

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมบริการห้องสมุด

สิริพร ทิวะสิงห์*

บทคัดย่อ

อธิบายความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ บทบาทของห้องสมุด และการนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในห้องสมุดเพื่อส่งเสริมงานบริการ พร้อมกับการประยุกต์ใช้การประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดทางการตลาด ประกอบด้วย สินค้าและบริการ ราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมบริการห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หัวเรื่อง : ห้องสมุด - - การประชาสัมพันธ์ ; การประชาสัมพันธ์

แม้ว่าวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ จะไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยตรง แต่จะปฏิเสธไม่ได้ว่าการประชาสัมพันธ์ไม่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด เพราะในฐานะที่ห้องสมุดเป็นองค์กรการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือในการบริหารและการดำเนินงานห้องสมุดและมีบทบาทอย่างยิ่งในงานส่งเสริมบริการห้องสมุด ทั้งนี้เพราะความหมายที่เฉพาะของคำว่าประชาสัมพันธ์นั่นเอง

ความหมายของการประชาสัมพันธ์
(Public Relations)

Public Relations โดยคำว่า Public ในภาษาไทยคือ ประชา ซึ่งหมายถึง หมู่คน และคำว่า Relations ในภาษาไทยคือ สัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง การผูกพัน ดังนั้นคำว่า การประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์เมื่อแปลตามตัวอักษร ก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับหมู่คน”

Bernays (1952) การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ คือ 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของสถาบัน 3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่ม

กล่าวโดยสรุปว่าการประชาสัมพันธ์ คือ “ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง”

*

บรรณารักษ์ ระดับ 7 กลุ่มส่งเสริมการเรียนรู้ สำนักวิทยบริการ (สำนักหอสมุดและทรัพยากรการเรียนรู้) มหาวิทยาลัยขอนแก่น isirip@kku.ac.th

ห้องสมุดกับการส่งเสริมบริการห้องสมุด

วัตถุประสงค์โดยส่วนใหญ่ของห้องสมุด คือ เป็นแหล่งสารสนเทศที่รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร สิ่งพิมพ์ และทรัพยากรการเรียนรู้ต่างๆ ไว้ให้ผู้ใช้บริการศึกษาค้นคว้า การส่งเสริมบริการนั้นเป็นการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับสารสนเทศและเลือกใช้บริการที่ตรงกับความต้องการ ทรัพยากรสารสนเทศที่รวบรวมไว้มีการใช้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ห้องสมุดเกิดความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งในการค้นคว้าและประสบความสำเร็จในการค้นคว้าข้อมูลของผู้ใช้บริการ

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ดี

คั้งที่ทราบ นิยามของการประชาสัมพันธ์ข้างต้นแล้ว จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นเกี่ยวข้องกับ คำว่า หมู่คน และองค์กร ซึ่งมีลักษณะตรงกับลักษณะพื้นฐานของห้องสมุด เพราะห้องสมุดนั้นมีลักษณะเป็นสาธารณะ (Public) มีผู้ใช้จำนวนมาก และเป็นการดำเนินงานขององค์กร สำหรับห้องสมุดการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ดีในการส่งเสริมบริการห้องสมุด เพราะวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. เพื่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ โดยสร้างความเข้าใจตรงกันระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการ

2. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ส่งเสริมบริการ โดยส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีการเรียนรู้ และใช้บริการที่ห้องสมุดจัดขึ้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. เพื่อรายงานผล โดยแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบถึงผลการดำเนินงานของห้องสมุด เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

4. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งเมื่อห้องสมุดต้องการความร่วมมือก็จะสามารถทำได้โดยง่าย

5. เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน โดยจำแนกให้เห็นความพิเศษ ความเฉพาะเจาะจงในด้านต่างๆ เช่น บริการ บุคลากร และภาพจน์

วิธีการประชาสัมพันธ์

วิธีการประชาสัมพันธ์มีด้วยกันหลายวิธี ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปแล้วในห้องสมุดสามารถเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบร่วมกันเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด วิธีการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ

เช่น

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือราชการ จดหมายข่าว หนังสือ วารสาร เป็นต้น
- สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เป็นต้น
- สื่ออื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ป้ายประกาศ บอร์ด นิทรรศการ เป็นต้น

2. การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ เป็นการ จัดกิจกรรมที่ประกอบด้วยการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์หลายลักษณะ เช่น การจัด นิทรรศการ การติดต่อระหว่างบุคคล การติดต่อระหว่างกลุ่ม การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ เป็นต้น ลักษณะการจัดกิจกรรมสัมพันธ์ ได้แก่

- การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มต่างๆ
- ชุมชนสัมพันธ์ เป็นการร่วมดำเนินกิจกรรมกับชุมชน และในขณะเดียวกันก็ทำการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไปด้วย เช่น การจัดนิทรรศการออกมาร่วมกับการออกร้านของมหาวิทยาลัยในงานใหม่ ซึ่งเป็นงานเทศกาลประจำปี หรือการจัดกิจกรรมเนื่องในวันเด็กแห่งชาติ เป็นต้น
- กิจกรรมสาธารณะ เป็นการ จัดกิจกรรมพิเศษขึ้นมาเป็นครั้งคราว โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์แก่ผู้ใช้บริการโดยทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจง

3. การพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นตัวแทนของหน่วยงาน ซึ่งการประชาสัมพันธ์โดยผ่านบุคลากรในหน่วยงานนั้นเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ใช้งบประมาณน้อยที่สุด สำหรับห้องสมุดเอง บุคลากรส่วนใหญ่ทำหน้าที่ใน

การให้บริการแก่ผู้ใช้ห้องสมุดอยู่แล้ว ไม่ว่าจะ เป็นบริการตอบคำถามช่วยการค้นคว้า การแนะนำการใช้ห้องสมุด การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้ห้องสมุด การใช้หลักการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งล้วนแต่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมบริการของห้องสมุดทั้งสิ้น

หากฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

(Human Resource Management) จะพัฒนาให้บุคลากรของห้องสมุดสามารถเป็นสื่อที่ดีของการประชาสัมพันธ์ต้องสร้างแนวคิดให้กับบุคลากรเพื่อความเป็นเครื่องมือที่ดีในการสื่อสารดังนี้

- สร้างความรู้สึกตระหนักในตนเองว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร
- กระตุ้นในบุคลากรมีทัศนคติเชิงบวก เพื่อสร้างความรู้สึกลงใจในการอยากให้บริการ อยากถ่ายทอดข้อมูลสารสนเทศที่เกิดจากตัวตนข้างใน
- กระตุ้นให้บุคลากรเป็นผู้รักการเรียนรู้ และ
- การพัฒนาความรู้ความสามารถที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานแต่ละหน้าที่

การประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดทางการตลาด

การตลาดเป็นวิธีการที่แพร่หลายมากในด้านวิชาการจัดการ ประกอบด้วย 4 Ps ประกอบด้วย 1) สินค้า/บริการ (Product) 2) ช่องทาง (Place) 3) ราคา (Price) และ 4)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เมื่อนำมาใช้เป็นแนวความคิดของการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมบริการของห้องสมุดแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

1. สินค้า/บริการ (Product) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Goods) และ บริการ (Service) สำหรับห้องสมุดส่วนใหญ่ จะเกี่ยวกับการบริการมากกว่าผลิตภัณฑ์ เพราะส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร

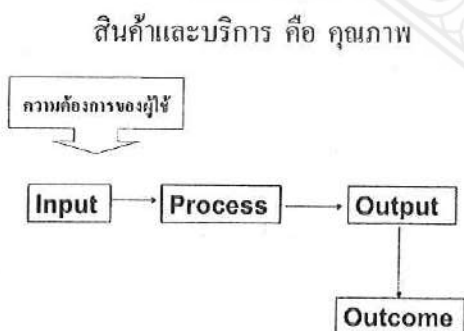
ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์และบริการของห้องสมุด

ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุด	บริการของห้องสมุด
หนังสือที่จัดหาเข้ามาตรงกับความต้องการ มีการกำหนดหมวดหมู่ที่ถูกต้อง	- มีการจัดเรียงหนังสือตามหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ - การจัดทำรายการบรรณานุกรมหนังสือ เป็นต้น
Collection พิเศษ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, หนังสือของ Set corner	- การจัดแสดงหนังสือใหม่ - การรวบรวมสารสนเทศเฉพาะด้าน เป็นต้น
การเป็นสมาชิกห้องสมุด	- สิทธิในการยืมทรัพยากรสารสนเทศ เป็นต้น
ฐานข้อมูล fulltext	- บริการสอนและแนะนำการใช้ฐานข้อมูล - บริการสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
โสตทัศนวัสดุ เช่น วีดิทัศน์ VCD	- บริการยืม-คืน - บริการฉายภาพยนตร์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นต้น

ในส่วนของสินค้าและบริการจะเป็นเรื่องของคุณภาพ ซึ่งเกิดจากความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ คุณภาพของสินค้าและบริการต้องเกิดขึ้นตั้งแต่ปัจจัยนำเข้าของการ

ผลิต (Input) กระบวนการผลิต (Process) ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ตามแนวคิดเชิงทฤษฎีระบบ ดังภาพประกอบที่ 1

ภาพประกอบที่ 1



Input คือ ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย บุคลากร ทรัพยากรสารสนเทศ งบประมาณ ภูมิมือ เครื่องมือ และวัสดุอุปกรณ์

Process คือ กระบวนการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการจัดการปัจจัยนำเข้าที่มีประสิทธิภาพ

