ที่คาดหวังออกเป็นด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ที่คาดหวังทุกด้านอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยภาพลักษณ์ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ปานผดุง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการบริการของฝ่ายห้องสมุด จอห์น เอฟ เคนเนดี สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ความคาดหวังในภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก และด้านที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร จะเห็นว่า ระดับความคาดหวังของภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ของห้องสมุดทั้งสองแห่ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อผู้ใช้เดินทางไปใช้บริการของห้องสมุด ย่อมต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากร มากกว่าการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเองจากแหล่งอื่น ความคาดหวังจากด้านบุคลากรจึงสูงตามไปด้วย

ช่องว่างระหว่างค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวัง เท่ากับ -1.85 ซึ่งมากกว่าระยะห่างของระดับค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ (1.60) จึงนับได้ว่าเป็นเรื่องเร่งด่วนที่หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ จะต้องปรับภาพลักษณ์โดยรวมให้ใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ที่ประชาชนคาดหวังมากกว่าปัจจุบัน เมื่อจำแนกตามด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านที่มี ช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอาคารสถานที่ แสดงให้เห็นว่า ควรเน้นเพิ่มภาพลักษณ์ด้านประชาสัมพันธ์มากที่สุด

5.3 ภาพลักษณ์ด้านองค์กร

ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านมีชื่อเสียง รองลงมาคือ ด้านมีความทันสมัย และด้านมีบริการดีและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ แสดงว่า หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรที่จะเพิ่มภาพลักษณ์ในด้านชื่อเสียงมากที่สุด ซึ่งชื่อเสียงก็เกิดจากการ

จุดเด่นขององค์กรและสื่อสารจุดเด่นนั้นไปยังประชาชน จากงานวิจัยของ Yang (2011) ที่ศึกษาเรื่อง “Image Construction of Library in News Report” พบว่า การรายงานข่าวของห้องสมุดจะมุ่งเน้นเรื่อง การพัฒนาห้องสมุด ผู้ใช้และการบริการห้องสมุด กิจกรรมสาธารณะ โครงการเกี่ยวกับห้องสมุดดิจิทัล ข่าวสารบรรณารักษ์ และการบริจาคเพื่อสังคม เพราะการรายงานข่าวในลักษณะนี้ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในด้านความเป็นมิตร ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เด่นของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ด้วย จะส่งผลให้ลดช่องว่างในด้านชื่อเสียงนี้ลงได้

5.4 ภาพลักษณ์ด้านอาคารสถานที่

ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านมีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ รองลงมาคือ ด้านจัดสถานที่อย่างเหมาะสม เพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภท และด้านมีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ แสดงว่า หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรจะเพิ่มภาพลักษณ์ในความคิดของประชาชนด้านพื้นที่จอดรถมากที่สุด แม้ว่าจะมีที่จอดรถอยู่ แต่ประชาชนทั่วไปก็อาจเข้าใจว่าคงมีที่จอดไม่เพียงพอ จึงไม่มาใช้บริการ ดังนั้นการกระตุ้นภาพลักษณ์ในด้านที่จอดรถก็เป็นเรื่องที่ต้องเน้นอย่างมากที่สุดเช่นกัน ส่วนการจัดสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อผู้ใช้ห้องสมุดทุกประเภท ทั้งผู้ใช้ทั่วไป เด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ ให้เกิดความสะดวก จากบทความ เรื่อง อารยสถาปัตย์ (Universal Design) ของ พรวิฑู ไคว์คชาภรณ์ (2557) กล่าวถึงอารยสถาปัตย์ว่า หมายถึง การออกแบบพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน บริการต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ ให้สามารถรองรับคนทุกกลุ่มในสังคมได้อย่างเท่าเทียมกัน ทั้ง ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ดำรงและทหารผ่านศึก หญิงตั้งครรภ์ เด็กเล็ก และผู้ป่วยพักฟื้น ดังนั้น หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ จึงควรจัดอาคารสถานที่ให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าใช้บริการได้อย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักการอารยสถาปัตย์ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างลงไปได้

5.5 ภาพลักษณ์ด้านบริการ

ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านมีการให้บริการนอกสถานที่ รองลงมาคือ ด้านมีบริการผู้ใช้ที่หลากหลาย และ ด้านมีกิจกรรมที่หลากหลาย ดังที่ Xuan and Ding (2013) ได้ศึกษาเรื่อง A Study on the influence factors of the University Library Service Image Based on SEM. พบว่า พื้นที่ให้บริการเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบริการ หอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเชก เชียงใหม่ควรเพิ่มกิจกรรมเชิงรุกให้บริการนอกสถานที่มากขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการ หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในท้องถิ่นใกล้เคียง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ใกล้เคียงกับที่ประชาชนคาดหวังไว้

