



DEVELOPMENT OF A PUBLIC RELATIONS STRATEGY TO PROMOTE USERS'
AWARENESS OF INFORMATION SERVICES FOR UNIVERSITY LIBRARIES OFFERING
DISTANCE EDUCATION COURSES

ปวีณธิดา เนตรหาญ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

การพัฒนากุลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ
ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DEVELOPMENT OF A PUBLIC RELATIONS STRATEGY TO PROMOTE USERS'
AWARENESS OF INFORMATION SERVICES FOR UNIVERSITY LIBRARIES OFFERING
DISTANCE EDUCATION COURSES



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Information Studies)

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

2024

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
การพัฒนากุลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ ห้องสมุด
มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล
ของ
ปวีณธิดา เนตรหาญ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(อาจารย์ ดร.ศุภรรัชตรา แสนนา)	(รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส พาวินันท์)
..... ที่ปรึกษาร่วม	 กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร)

ชื่อเรื่อง	การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของ ผู้ใช้บริการ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล
ผู้วิจัย	ปวีณธิดา เนตรหาญ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ศุภรชชตรา แสงนา
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล 2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล วิธีการศึกษาวิจัยแบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 6 แห่ง ขั้นตอนการศึกษา ได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล โดยใช้ผลที่ได้จากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และกำหนดกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม รวมถึงการประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงร่างกลยุทธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยจากการสำรวจและวิเคราะห์นำไปสู่ประเด็นการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ประกอบด้วย 12 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมบทบาทห้องสมุดให้เป็นแหล่งพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต 2) กลยุทธ์ SO2 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายความร่วมมือการสื่อสารภายในองค์กร 3) กลยุทธ์ SO3 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายพันธมิตรประชาสัมพันธ์ 4) กลยุทธ์ WO1 ส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดผ่านช่องทางดิจิทัล 5) กลยุทธ์ WO2 กลยุทธ์พัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 6) กลยุทธ์ WO3 กลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้การใช้บริการห้องสมุด 7) กลยุทธ์ ST1 สร้างความเชื่อมั่นผ่านประสบการณ์ผู้ใช้บริการ 8) กลยุทธ์ ST2 สร้างความน่าเชื่อถือด้วยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด 9) กลยุทธ์ ST3 พัฒนาสื่อแนะนำบริการแบบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ 10) กลยุทธ์ WT1 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เชิงความรู้ 11) กลยุทธ์ WT2 คัดสรรแหล่งเรียนรู้คุณภาพเพื่อผู้ใช้บริการ 12) กลยุทธ์ WT3 ประเมินผลและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การรับรู้, บริการสารสนเทศ, ห้องสมุดมหาวิทยาลัย, การศึกษาทางไกล, กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

Title	DEVELOPMENT OF A PUBLIC RELATIONS STRATEGY TO PROMOTE USERS' AWARENESS OF INFORMATION SERVICES FOR UNIVERSITY LIBRARIES OFFERING DISTANCE EDUCATION COURSES
Author	PAWEETIDA NETHARN
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2024
Thesis Advisor	Lecturer Dr. Sumattra Saenwa
Co Advisor	Lecturer Dr. Vipakorn Vadhanasin

This research aims to: (1) examine the perception of information services among university library users enrolled in distance learning programs, and (2) develop public relations strategies to enhance this perception. The research was conducted in two phases. Phase 1 involved investigating users' perception of information services at six universities offering distance education. This phase encompassed identifying the population and sample group, designing and validating research instruments, collecting data, and conducting comprehensive data analysis. Phase 2 focused on the development of public relations strategies based on the findings from Phase 1. The process included analyzing and synthesizing the data to formulate appropriate strategies, followed by expert evaluation to ensure their effectiveness and relevance. The findings from the survey and analysis informed the development of public relations strategies aimed at promoting users' perception of information services. The resulting strategic framework consists of four main strategy types and twelve sub-strategies: (1) SO1: Promote the library's role as a center for skill development and lifelong learning; (2) SO2: Build collaborative networks for internal communication; (3) SO3: Build public relations partnership networks; (4) WO1: Promote service awareness through digital platforms; (5) WO2: Enhance the competencies of public relations personnel; (6) WO3: Encourage engagement through activities that raise service awareness; (7) ST1: Build trust through user experience; (8) ST2: Establish credibility through thought leaders; (9) ST3: Develop targeted media for service introduction; (10) WT1: Promote lifelong learning through educational public relations media; (11) WT2: Curate quality learning resources for users; and (12) WT3: Evaluate and improve public relations media.

