

แนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ปภาดา ธรรมจันทา

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Received 28/07/23 Revised 04/08/23 Accepted 27/12/23

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความพึงพอใจและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2) การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 3) แนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ ปีการศึกษา 2566 จำนวน 388 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่วนปัญหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่พบมาก คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง อย่างไรก็ตามการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ในด้านสื่อบุคคล งานวิจัยนี้ พบแนวทางการประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน คือ 1) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ 2) การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) บุคลากร และ 4) การประเมินผล

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด, ห้องสมุดมหาวิทยาลัย, การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์

Public Relations Guidelines for the Office of Academic Resources and Information Technology, Rajabhat Maha Sarakham University

Paphada Thamjunta

The Office of Academic Resources and Information Technology

Rajabhat Maha Sarakham University

Received 28/07/23 Revised 04/08/23 Accepted 27/12/23

Abstract

The research investigated three key aspects at Rajabhat Maha Sarakham University: 1) Satisfaction and challenges in public relations for the Office of Academic Resources and Information Technology, 2) Communication channels for student opinions, and 3) Guidelines to enhance public relations. A survey study included 388 regular-program students from the academic year 2023, selected through stratified random sampling. Data were collected using a questionnaire, and statistical measures (mean, frequency, and standard deviation) facilitated comprehensive analysis. Findings revealed high student satisfaction, particularly in message delivery and information dissemination. Challenges identified a concern about limited information distribution. Despite challenges, students reported high access to the public relations platform, with social media being the most utilized. Guidelines for improving public relations encompass planning, communication strategies, personnel management, and evaluation mechanisms.

Keywords: Public Relations for the Library, Academic Library, Access to Public Relations

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน องค์กรและกลุ่มประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ศรัทธาและความร่วมมือจนเกิดความสัมพันธ์อันดี ช่วยให้การดำเนินการบรรลุเป้าหมาย (สำนักประชาสัมพันธ์, 2560; สุธัญญา กฤตาคม, 2564) ห้องสมุดเป็นหน่วยงานบริการที่ต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดการรับรู้ การยอมรับและเกิดความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ (อณณภิกา ราร่องคำ, 2561) วิธีการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) การประชาสัมพันธ์ภายในห้องสมุด เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจให้เกิดขึ้นภายในห้องสมุด เช่น การกำหนดนโยบายของห้องสมุด การแจ้งข่าวการประชุม/อบรม/สัมมนา จากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร 2) การประชาสัมพันธ์ภายนอกห้องสมุด เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุดไปสู่กลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ การปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ของห้องสมุดในการแสดงเมนูที่ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการเป็นจำนวนมากและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หรือคลิปวิดีโอของห้องสมุดเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการและส่งเสริมการใช้บริการและทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด (อิสยาห์ พันศิริพัฒน์, 2566) เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เพื่อสนับสนุนการเข้าใช้บริการห้องสมุด (เสาวภา เพ็ชรรัตน์ และเนาวลักษณ์ แสงสนิท, 2566) การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดส่วนมากใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างสรรค์หรือเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ห้องสมุด ซึ่งกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกห้องสมุด ได้แก่ มีนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนทำให้เกิดการยอมรับ มีกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และมีเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (ปรัชญา วรรณจันทะขาน, 2564)

สังคมยุคสารสนเทศทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากมายที่สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้สะดวกรวดเร็ว ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ห้องสมุดจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

