

การรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

นิตยา ชุ่มภักย์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้แก่ 1) บุคลากร ได้แก่ อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากรสายสนับสนุน 2) นักศึกษาระดับปริญญาตรี 3) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา 4) นักศึกษานานาชาติ 5) ศิษย์เก่าและผู้เกษียณอายุราชการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 6) สมาชิกเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดในจังหวัดขอนแก่น และ 7) บุคคลภายนอกและนักเรียน ที่ได้จากการนำข้อมูลที่มีในฐานข้อมูล ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ (Walai AutoLib) ข้อมูล ณ วันที่ 27 มิถุนายน 2561 จำนวนประชากร 60,403 คน เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน ซึ่งเป็นการเลือกแบบเจาะจง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านช่องทางการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมผู้ให้บริการจำนวนมากที่สุดรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 51.92 ด้านช่วงเวลาที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผู้ให้บริการจำนวนมากที่สุด มีความต้องการรับทราบข่าวสารในช่วงเวลา 16.00-20.00 น. ร้อยละ 45.10 2) ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในระดับมาก (\bar{X} =3.84) และในรายข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1) สำนักหอสมุด มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหลากหลายช่องทาง (\bar{X} =3.87) 2) ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์และข่าวสารของสำนักหอสมุด (\bar{X} =3.84) 3) ข่าวสารจากสื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความรวดเร็ว (\bar{X} =3.83) 4) ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความน่าสนใจและมีประโยชน์ (\bar{X} =3.83) และ 5) เนื้อหาข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความชัดเจน เข้าใจง่าย (\bar{X} =3.83)

คำสำคัญ: การรับรู้ข่าวสาร, การประชาสัมพันธ์, ความพึงพอใจ

¹ นักเอกสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: nitiyach@kku.ac.th

The Users Perception and Satisfaction with Public Relations of Khon Kaen University Library

Nitiya Chumapai¹

Abstract

This survey research focused on examining KKU library users' informational awareness on its public relation information and their satisfaction on the library publicity. Questionnaires were used for collecting data, and the study sample of 398 participants selected through purposive sampling included 1) faculty members, researchers, and supportive staffs, 2) undergraduate students, 3) graduate students, 4) international students, 5) alumni and retirees, 6) library network members, and 7) non KKU members. The statistical analysis was conducted using percentage, mean, and standard deviation.

The findings indicated that 1) 51.92% of the participants received KKU library publicity through the Internet and social media, and 45.10% wished to access to the library publicity from 4 pm. to 8 pm., and 2) their satisfaction on the library public relation information was found to be at the high level (\bar{X} =3.84). In addition, their satisfaction on each item of the publicity was reported as 1) provision of several channels for accessing the publicity (\bar{X} =3.87), 2) convenience for accessibility (\bar{X} =3.84), 3) fast accessed publicity (\bar{X} =3.83), 4) interesting and useful information (\bar{X} =3.83), and 5) clear and readable contents (\bar{X} =3.83)

Keywords: Perceptions, Public Relation, User Satisfaction

¹ Document Specialist, Khon Kaen University Library Khon Kaen University
e-mail: nitiyach@kku.ac.th

Received: 13 March 2019

Accepted: 17 April 2019

บทนำ

ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปเป็นยุคดิจิทัล และเพื่อสอดรับกับนโยบายการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในประเทศทำให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบบริการห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้สารสนเทศของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล โดยรวบรวมและจัดเก็บสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ให้สามารถสืบค้นและแสวงหาสารสนเทศได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดให้มีบริการเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีอยู่ในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ตลอดจนการจัดให้มีการบริการสมัยใหม่ที่ตอบสนองการดำรงชีวิตของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน รวมทั้งการขยายความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ จากเดิมที่ผู้ใช้บริการต้องเดินทางเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ในห้องสมุดที่ต้องปรับเปลี่ยนเป็นการนำส่งบริการห้องสมุดไปถึงตัวผู้ใช้บริการ (Tuntasuwan, 2012)

ถึงแม้ว่าห้องสมุดจะปรับเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างมาก แต่ยังมีผู้ใช้บริการบางกลุ่มที่ยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าว ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจึงยังคงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการ (Israel, 2012) โดยใช้วิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ การดำเนินงานของห้องสมุดโดยใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการและบุคคลทั่วไปได้ทราบข่าวสาร ความรู้ บริการ และ