5.6 ภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรสารสนเทศ

ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านมีเนื้อหาทันสมัย รองลงมาคือ ด้านมีสื่อโสตทัศน์ให้บริการ และ ด้านมีเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการ จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ที่หอสมุดแห่งชาติรัชมังกลาภิเชก เชียงใหม่ ควรเน้นย้ำมากที่สุด คือ ทรัพยากรสารสนเทศจะต้องมีเนื้อหาที่ทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaunda (2013) ที่ทำวิจัยเรื่อง Assessing Service Expectation and Perception of Public Library Users: Towards Development of Users Needs and User Satisfaction Measurement Instruments for the National Library Service of Malawi พบข้อมูลว่าผู้ใช้ต้องการทรัพยากรทันสมัยมากที่สุด ทั้งนี้หอสมุดฯ อาจบอกรับทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์มาให้บริการเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถเพิ่มเติมทรัพยากรที่ทันสมัยได้ตลอดเวลา

5.7 ภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ด้านที่มีช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจ น่าดึงดูดใจ

รองลงมาคือ ด้านมีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง และสม่ำเสมอ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ ควรเน้นย้ำเรื่องการออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ดึงดูดใจ น่าสนใจมากขึ้น หลักในการออกแบบสื่อจะต้องพิจารณาทั้งภาพประกอบ การออกแบบกราฟิก การออกแบบสื่อประสม การออกแบบเส้น สี รูปทรง (พลวัตร สุนทรชนผล, 2557) ให้สื่อถึงเนื้อหา ในขณะเดียวกันก็ดึงดูดใจ เพิ่มความน่าสนใจ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ควรกระจายให้เข้าถึงประชาชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอด้วย ช่องทางที่เข้าถึงผู้ใช้ได้ดีและมีค่าใช้จ่ายน้อย คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5.8 ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาพลักษณ์ด้านที่มี ช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านมีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ รองลงมาคือ ด้านมีเทคโนโลยีมาสนับสนุนการใช้งานสำหรับผู้ใช้งาน และด้านมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) อย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้รองรับกับความคาดหวังของประชาชน หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่อาจจะต้องทบทวนนโยบายเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีเพิ่มเติม เช่น คอมพิวเตอร์ หรือ แท็บเล็ต เพื่อให้เพียงพอ และรองรับกับความคาดหวังของประชาชนได้

5.9 ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร

ภาพลักษณ์ด้านที่มี ช่องว่างระหว่างภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ควรเพิ่มภาพลักษณ์ทางบวกเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการของบุคลากรให้เพิ่มมากขึ้น แนวทางที่น่าสนใจแนวทางหนึ่ง คือ การเพิ่มแสงในห้องต่าง ๆ ทั้งแสงจากธรรมชาติ และแสงจากหลอดไฟ แสงที่

เพียงพอจะมีส่วนช่วยให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ได้ (ADMIN, 2561) ในด้านบุคลิกภาพนั้น จากงานวิจัยของ สายฝน บุษบา (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว ในสายตาของประชาชน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะบุคลากรในห้องสมุด จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ทุกระดับ ทักษะความมีมนุษยสัมพันธ์ และการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่บุคลากรห้องสมุดพึงมี ซึ่งส่งผลไปถึงภาพในความคิดของผู้ใช้ด้วย หอสมุดฯ อาจใช้การจัดอบรมทางด้านบุคลิกภาพให้แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอได้

6. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย การปรับปรุง กิจกรรม และบริการต่าง ๆ ที่ได้จากงานวิจัย ดังนี้

1) หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ จำเป็นต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย การสร้างการรับรู้ ทำได้โดยการ สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ และจุดเด่นขององค์กรไปยังผู้ใช้ ทำให้ชื่อของหอสมุด แห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ไปอยู่ในความทรงจำของประชาชน เช่น เมื่อคิดถึง บริการ หรือทรัพยากรสารสนเทศอย่างหนึ่ง ผู้ใช้จะคิดถึงหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ทันที และจะต้องสื่อสารให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจในแบรนด์ของ องค์กรด้วย

2) จุดเด่นของภาพลักษณ์ในปัจจุบันของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ อยู่ที่บุคลากร อาคารสถานที่ และทรัพยากรสารสนเทศ ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปาน กลาง ซึ่งห้องสมุดควรส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้งสองด้านนี้มากขึ้นกว่าเดิม

3) ด้านองค์กร หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรที่จะเพิ่ม ภาพลักษณ์ในด้านชื่อเสียงมากที่สุด ซึ่งชื่อเสียงเกิดจากการชูจุดเด่นขององค์กรและ

สื่อสารจุดเด่นนั้นไปยังประชาชน ซึ่งจุดเด่นของหอสมุดฯ คือ ภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับประชาชน

4) ด้านอาคารสถานที่ หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรเพิ่มภาพลักษณ์ในความคิดของประชาชนด้านพื้นที่จอดรถมากที่สุด แม้ว่าจะมีที่จอดรถอยู่แต่ประชาชนทั่วไปก็อาจเข้าใจว่าคงมีที่จอดไม่เพียงพอ จึงไม่มาใช้บริการ นอกจากนี้ควรจัดอาคารสถานที่ให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าใช้บริการได้อย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักการอารยสถาปัตย์ด้วย