จำนวนมากให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ห้องสมุด (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) การพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) เพื่อประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าว แบ่งปันข้อมูล กิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุด เช่น การส่งเสริมการอ่าน การประชาสัมพันธ์หนังสือใหม่ การจัดนิทรรศการแนะนำหนังสือ (ธนะพันธุ์ การคนชื่อ, 2562; นุสรา อูมา และแก้ววราภรณ์ กรแก้ว, 2566) นอกจากนี้รูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล โดยบุคลากรของห้องสมุดมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นผู้รอบรู้ เข้าใจห้องสมุดเป็นอย่างดี อาคารสถานที่หรือกายภาพของห้องสมุด ช่วยดึงดูดผู้ใช้บริการในห้องสมุดได้ การจัดทำของที่ระลึกหรือสัญลักษณ์ของห้องสมุดทำให้ผู้ใช้บริการจดจำห้องสมุดได้ดี สื่อเคลื่อนที่ เช่น เครื่องแต่งกายของบุคลากร โลโก้ มาสคอตของห้องสมุด การจัดทำชมรมหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้คำปรึกษา หรือสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการกับบรรณารักษ์ การสำรวจความคิดเห็น ทำแบบสอบถาม การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเปิดโอกาสในการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ของห้องสมุด ตัวอย่างห้องสมุดที่ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยลิเวอร์พูล (University of Liverpool) ได้จัดกิจกรรมพิเศษ “Golden Tickets” ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด ถ่ายรูปคู่กับ “Golden Tickets” แชรลงสื่อออนไลน์ แล้วไปแลกเครื่องดื่มร้อน ๆ กระตุ้นให้เกิดการโพสต์ การแชร์ และเข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่มนักศึกษา (ลินดา พีชสี, 2565) ทำให้นักศึกษามีส่วนร่วมมากขึ้น สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจทันสมัยต่อเหตุการณ์ ทำให้มีผู้ใช้บริการให้ความสนใจติดตามข่าวสารเป็นจำนวนมาก สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น จัดกิจกรรมเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียง ภายใต้โครงการ Human book special ได้แพร่ภาพสด คุยสดกับก๊อต จิรายุ ตันตระกูลทำให้นักศึกษารู้จักเพจของห้องสมุดและมีผู้ติดตามมากขึ้น (สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัย ขอนแก่น, 25 พ.ค. 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาพบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในภาพรวมยังคงประสบปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น นักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข่าวสารหรือบริการของ

ห้องสมุด การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่ยังไม่ทั่วถึง (สุจิตรา สีหาอาจ, สมชาย วรรณญาณไกร, และศุภรชชรา แสนวา, 2561) สื่อประชาสัมพันธ์บริการอาจไม่น่าสนใจ และดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด ห้องสมุดขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ไม่สร้างความดึงดูดใจต่อผู้ใช้นิใหม่ (อุไร ไพรสุยน์ และสุพรรณษา บุญเกื้อ, 2564) บุคลากร มีจำนวนจำกัด (วงศ์กร ชัยรัตน์ถาวร, แหวดตา เตชาทวิวรรณ และสมชาย วรรณญาณไกร, 2557; กมลทิพย์ ฌ สงขลา, 2555) บุคลากรห้องสมุดขาดทักษะคอมพิวเตอร์และทักษะ การประชาสัมพันธ์ การขาดการบริหารจัดการที่ดีในประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (วงศ์กร ชัยรัตน์ถาวร, แหวดตา เตชาทวิวรรณ และสมชาย วรรณญาณไกร, 2557)

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีหลายรูปแบบและหลายวิธีการ ได้แก่ การสื่อสาร โดยตรงกับผู้ใช้บริการที่เคาน์เตอร์บริการภายในห้องสมุด การประชาสัมพันธ์ผ่านจอ LED ภายในอาคารของสำนักวิทยบริการฯ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการฯ และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ และกลุ่มปิดของ เฟซบุ๊กแคววมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ไลน์ ยูทูป ผ่านกิจกรรมนำชมห้องสมุด การจัดกิจกรรมห้องสมุดเคลื่อนที่ และการจัดงานสัปดาห์ห้องสมุด เป็นต้น แต่ยังไม่เคย ศึกษาผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงต้องการศึกษาความพึงพอใจและปัญหาการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสารของ นักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา วิธีการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการโดยตรง

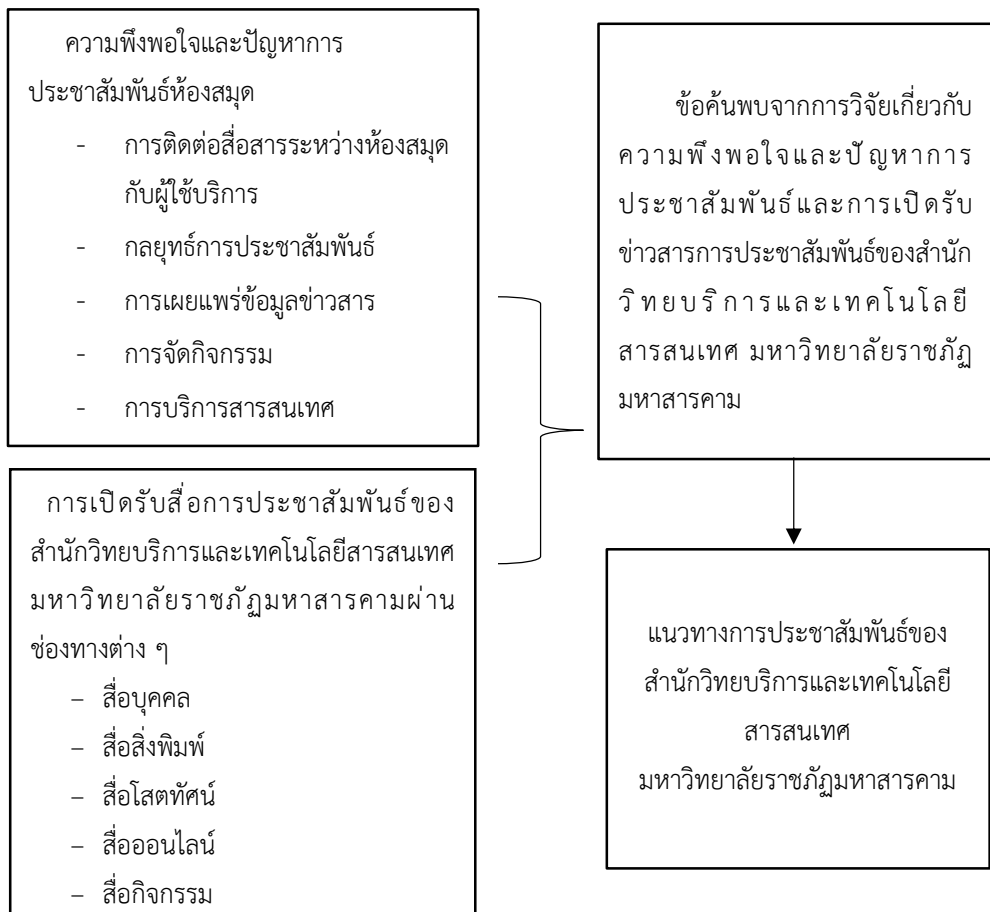
2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทย บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2.2 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทย บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2.3 เพื่อหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

3. กรอบแนวคิด



4. วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิจัยดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ความพึงพอใจ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ และการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 13,293 คน (กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2566) ผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973, 727-728) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน แล้วนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาคำนวณเพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละคณะ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

2) แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2556 -2566 จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย (Thai Digital Collection-TDC) ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online-ThaiJo) ประเภทเอกสารที่ใช้ ได้แก่ บทความวิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัย กำหนดคำสำคัญหรือหัวเรื่องวิจัยที่ใช้ค้น ได้แก่ “การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด” “แนวทางการประชาสัมพันธ์” “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด” ปัจจัยการประชาสัมพันธ์” จำนวน 20 บทความ

4.2 เครื่องมือการวิจัย

1) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ และการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ตอนที่ 3 ปัญหาการประชาสัมพันธ์ ตอนที่ 4 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดำเนินการโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากนั้นนำผลการประเมินมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ผลประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาตรวจสอบคุณภาพโดยคำนวณค่าความเที่ยง (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.99 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพและสามารถนำไป

2) แบบบันทึกข้อมูลโดยมีประเด็นในการวิเคราะห์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านบุคลากร 4) ด้านการประเมินผล

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนมิถุนายน ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2566 โดยรูปแบบการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ด้วย Google Form จำนวน 400 ชุด และได้กลับคืนมา 388 ชุด คิดเป็น ร้อยละ 97

2) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยนำผลการวิจัยในระยะต้นของการวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 3) การวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย (Thai Digital Collection-TDC) ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online-ThaiJo)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้การคำนวณค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพการประชาสัมพันธ์ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา วิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อหาแนวทางการประชาสัมพันธ์

5. ผลการศึกษา

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 76.55 เพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.45 สังกัดคณะครุศาสตร์จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.21 รองลงมาเป็นคนมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.81 และคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.76 นักศึกษาใช้บริการพื้นที่นั่งอ่านหนังสือมากที่สุดจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 รองลงมา คือ บริการอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายไร้สาย (Wi-Fi) จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 17.07 และบริการพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพบปะ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

5.2 ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์และปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้แสดงไว้ในตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการฯ

ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการ			
การให้บริการรวดเร็ว	3.99	0.76	มาก
เนื้อหาการให้บริการมีความถูกต้อง ครบถ้วน	4.07	0.73	มาก
การให้บริการมีคุณภาพที่ดี	4.07	0.72	มาก
ความเป็นมิตรในการประสานงาน	4.08	0.72	มาก
รวม	4.05	0.73	มาก
2. ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์			
การสื่อสารสองทาง	3.98	0.73	มาก
ช่องทางและเครื่องมือมีความหลากหลายและทันสมัย	3.96	0.77	มาก
การออกแบบกราฟิกมีความสวยงาม ทันสมัยเหมาะสมกับเนื้อหา	3.91	0.78	มาก
รวม	3.95	0.76	มาก
3. ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร			
เนื้อหาที่น่าสนใจมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	4.07	0.69	มาก
ขอบเขตของเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.06	0.70	มาก
เนื้อหาที่น่าสนใจมีความน่าสนใจ	4.09	0.70	มาก
เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย	4.07	0.70	มาก
เนื้อหาที่น่าสนใจมีความกระชับ ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ	4.07	0.69	มาก
รวม	4.07	0.70	มาก

ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
4. ด้านการจัดกิจกรรม			
งานแนะนำบริการใหม่	3.96	0.73	มาก
งานสัปดาห์ห้องสมุด	3.96	0.76	มาก
การจัดอบรม สัมมนา	3.90	0.74	มาก
การจัดประกวดภาพถ่าย	3.91	0.76	มาก
การจัดกิจกรรมปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด	3.96	0.75	มาก
รวม	3.94	0.75	มาก
5. ด้านการบริการสารสนเทศ			
การบริการ ยืม - คืน	4.09	0.72	มาก
การจัดเรียงหนังสือบนชั้นหนังสือ	4.05	0.75	มาก
บริการสารสนเทศทันสมัย	4.01	0.77	มาก
การจัดแสดงทรัพยากรสารสนเทศใหม่	4.03	0.74	มาก
เครื่องมือในการค้นหาสารสนเทศ	4.03	0.74	มาก
บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า	4.01	0.74	มาก
บริการฐานข้อมูลออนไลน์	4.07	0.72	มาก
รวม	4.04	0.74	มาก
ภาพรวม	4.01	0.74	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) โดยนักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X}=4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ เนื้อหาที่น่าสนใจมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.09$) ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) ข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความเป็นมิตรในการประสานงาน ($\bar{X}=4.08$) ด้านการบริการสารสนเทศ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ การบริการยืม – คืน ($\bar{X}=4.09$) ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ การสื่อสารสองทาง ($\bar{X}=3.98$) ด้านการจัดกิจกรรม โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ งานแนะนำบริการใหม่ งานสัปดาห์ห้องสมุด การจัดกิจกรรมปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด ($\bar{X}=3.96$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ปัญหาการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง	3.95	0.95	มาก
ช่องทางในการประชาสัมพันธ์กับสำนักวิทยบริการฯ ไม่สะดวกให้เข้าถึง	3.54	0.99	มาก
ช่องทางในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ขาดความเหมาะสม	3.50	1.05	ปานกลาง
เนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไม่ดึงดูดความสนใจ	3.51	1.03	มาก
วิธีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทันสมัย	3.49	1.05	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่ขาดการประชาสัมพันธ์การใช้บริการและกิจกรรม	3.47	1.05	ปานกลาง
การขาดป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำการใช้บริการแต่ละประเภท	3.54	1.00	มาก
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่ทันสมัย	3.51	1.02	มาก
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลาย	3.54	1.01	มาก
ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป	3.54	1.00	มาก
รวม	3.56	1.02	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัญหามากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง ($\bar{X}=3.95$) รองลงมา คือ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์กับสำนักวิทยบริการฯ ไม่สะดวกให้เข้าถึง การขาดป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำการใช้บริการแต่ละประเภท สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลาย ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ($\bar{X}=3.54$)

2. การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สื่อบุคคล			
บรรณารักษ์ตอบคำถาม	4.00	0.76	มาก
ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด	4.05	0.76	มาก
รวม	4.03	0.76	มาก
2. สื่อสิ่งพิมพ์			
โปสเตอร์	3.86	0.81	มาก
ป้ายประกาศ/ป้ายนิเทศ	3.88	0.79	มาก
แผ่นพับ แผ่นปลิว	3.81	0.82	มาก
คู่มือการใช้ห้องสมุด	3.93	0.80	มาก
รวม	3.87	0.81	มาก
3. สื่อโสตทัศน			
วิดีโอแนะนำห้องสมุด	3.86	0.78	มาก
ภาพยนตร์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น	3.87	0.78	มาก

การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
เสียงตามสายภายในห้องสมุด	3.85	0.80	มาก
โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด	3.91	0.77	มาก
รวม	3.87	0.78	มาก
4. สื่อออนไลน์			
เว็บไซต์ห้องสมุด	4.02	0.74	มาก
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	3.96	0.75	มาก
เฟซบุ๊กแฟนเพจสำนัก	4.00	0.73	มาก
ไลน์ออฟฟิศเชียลสำนัก	3.97	0.75	มาก
รวม	3.99	0.74	มาก
5. สื่อกิจกรรม			
การจัดกิจกรรมวันสำคัญ หรือ สัปดาห์พิเศษ	3.91	0.77	มาก
การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด	3.87	0.79	มาก
การนำชมห้องสมุด	3.88	0.77	มาก
การตอบคำถามชิงรางวัล	3.89	0.79	มาก
รวม	3.89	0.78	มาก
รวมทั้งหมด	3.93	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สื่อบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด ($\bar{X}=4.05$) สื่อออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ เว็บไซต์ห้องสมุด ($\bar{X}=4.02$) สื่อกิจกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ การจัดกิจกรรมวันสำคัญหรือสัปดาห์พิเศษ ($\bar{X}=3.91$)

สื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือคู่มือการใช้ห้องสมุด ($\bar{X}=3.93$) สื่อโสตทัศน โดยภาพ รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด

3. แนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

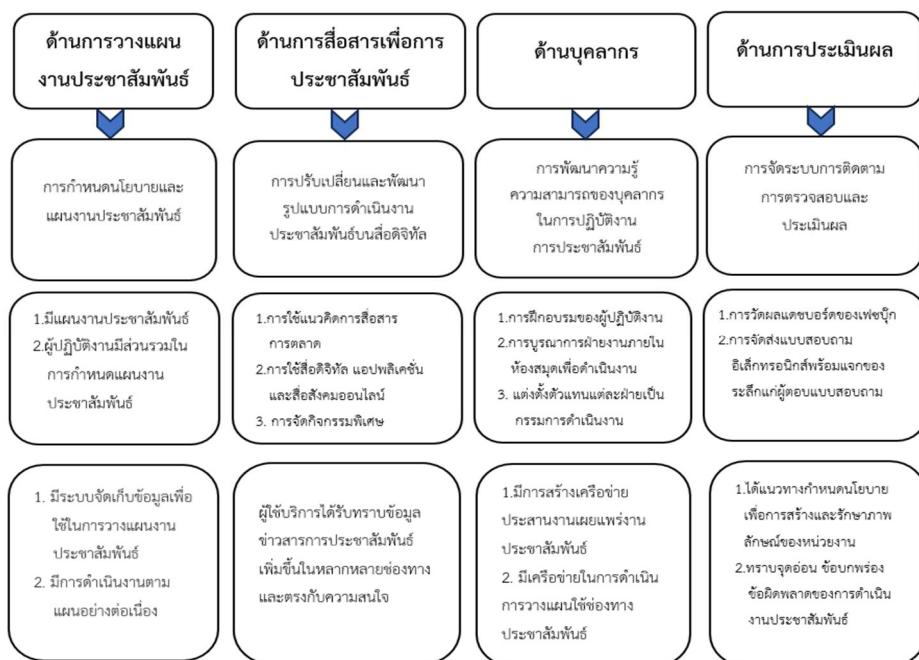
จากการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์โดยการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย (Thai Digital Collection-TDC) ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online-ThaiJo) ประเภทเอกสารที่ใช้ ได้แก่ บทความวิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัย ได้แสดงไว้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ปัจจัย	ประเด็น	รายการอ้างอิง
ด้านการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	1) ควรกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์และแผนงานประชาสัมพันธ์เป็นลายลักษณ์อักษร 2) ผู้ปฏิบัติมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ 3) แผนงานประชาสัมพันธ์มีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ 4) การจัดสรรงบประมาณดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ 5) มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย	จริมาศ เทพมณฑา (2559); วรรณิ์ เบญจวัฒนาผล, นงพงา ลีลายณะ และ ดิเรก ธรรมารักษ์, (2560); ลินดา พิษสี (2565)
ด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	1) ผู้บริหารผลักดันนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2) การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจ 3) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยแปลกใหม่	จิตตนันท์ ตั้งประเสริฐ, (2563); ปรัชญาวรรณ จั นทะขาน, (2564); อัมณภิศา ราร่องคำ (2561); ศิริวรรณ จุลทับ และ

ปัจจัย	ประเด็น	รายการอ้างอิง
	4) นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ 5) การสร้างสรรค์เนื้อหาในการโพสต์ดึงดูดผู้ใช้บริการเข้ามามีส่วนร่วม 6) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การผสมผสานแนวคิดการสื่อสารการตลาด	จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558); สุนิสา ประวิชัย (2560); จริมาศ เทพมณฑา (2559); อุไร ไพรสุยัน, สุพรรณษา บุญเกื้อ, (2564); นุสรา อูมา และ แก้ววราภรณ์ กรแก้ว (2566); วรณี เบ็ญจวัฒนาผล, นงพะงา ลีลายนะ และ ดิเรก ธรรมารักษ์, (2560); ลินดา พิขสี (2565)
ด้านบุคลากร	1) การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร 2) มีสมรรถนะทางด้านดิจิทัล เพื่อเพิ่มทักษะของบุคลากร การฝึกอบรม 3) มีความคิดสร้างสรรค์ 4) เป็นผู้พร้อมรับนวัตกรรมและสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ตลอดเวลา 5) ผู้ปฏิบัติงานควรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	สิริพร ทิวะสิงห์, คมศรี คมนทิพย์รัตน์, มุกดา ดวง-พิมพ์, (2566); ปรัชญาวรรณ จันทะขาน(2564); ศิริวรรณ จุลทัต และ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558); อัมณิกา ราร่องคำ (2561); จิตตนันท์ ตั้งประเสริฐ (2563); วรณี เบ็ญจวัฒนาผล, นงพะงา ลีลายนะ และ ดิเรก ธรรมารักษ์ (2560)
ด้านการประเมินผล	1) มีแผนในการกำกับ ติดตาม และ ประเมินผลทุกกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 2) รายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารรับทราบ รวบรวมอย่างสม่ำเสมอ ผู้รับผิดชอบโดยตรง 3) มีระบบจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตามแผน ฯ	ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564); อลิสา มะแข็ง (2557)

แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยนำผลการวิจัยในระยะต้นของการวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 3) การวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา มาพัฒนาเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ



ภาพที่ 1 แนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

6. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังประเด็นต่อไปนี้

1) ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสำนักวิทยบริการฯ มีนโยบายการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการฯ ปรากฏอยู่ในแผนปฏิบัติการอย่างชัดเจน (แผนปฏิบัติการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) ฉบับทบทวน 2565, 2565) อีกทั้งยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรภายนอก ด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีแนวปฏิบัติที่ดี คือ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ และสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในด้านแนวคิดด้านการสื่อสาร เนื้อหา การใช้สื่อ การนำเสนอสาร การกำหนดระยะเวลาที่จะใช้สื่อและกิจกรรม การจัดกิจกรรมทางการตลาด การแสดงสินค้าการให้บริการ การชักชวน การจูงใจ การกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการสารสนเทศ (รายงานผลการดำเนินโครงการการจัดการความรู้เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารภายในและภายนอกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2565) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนันท (2558); จริมาศ เทพมณฑา (2559); วรณี เบ็ญจวัฒนผล, นงพงา ลีลายนะ และติเรก ธรรมารักษ์ (2560); พรพิทักษ์ แม้นศิริ (2561); ลินดา พิชสี (2565) พบว่าการจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ขอบเขต หน้าที่และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ให้ชัดเจน ช่วยให้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประสบความสำเร็จ

2) ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง สอดคล้องกับ ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) ที่พบว่า ปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมไม่ทั่วถึง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสำนักวิทยบริการฯ ยังขาดความร่วมมือ และยังไม่ถึงหน่วยงานในระดับหลักสูตรสาขาวิชา คณะและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม พัฒนานักศึกษา ในมหาวิทยาลัย มีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป หรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลายดังนั้น สำนักวิทยบริการฯ อาจต้องพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของผู้ใช้บริการในยุคใหม่

3) การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวม

อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การเปิดรับสื่อด้านบุคคล เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดและบรรณารักษ์มีอัตราค่าเฉลี่ย มีจิตบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ศิริโปล์ (2560) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับนักศึกษา เข้าถึงง่าย ได้รับการบริการอย่างทันทีทันใด

4) แนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผลจากการวิจัยพบว่า มี 4 ด้าน คือ ด้านวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร และด้านการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้านเป็นกลยุทธ์สำคัญนำมาใช้เป็นแนวทางทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ที่จะเข้าถึงผู้ใช้บริการ ยุคดิจิทัล มีการนำแนวคิดด้านการตลาด การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การสร้างสรรค์สื่อใหม่และการนำเสนอทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น (ลินดา พิซซี, 2565) ควรมีการทำความร่วมมือกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย เช่น กองพัฒนานักศึกษา งานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย คณะ สาขาวิชา อาจารย์ ผู้นำนักศึกษา ซึ่งการสร้างเครือข่ายการประสานงานการประชาสัมพันธ์ ให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ควรแต่งตั้งตัวแทนนักศึกษาแต่ละสาขา ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังนักศึกษาโดยตรง (ฝนทิพย์ ไกรนรา, 2559) และเพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการประชาสัมพันธ์ด้วยการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์องค์กร เนื่องจากสถานะสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงเร็วมาก (นิตยา วิศิษฐ์รัตนกุล, 2560; กนกวรรณ ใจริน, 2556)