กิจกรรมของห้องสมุด รวมถึงสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของห้องสมุด เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และ สร้างทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุด (Chiemwichitra, 2016) และได้ทราบว่าห้องสมุดมีความสำคัญ มีศักยภาพในการบริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และต่อสาธารณชนได้ รวมถึงช่วยให้การดำเนินงานของห้องสมุดบรรลุตามเป้าหมาย ในการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ แหล่งรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลายและมีประโยชน์ต่อการเรียน การสอน และการวิจัยในมหาวิทยาลัย (Santiwivat, Tiwasing, Manomayitthikan, Tho-Earm, Phatpheng, 2005)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะเผยแพร่กิจกรรม ความเคลื่อนไหวของการบริหารจัดการ การบริการได้อย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานให้ไปในทางเดียวกัน ในการที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล มีประสิทธิภาพต่อประชาชน หรือต่อบุคลากรในองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม (Chinaworn, 2010) ปัจจัย 2 ประการที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างมาก คือ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และผู้รับสารสามารถรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วพร้อมกัน เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารได้มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือที่เรียกได้ว่าเป็นยุคข่าวสารไร้พรมแดน และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การบังคับใช้พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 คือการให้สิทธิแก่ประชาชนได้มีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน

ต่าง ๆ ของรัฐอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบถึงความโปร่งใส ดังนั้น การทำให้สิทธิรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นเครื่องมือในการรับรู้ข่าวสาร เช่น ข่าวสารสาธารณะหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ (Office of the Official Information Commission, 1997)

ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ย่อมสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่ง และเกิดความเข้าใจของผู้ใช้บริการในเรื่องที่ต้องการนำเสนอ ตลอดจนการให้บริการของห้องสมุด ซึ่งสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ผลิตสื่อและใช้สื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก โปสเตอร์ แผ่นพับ วิทยู และ YouTube โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บริการ ทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น แต่อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยเผยแพร่ตามช่องทางต่าง ๆ แล้ว ยังประสบปัญหาว่าผู้ใช้บริการไม่รับรู้ข่าวสาร บริการ กิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักหอสมุดอยู่จำนวนหนึ่ง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้ทราบความสนใจของนักศึกษา บุคลากร และผู้ใช้บริการที่มีต่อ

สื่อประชาสัมพันธ์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ และช่วงเวลาที่ต้องการรับรู้ข่าวสารจากสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อจะได้นำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และลูกค้าสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้วยการศึกษารับรู้ข่าวสาร ประกอบด้วยด้านช่องทางการรับรู้ข่าวสาร และช่วงเวลารับรู้ข่าวสาร และศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ และข่าวสารของสำนักหอสมุด 2) เนื้อหาข่าวสารของสื่อประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย 3) ข่าวสารการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ และมีประโยชน์ 4) ความหลากหลายของช่องทางประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด และ 5) ความรวดเร็วของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด โดยการสำรวจเพื่อนำผลการวิจัยไปวางแผน และปรับปรุงพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษารับรู้ข่าวสารและความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรได้จากสมาชิกในฐานข้อมูลระบบห้องสมุดอัตโนมัติ (Walai AutoLib) ข้อมูล ณ วันที่ 27 มิถุนายน 2561 จำนวน 60,403 คน โดยจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการออกเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) บุคลากร ได้แก่ อาจารย์, นักวิจัย และบุคลากรสนับสนุน 6,126 คน 2) นักศึกษาระดับปริญญาตรี 42,056 คน 3) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา 10,877 คน 4) นักศึกษานานาชาติ 182 คน 5) ศิษย์เก่าและผู้เกษียณ อายุราชการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 243 คน 6) สมาชิกเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด 4 คน และ 7) บุคคลภายนอก และนักเรียน 915 คน รายละเอียด ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กลุ่มผู้ใช้บริการจำแนกตามประเภท

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ

95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398 คน

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีจัดเก็บ และรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ ที่ <https://goo.gl/forms/vExqjvPkO1hTTymS2> โดยการส่งอีเมลถึงกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 398 คน ได้รับข้อมูลคืนจำนวน 398 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

แบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ทดสอบกับผู้ใช้บริการ (Try out) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Chronbachs' Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for Social Sciences) For Windows ได้ค่าตรงรชนีวัดความเชื่อมั่นของ ครอนบาคเท่ากับ 0.882

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ต้องการให้สำนักหอสมุดดำเนินการเพิ่มเติม วิเคราะห์โดยวิธีการสังเคราะห์ความคิดเห็นที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน แล้วนำมาหาค่าความถี่

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสถานภาพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.35 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.84 อาจารย์ นักวิจัยและบุคลากรสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 10.05 บุคคลภายนอกและนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.51 นักศึกษานานาชาติ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ศิษย์เก่าและผู้เกษียณอายุราชการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 0.50 และสมาชิกเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

2. สภาพการรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.1 การรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น มากที่สุด ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์/อีเมล/YouTube/ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/จดหมายข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 51.92 รองลงมา ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักหอสมุด (<http://library.kku.ac.th>) คิดเป็นร้อยละ 33.29 อันดับ 3 ผ่านช่องทางสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์/แผ่นพับ/คู่มือ/วารสาร/หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 7.29