5) ด้านบริการ หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรเพิ่มกิจกรรมเชิงรุก ให้บริการนอกสถานที่มากขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการ หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในห้องถิ่นใกล้เคียง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ใกล้เคียงกับที่ประชาชนคาดหวังไว้

6) ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ภาพลักษณ์ที่หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ควรเน้นย้ำมากที่สุด คือ ทรัพยากรสารสนเทศจะต้องมีเนื้อหาที่ทันสมัย อาจบอกรับทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์มาให้บริการเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถเพิ่มเติมทรัพยากรที่ทันสมัยได้ตลอดเวลา

7) ด้านการประชาสัมพันธ์ หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ ควรเน้นย้ำเรื่องการออกแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ ให้น่าดึงดูดใจ น่าสนใจมากขึ้น หลักในการออกแบบสื่อ จะต้องพิจารณาทั้งภาพประกอบ การออกแบบกราฟิก การออกแบบสื่อประสม การออกแบบเส้น สี รูปทรง ให้สื่อถึงเนื้อหา ดึงดูดใจ เพิ่มความน่าสนใจ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ควรกระจายให้เข้าถึงประชาชนในห้องถิ่นอย่างทั่วถึง และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอด้วย ช่องทางที่เข้าถึงผู้ใช้ได้ดีและมีค่าใช้จ่ายน้อย คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

8) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาพลักษณ์ที่ควรเน้นย้ำ คือ ด้านมีอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ ทั้งนี้ เพื่อให้รองรับกับความคาดหวังของประชาชน หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่อาจจะต้องทบทวนนโยบายเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีเพิ่มเติม เช่น คอมพิวเตอร์ หรือแท็บเล็ต เพื่อให้เพียงพอ และรองรับกับความคาดหวังของประชาชนได้

9) ด้านบุคลากร หอสมุดแห่งชาติรัชม้งคลาภิเษก เชียงใหม่ควรเพิ่มภาพลักษณ์ทางบวกเรื่อง ความกระตือรือร้นในการให้บริการของบุคลากรให้เพิ่มมากขึ้น แนวทางที่น่าสนใจแนวทางหนึ่ง คือ การเพิ่มแสงในห้องต่าง ๆ ทั้งแสงจากธรรมชาติ และแสงจากหลอดไฟ แสงที่เพียงพอจะมีส่วนช่วยให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ได้ นอกจากนี้ หอสมุดฯ อาจใช้การจัดอบรมด้านบุคลิกภาพให้แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). วช. พัฒนาภาพลักษณ์ใหม่หอสมุดแห่งชาติ พัฒนาระบบสืบค้นที่ทันสมัย เพิ่ม โอกาสเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียม. สืบค้นจาก <http://www.m-culture.go.th/th/>
- จุฑารัตน์ ปานผดุง. (2559). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการบริการของฝ่ายห้องสมุด จอห์น เอฟ. เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 27(1). น. 123-132.
- Chanii. (2560). *BRAND AWARENESS ไม่ใช่แค่สร้างการรับรู้เพียงเท่านั้น*. สืบค้นจาก <https://digitalmarketingwow.com>
- พรวิฑู โคว์คชาภรณ์. (2557). *อารยสถาปัตย์ (Universal Design)*. กรุงเทพฯ: สถาบันนิติบัญญัติ.
- พลวัตร สุนทรชนพล. (2557). *การศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการตลาดให้กับโรงพยาบาลชั้นนำในประเทศไทยรองรับการแข่งขันระดับสากล กรณีศึกษาโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์*. ปรินญา นิพนธ์ศิลปกรรมมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เริงใจ เพียวอ่อน และแกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี. (2562). พฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(1), 26-34.

- สายฝน บุษบา. (2559). รายงานการวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว ในสายตาของประชาชน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2561). สถิติด้านประชากร. สืบค้นจาก <http://chiangmai.nso.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ. (2555). เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nso-publish/Toneminute/files/55/A3-16.pdf>
- ADMIN. (2561). เอาจใจพนักงานด้วยที่ทำงานสุดเท่ วิเคราะห์เทรนด์การออกแบบออฟฟิศประจำปี 2018 นี้. สืบค้นจาก <http://www.perfect-furniture.com>
- Kaunda, S. G. (2013). Assessing Service Expectation and Perception of Public Library Users: Towards Development of Users Needs and User Satisfaction Measurement Instruments for the National Library Service of Malawi. *Information and Knowledge Management*, 3(3), 30-40.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Li, H. (2012). *On the CIS and Image-building of University Library*. Retrieved from <http://en.cnki.com.cn>
- Xuan, J.; and Ding, M. (2013). *A Study on the influence factors of the University Library Service Image Based on SEM*. [Report of Conference]. 2nd International Conference on Science and Social Research 2013. Beijing China.
- Yang, Y. (2011). *Image Construction of Library in News Report*. Retrieved from <http://en.cnki.com.cn>