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับสำนักวิทยบริการฯ

1) การสร้างเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ควรให้น่าสนใจ เน้นเนื้อหาที่ให้ความรู้สนุกสนาน เพื่อดึงดูด หรือจัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม

2) ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย คณะ สาขาวิชา อาจารย์ ให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงนักศึกษาโดยตรง

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่ม ผู้ใช้บริการของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

2) ควรศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ใจรีน. (2556). *การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ ข่าวสารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน*. ปริญญาศึกษาศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กมลทิพย์ ณ สงขลา. (2555). *การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัย .วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2566). *ข้อมูลนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. สืบค้นจาก <https://plan.rmu.ac.th/th/>

ธนະพันธุ์ การคนชื่อ. (2562). *การเพิ่มสถิติการยืมหนังสือด้วยทฤษฎีการตลาดทางยาว*. สืบค้นจาก <https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/348>

นุสรา อูมา และแก้ววราภรณ์ กรแก้ว. (2566). *การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ และบริการโดยใช้พอดแคสต์*. สืบค้นจาก <https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/501>

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน. (2564). *การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- พรพิทักษ์ แม้นศิริ. (2561). *หลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 4.0*. กรุงเทพฯ : กรมประชาสัมพันธ์.
- พิมลอร ต้นหัน. (2557). Facebook กับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด. *วารสารห้องสมุด*, 58(1), 55-61.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. (2565). *รายงานผลการดำเนินโครงการการจัดการความรู้เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารภายในและภายนอกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- รินรดา มะอาลา, สุภาภรณ์ ศรีดี และวิทยาธร ท่อแก้ว. (2564). การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(1), 299-314.
- วงศ์กร ชัยรัตน์ถาวร, แววดา เตชาทวิวรรณ และสมชาย วรปัญญาโนกร. (2557). *การวิเคราะห์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. ปรินญา นินพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณิ เบ็ญจวัฒนาผล, นงพงา ลีลายนะ และดิเรก ธรรมารักษ์. (2560). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 9(2), 135-140.
- ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบัน อุดมศึกษาเขตภูมิศาสตร์ภาคใต้. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 2(2), 175-194.
- ศุภรรษตรา แสนวา. (2555). *บทบาทและความรู้ความสามารถของบรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2565, 25 พฤษภาคม). *Special human book: Life's good อยู่กับตัวเองให้เป็น ทำงานกับคนอื่นให้สุข*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=4gzvIG63EKs>

สุจิตรา สีหาอาจ, สมชาย วรรณญาณุไกร และศุภรรรษตรา แสนวา. (2561) การจัดบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 11(1), 92-104.

สุธัญญา กฤตาคม. (2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. *Journal of Modern Learning Development*, 6(5), 261 – 273.

เสาวภา เพ็ชรรัตน์ และเนาวลักษณ์ แสงสนิท. (2566). *การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (TSU-LiNet) เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ*. สืบค้นจาก <https://pulinet2023.pulinet.org/>

เสาวลักษณ์ บุญเจริญรักษา. (2550) *การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.

อมรรัตน์ ศิริโปล์. (2560). *ศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของงานห้องสมุดและสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อณณภิกา ราร่องคำ. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(4), 144-154.

อิสยาห์ พันศิริพัฒน์. (2566). *การวิเคราะห์ข้อมูลการให้บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้าด้วย Pivot Table ของสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. สืบค้นจาก <https://pulinet2023.pulinet.org/>

อุไร ไพรฮูยัน และสุพรรณษา บุญเกื้อ. (2564). *การใช้อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง*. สืบค้นจาก <https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/431/411>

Yamane. (1973). *Statistic: An introductory analysis*. (3rd ed.) New York: Harper International.