และอันดับสุดท้าย ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ร้อยละ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี	69.35
นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา	17.84
อาจารย์ นักวิจัยและบุคลากรสนับสนุน	10.05
บุคคลภายนอกและนักเรียน	1.51
นักศึกษานานาชาติ	0.50
ศิษย์เก่าและผู้เกษียณอายุราชการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	0.50
สมาชิกเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดฯ	0.25
รวม	100

ตารางที่ 2 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์/อีเมล/YouTube/ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/จดหมายข่าวออนไลน์	51.92
เว็บไซต์ของสำนักหอสมุด (http://library.kku.ac.th)	33.29
สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์/แผ่นพับ/คู่มือ/วารสาร/หนังสือพิมพ์	7.29
บุคลากรของสำนักหอสมุด ห้องสมุดคณะ	5.00
อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อน บรรณารักษ์ห้องสมุดคณะ และไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	2.00
สื่อวิทยุ/โทรทัศน์	0.50
รวม	100

2.2 ช่วงเวลาที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความต้องการรับทราบข่าวสาร มากที่สุด

ในช่วงเวลา 16.00–20.00 น. ร้อยละ 45.10 รองลงมา เป็นช่วงเวลา 12.00–16.00 น. ร้อยละ 33.30 ส่วนที่เหลือต้องการรับรู้ข่าวสารในช่วงเวลา 08.00–12.00 น. และ หลัง 20.00 น. ร้อยละ 10.80 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ช่วงเวลาที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ช่วงเวลาที่ต้องการการรับข่าวสาร	ร้อยละ
เวลา 16.00–20.00 น.	45.10
เวลา 12.00–16.00 น.	33.30
หลังเวลา 20.00 น.	10.80
เวลา 08.00–12.00 น.	10.80
รวม	100

2.3 ระดับความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ในภาพรวม ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในระดับมาก (\bar{X} =3.84) และผลการศึกษาในรายข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับดังนี้ อันดับแรก สำนักหอสมุด มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหลากหลายช่องทาง (\bar{X} =3.87) รองลงมา ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ประชาสัมพันธ์และข่าวสารของสำนักหอสมุด (\bar{X} = 3.84) และอันดับ 3 เนื้อหาข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความน่าสนใจและมีประโยชน์ และข่าวสารจากสื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุดมีความรวดเร็ว (\bar{X} =3.83) ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยภาพรวมและรายข้อ

ประเด็นความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	แปลความ
สำนักหอสมุด มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหลากหลายช่องทาง	3.87	0.84	มาก
ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์และข่าวสารของสำนักหอสมุด	3.84	0.83	มาก
เนื้อหาข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.83	0.90	มาก
ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มีความน่าสนใจและมีประโยชน์	3.83	0.90	มาก
ข่าวสารจากสื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุดมีความรวดเร็ว	3.83	0.88	มาก
รวม	3.84	0.86	มาก

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์มีความสดใหม่ ทันสมัย และมีการปรับปรุงให้ใหม่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และเพิ่มความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่องการศึกษาการรับรู้ ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น จากการสำรวจความคิดเห็นของอาจารย์ นักวิจัย บุคลากร สายสนับสนุน นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา นักศึกษานานาชาติ ศิษย์เก่า และผู้เกษียณอายุราชการ สมาชิกเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดฯ บุคคลภายนอกและนักเรียน ในปีงบประมาณ 2561 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์/อีเมล/YouTube/ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/จดหมายข่าวออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่นประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มาเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ และติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือ หรือผลผลิตของเทคโนโลยีการสื่อสารที่สำคัญ มีอำนาจในการควบคุมข่าวสารข้อมูล เกิดชุมชนเสมือนจริงขนาดใหญ่ที่สามารถเข้าถึงมวลชนได้ทั่วโลก ซึ่งสอดคล้องกับ Limparungpatanakij & Wattanakul (2011) ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่ บล็อก ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และ YouTube เครื่องมือเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพัน

ระหว่างองค์กรและผู้ให้บริการ อันนำมาซึ่งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรได้

2. ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในระดับมาก และผลการศึกษาในรายข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกในประเด็นสำนักหอสมุดมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหลากหลายช่องทาง ทั้งนี้เนื่องจากสำนักหอสมุดมีนโยบายในการนำเสนอสื่อสารสนเทศที่หลากหลาย ทำให้ผู้ให้บริการแต่ละกลุ่มได้รับความพึงพอใจในความหลากหลายดังกล่าว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในอันดับท้ายๆ ในประเด็นเนื้อหาข่าวสาร ความน่าใจของข้อมูลและความรวดเร็วของข่าวสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากผลการวิจัย อาจมีสาเหตุจากการนำเสนอเนื้อหา ยังไม่น่าสนใจ หรือยังไม่ประทับใจ แม้ว่าห้องสมุดจะมีช่องทางการสื่อสารกับผู้ให้บริการที่หลากหลายก็ตาม ดังนั้นสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ควรพิจารณากำหนดกลยุทธ์การสื่อสารสัมพันธ์ ด้านความน่าสนใจในเนื้อหา และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการอย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