Output คือ ผลผลิต คือสิ่งที่ได้รับเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการ

Outcome คือ ผลลัพธ์ ซึ่งเป็นผลที่เกิดจาก ภายหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับผลลัพธ์ของ กระบวนการ อาจเป็นความพึงพอใจ

2. ช่องทาง (Place) คือ ช่องทางที่จะ สื่อสารการประชาสัมพันธ์จากองค์กรหรือ ห้างสมุดไปยังประชาชนหรือผู้ใช้ห้องสมุด จะต้องสะดวก รวดเร็ว โดยคำนึงถึงผู้ใช้ห้อง สมุดเป็นหลัก ในปัจจุบันได้นำเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารมาช่วย เช่น การเผยแพร่ข้อ มูลข่าวสาร โดยการประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์ แม้ว่าเว็บไซต์จะเป็นช่องทางที่ สะดวกรวดเร็วในการที่ห้องสมุดนิยมใช้ใน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อส่งเสริมการ เรียนรู้ แต่ควรตระหนักถึงจุดด้อยของ อินเทอร์เน็ตด้วย ได้แก่

1) อินเทอร์เน็ตไม่ใช่สื่อที่ผู้ใช้ บริการทุกคนใช้ ดังนั้นห้องสมุดควร ตระหนักถึงความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ ต้องการให้รับสื่อการประชาสัมพันธ์

2) ข้อมูลที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ จะแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ดังนั้นข้อมูลที่ทำ การประชาสัมพันธ์ต้องถูกต้องและชัดเจน

3. ราคา (Price) เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ ใช้บริการหรือลูกค้าตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ หรือสินค้านั้น ผู้ใช้บริการต้องรู้สึกว่าคุณค่า หรือผลิตภัณฑ์ต้องคุ้มทุนกับราคา มีราคา เหมาะสม ณ ปัจจุบันห้องสมุดหลายแห่งแม้ ว่าจะเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร แต่ใน การพัฒนาคุณภาพและบริการของห้องสมุด

งบประมาณที่สนับสนุนจากของรัฐบาลเพียง อย่างเดียวคงไม่เพียงพอ โดยเฉพาะตามหลัก เศรษฐศาสตร์ที่กล่าวว่าไม่มีของดีราคาถูก ดังนั้นห้องสมุดอาจมีมุมมองใหม่ในการกำหนด ราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถจัด บริการพิเศษให้กับผู้ใช้ห้องสมุด โดยทั้งนี้ ต้องให้ผู้ใช้ห้องสมุดเกิดความรู้สึกถึงความ คุ้มทุนเมื่อใช้สินค้าและบริการนั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกลยุทธ์ที่นำมาเพื่อทำให้ ร่วมกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ บริการห้องสมุดบรรลุวัตถุประสงค์

การประยุกต์ใช้แนวการประชาสัมพันธ์ตาม แนวคิดทางการตลาดในการส่งเสริมบริการ ห้องสมุด

หากนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมบริการ ห้องสมุดจะสร้างให้เกิดกรอบแนวคิดในการ ดำเนินงานดังนี้



ตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมบริการห้องสมุด

Problem	Product	Place	Price	Promotion
บอกรับฐานข้อมูลใหม่ มีผู้ใช้น้อย	-ฐานข้อมูล -เอกสารแนะนำการใช้ฐานข้อมูล -บรรณารักษ์	-ห้องสมุด -อินเทอร์เน็ต	-	ระหว่างเดือน พ.ค.-ส.ค. 49 จัดสอนตามภาควิชา
หนังสือมีการขีมน้อย	-หนังสือ	-ห้องสมุด -อินเทอร์เน็ต	-	-จัดแสดงหนังสือใหม่ -จัดทำ Current Awareness -แนะนำหนังสือบนเว็บ -ประกวดการอ่าน
ขยายความเป็นแหล่งเรียนรู้	-ห้องสมุด -ทรัพยากรสารสนเทศ -บรรณารักษ์	-ห้องสมุด -อินเทอร์เน็ต -ชุมชน -องค์กรในชุมชน	-ค่าสมัครสมาชิกห้องสมุด -ค่าลงทะเบียนอบรมหัวข้อต่างๆ	-จัดอบรมการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต <u>ฟรีสำหรับสมาชิก</u> -ผู้เข้ารับการอบรมจะได้ <u>สิทธิเป็นสมาชิกห้องสมุด</u> ประเภทอื่นไม่ได้ ระยะเวลา 1 ปี -จัดวิทยากร <u>อบรมฟรี</u> สำหรับองค์กรเครือข่าย

ปัจจัยที่ควรคำนึงในการกำหนดแนวทางประชาสัมพันธ์ขององค์กร

ปัจจัยที่นักประชาสัมพันธ์หรือผู้รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ควรคำนึงเพื่อกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์องค์กร ประกอบด้วย

- วิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งจะกำหนดเป้าหมายโดยรวมขององค์กร เช่น สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มุ่งเป็นห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์และแหล่งเรียนรู้ชั้นนำของประเทศภายในปี 2551 นี้

ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการบริการนั้นอาจเน้นในเรื่องของ ห้องสมุด อิเล็กทรอนิกส์และแหล่งเรียนรู้ หรือ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีเป้าหมายในการขยายการเป็นแหล่งเรียนรู้สู่ชุมชนใกล้เคียง ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์อาจต้องเลือกช่องทางที่สามารถประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนตามเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

- แผนกลยุทธ์ ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานมีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ขององค์กรมากยิ่งขึ้น โดยจะมองเห็นโครงการที่จะดำเนินการ การประชาสัมพันธ์ก็สามารถ

ทำได้ง่ายขึ้นตามไปด้วย เพราะมีข้อมูลที่สามารถนำไปประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน

- ปัญหาวิกฤติ ซึ่งจะทำให้ทราบสถานะปัญหาที่ต้องการแก้ไขโดยเร่งด่วนขององค์กร การประชาสัมพันธ์จะทำให้มีการสื่อสาร ส่งเสริมบริการ การรายงานผล และสร้างความเข้าใจอันดี ตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถผ่อนปรนปัญหาวิกฤติลงได้

ปัจจัยในการประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมบริการห้องสมุด

ตามแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่ง ประกอบด้วย ปัจจัยดังนี้

- ผู้ให้สาร ต้องมีความรู้ความสามารถในการพูด ฟัง อ่าน เขียน ในเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี หากไม่ใช่เจ้าของเรื่องต้องมีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้
- สารหรือสาระ คือเนื้อหาที่ต้องการถ่ายทอด ซึ่งต้องมีความเที่ยงตรง ถูกต้อง ชัดเจน และทันสมัย
- กลุ่มเป้าหมาย เพื่อระบุขอบเขตการประชาสัมพันธ์ให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ส่งผลถึงการสนองตอบ (feedback) ที่ตรงประเด็น เช่น การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ทางด้านสุขภาพจิต สามารถที่จะประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม หากแต่

การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ด้านการวิจัยและประชุมสัมมนาทางด้านสุขภาพจิต ควรประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่มนักวิชาการ

- ช่องทาง (Chanel) เป็นช่องทางสื่อสารที่ใช้ส่งสารหรือเนื้อหาไปยังผู้รับสาร ประกอบด้วย 1)การสื่อสารระหว่างบุคคล 2)การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน 3)การสื่อสารโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ 4)สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ 5)เอกสารต่างๆ
- เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ มีหลายประเภทด้วยกัน ควรเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการเผยแพร่ และความคุ้มค่า เช่น การประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ใช้ทุกกลุ่ม ในเวลาที่จำกัด มีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอ ควรใช้ วิทยุกระจายเสียง โปสเตอร์ (เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก)

การประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูล เพื่อผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม ไม่จำกัดระยะเวลา มีงบประมาณเล็กน้อย ควรใช้แผ่นพับ บุคลากร เป็นต้น

- เทคนิค เป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การใช้เทคนิคการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) การจัดให้มี PR แจกแผ่นพับ การสื่อสารเชิงรุก เป็นต้น

- การประเมินผล เป็นการวัดเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้า หรือผลของการดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค เพื่อนำผลมาปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมบริการห้องสมุดสามารถประเมินผลได้หลายวิธี เช่น การสำรวจความคิดเห็น การสำรวจความพึงพอใจ การสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร และยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมบริการห้องสมุดได้เป็นอย่างดี ซึ่งองค์กรและบุคลากรควรตระหนักและให้ความสำคัญ สำหรับการประชาสัมพันธ์ที่ลงทุนน้อยและมีประสิทธิภาพนั้นคือ ตัวบุคลากร อาจต้องมองย้อนกลับว่า ณ วันนี้ ท่านสามารถทำการประชาสัมพันธ์ให้เกิดคุณภาพต่อการส่งเสริมงานบริการห้องสมุดให้มีคุณภาพแล้วหรือยัง หากท่านสามารถทำได้ นั่นคือดัชนีชี้ให้เห็นว่าท่านเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพในกระบวนการประชาสัมพันธ์ และเป็นบุคคลคุณภาพขององค์กร

บรรณานุกรม

- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. [2545]. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : อัสฟาพับลิชซิ่ง.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2548. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาด. ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 9. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมควร กวียะและพิศิษฐ์ ชาวลาธวัช, บก. 2547. การประชาสัมพันธ์ใหม่ กรุงเทพฯ : โอเคียนสโตร์.
- Bodart, Joni Richards, ed. c1992-1994. *The new booktalker*. Englewood, Colo. : Libraries Unlimited



มหาวิทยาลัยขอนแก่น