1.1 มีนโยบายการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและให้บุคลากรมีเวลาในการเตรียมความพร้อมติดตามข่าวสารของสำนักหอสมุด ก่อนเริ่มการปฏิบัติงานจากอีเมล หรือเว็บไซต์มหาวิทยาลัย

ขอนแก่น เว็บไซต์สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น เพื่อให้ทราบความข่าวสารเคลื่อนไหว
และสามารถตอบคำถามหรือแนะนำผู้ใช้บริการให้
เข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างแม่นยำ

1.2 การรับรู้ข่าวสาร และการ
ประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนใน
องค์กร ช่วยในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม
ตลอดจนบริการ ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด
เพื่อให้บุคลากรทุกระดับตระหนักถึงการรับรู้
ข่าวสาร

1.3 ควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน
เรียนรู้ การถ่ายทอดเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิต
เนื้อหา หรือออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เทคนิค
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ หรือการรณรงค์ให้
บุคลากรมีส่วนร่วมในการแบ่งปันข้อมูลผ่านทางสื่อ
สังคมออนไลน์ (Social Network) อยู่เสมอเพื่อให้
ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ไปสู่วงกว้างมากยิ่งขึ้น

1.4 ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
ระหว่างผู้ใช้บริการกับสำนักหอสมุด ตัวอย่างเช่น
ควรส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเป็น
สื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ หรือส่งต่อข้อมูล
ข่าวสารของสำนักหอสมุด ตลอดจนร่วมเป็นส่วน

หนึ่งในการออกแบบรูปแบบกิจกรรม หรือมีส่วน
ร่วมในการประชาสัมพันธ์สำนักหอสมุด

1.5 ภารกิจประชาสัมพันธ์และ
ลูกค้าสัมพันธ์ควรทบทวนรูปแบบการประชาสัมพันธ์
อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ
ของผู้ใช้บริการหรือไม่ และคัดเลือกสื่อแต่ละ
ประเภทให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ เนื่องจาก
ช่วงเวลาเปลี่ยนไป พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของ
ผู้ใช้บริการก็เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษ ครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางการพัฒนางาน
ประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ข่าวสารของผู้ใช้บริการ
เพื่อตอบสนองความต้องการการรับรู้ข่าวสารของ
ผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วย ความ
อนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้การ
สนับสนุน เสียสละเวลา ตลอดจนให้คำแนะนำที่
เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
ผู้บริหารสำนักหอสมุด และนางสาวอัคริมา สุ่มมาตย์
ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำตลอดระยะเวลาการวิจัย
รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน

References

- Chiemwichitra, S. (2016). *Information exposure and factor of communication that affect brand equity: The case study on the Hub Rangsit Pathum Thani* (Master thesis in Business Administration). Graduate School, Bangkok University, Bangkok. (In Thai).
- Chinaworn, A. (2010). *Public relations media*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai).
- Israel, O. (2012). Public relations activities in an academic library: The roles of the reference librarian. *International Journal of Library Science*, 1(2), 38–42.

- Limparungpatanakij, A., & Wattanakul, C. (2011). Social media strategy of PR 3.0: A case study of the Nation Group. *ISRA Media Review*, 1(1), 206–211. (In Thai).
- Office of The Official Information Commission. (1997). *Phrartchabanyat khomun khaosan khong ratchakan B.E. 2540*. Retrieved August 20, 2018, from <https://www.eta.or.th/app/webroot/files/1/files/L7.pdf>. (In Thai).
- Santiwivat, Y., Tiwasing, S., Manomayitthikan, Y., Tho-Earn, W., & Phatpheng, S. (2005). Satisfaction of Khon Kaen University's graduate students toward library public relations of Central Library, Khon Kaen University. *Information*, 12(2), 20–30. (In Thai).
- Sonda, J. (2016). *Tourism image and perception of marketing public relation affecting Thai tourists' revisiting Chanthaburi province* (Master thesis in Business Administration). Graduate School, Bangkok University, Bangkok. (In Thai).
- Tanjaro, K., & Premsmi, P. (2012). The use of social media for university library public relations. *Library Science Journal*, 32(2), 39–55. (In Thai).
- Tuntasawan, K. (2012). *Media exposure and perception of library public relations of undergraduate students in public universities in the Bangkok Metropolitan Area* (Master thesis in Library and Information Science). Graduate School, Srinakharinwirot University, Bangkok. (In Thai).