Keyword : Perception, Information Services, University Library, Distance Education, Public Relations Strategy

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเนื่องจากความกรุณาและการสนับสนุนจาก อาจารย์ ดร. ศุภรรรษตรา แสนวา อาจารย์ที่ปรึกษา และ อาจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วม ที่กรุณาให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดด้วยความเมตตา เอาใจใส่และให้กำลังใจ ตลอดจน ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ประภาส พาวินันท์ ประธานกรรมการสอบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพิมล ประพินพงศกร กรรมการสอบ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะอันทรงคุณค่า และชี้แนะประเด็นสำคัญ เพื่อให้สามารถปรับปรุงงานวิจัยให้มีความถูกต้องและมีคุณภาพทางวิชาการ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามและสถาบันการศึกษาทั้ง 6 แห่ง ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และผู้บริหาร หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนเพื่อนร่วมสาขาวิชาที่ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจซึ่งกันและกันตลอดระยะเวลาการศึกษาและดำเนินการวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแรงบันดาลใจและแรงผลักดันจากครอบครัว ผู้ซึ่งอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในทุกช่วงชีวิตของผู้วิจัยเสมอมา รวมถึงมิตรสหายที่คอยมอบกำลังใจและให้การสนับสนุนอย่างจริงใจในทุกขณะ ความเมตตาและความปรารถนาดีจากทุกท่านล้วนเป็นพลังสำคัญที่ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ปวีณธิดา เนตรหาญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	6
ความสำคัญของการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การประชาสัมพันธ์	11
แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์	20
การศึกษาทางไกล	26
บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล.....	32
การส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดการศึกษาทางไกล	36
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย	42

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล	42
1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	43
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล	45
1. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลวิจัยระยะที่ 1	45
2. การกำหนดกลุ่มผู้ประเมินร่างกลยุทธ์.....	45
3. การสร้างแบบประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์.....	46
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
5. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
การวิจัยระยะที่ 1 การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล.....	48
การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ..	57
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	78
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	79
วิธีดำเนินการวิจัย	79
สรุปผลการวิจัย	81

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิด	
สอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล	81
การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการ	
สารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ..	84
อภิปรายผลการวิจัย.....	90
ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก.....	106
ภาคผนวก ก	107
ภาคผนวก ข	114
ภาคผนวก ค	116
ประวัติผู้เขียน.....	125

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	48
ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในภาพรวมและรายด้าน	50
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล	51
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล.....	51
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล	52
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล	53
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล	54
ตาราง 8 แสดงความถี่ของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด	55
ตาราง 9 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล (SWOT Analysis).....	58
ตาราง 10 สรุปการวิเคราะห์ SWOT ภาพรวม.....	62
ตาราง 11 ผลร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล.....	63

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 Berlos's SMCR Model.....	17
ภาพประกอบ 2 4E PR Strategy for Distance Learners	89



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทุกมิติในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม และการศึกษา เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและ ต่อเนื่อง ได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คนและองค์กรในแทบทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มวัยเรียน วัย ทำงาน หรือผู้สูงอายุ ต่างก็จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสังคมยุคใหม่ที่มีอุปกรณ์เทคโนโลยี ช่วยให้การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านการศึกษามี การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนรู้จากระบบดั้งเดิมสู่การเรียนรู้ที่ไร้ขีดจำกัด ทั้งในด้านเวลาและ สถานที่ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 สถาบันการศึกษาหลายแห่งทั่วโลกปรับ บทบาทการเรียนการสอนในให้อยู่ในรูปแบบการสอนทางออนไลน์ หรือการศึกษาทางไกล รวมทั้ง การจัดการเรียนการสอนที่ควบคู่กันเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ถึงแม้ว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดจะคลี่คลายลงแต่การเรียนในรูปแบบออนไลน์ยังคงมีอยู่อย่าง แพร่หลาย (ปิยวรรณ วิเศษสุวรรณภูมิ, 2566) มีการใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวก ทางด้านการศึกษอย่างกว้างขวางเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล ใน หลากหลายรูปแบบ เช่น E-Learning, Blended Learning, Distance Education, MOOCs (Massive Open Online Courses), และ Synchronous หรือ Asynchronous Learning การ เลือกใช้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสอน วิธีการประเมินผล และความพร้อมในด้านเทคโนโลยี และความต้องการของผู้เรียน ซึ่งทุกแบบมีจุดเด่นข้อจำกัดเฉพาะตามบริบทของการใช้งาน รูปแบบ ที่หลากหลายทำให้ผู้เรียนเกิดความสะดวก สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตและเป็นทางเลือกการศึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้คนที่อยู่ห่างไกลได้เข้าถึงการศึกษาอย่าง เท่าเทียม (เดือนใจ เขียนชานาจ, 2564)

สถาบันอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม ความก้าวหน้าเทคโนโลยี ความต้องการของประชาชน เหตุสถานการณ์ฉุกเฉิน เหตุผลดังกล่าวทำ ให้มหาวิทยาลัยหลายแห่งเห็นความสำคัญและพัฒนาไปสู่รูปแบบการเรียนรู้ทางไกลหรือออนไลน์ มากขึ้น ปัจจุบันในประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยเปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล (Distance Education) ที่ เป็น ผู้นำในการเปิด การศึกษาทางไกล อย่างเต็มรูปแบบ ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง รูปแบบของการศึกษาที่ไม่ต้องมีการพบปะกันระหว่างผู้สอนและผู้เรียนในสถานที่และเวลาเดียวกัน โดยมีการใช้เทคโนโลยีเป็น

สื่อกลางในการสื่อสารและการเข้าถึงเนื้อหาการสอน เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการจัดตารางการเรียน และผู้เรียนสามารถเรียนได้จากทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลที่มีวัตถุประสงค์ในการให้โอกาสการศึกษาแก่ประชาชนแบบเปิด ผู้เรียนสามารถจัดการเวลาได้อย่างอิสระด้วยตนเองเป็นหลักอาศัยการสอนผ่านสื่อประสมที่ทางสถาบันศึกษาได้จัดเตรียมให้ เช่น ตำราเรียน วิดิทัศน์ประกอบการเรียนแต่ละวิชา หรือสื่อออนไลน์ ฐานข้อมูลตามแต่ละสถาบันบอกรับ ฐานข้อมูลแบบเปิด เป็นต้น แนวคิดสำคัญของการเรียนการสอนทางไกล คือการเปิดโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้คนในสังคม เน้นความเสมอภาค และความเท่าเทียมทางการศึกษา (กาญจนา บุญภักดี, 2563; รุจโรจน์ แก้วอุไร และ ชโรชนีย์ ชัยมินทร์, 2562) นอกจากนี้ยังมีหลายมหาวิทยาลัยเริ่มมีการเปิดหลักสูตรแบบออนไลน์ หรือทางไกลในบางสาขาวิชาเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (ระบบการศึกษาทางไกล) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเปิดหลักสูตรการเรียนออนไลน์ปริญญาตรี 2 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรคณะบริหารธุรกิจและคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิตปรับปรุงแบบการเรียนการสอนเป็นออนไลน์ ต่อมามีการพัฒนาจนเป็นหลักสูตรออนไลน์และได้มีชื่อเรียกในการเรียนออนไลน์ว่า Rangsit Cyber University มีหลักสูตรปริญญาออนไลน์ หลักสูตรประกาศนียบัตร หลักสูตร Blended Learning และหลักสูตร Short Crouse และมหาวิทยาลัยเกริกเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นได้มีชื่อเรียกว่า Krirk Online U จัดการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยนักศึกษาจะเข้าสู่ระบบการจัดการเรียนการสอนทางไกล LMS (Learning Management System) ผ่านทาง Web Site การพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้เรียนและสถานการณ์การโรคระบาด-19 ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะคลี่คลายลงแต่การเรียนออนไลน์ก็ยังคงอยู่และพัฒนาอย่างต่อเนื่องหลากหลายรูปแบบ

การศึกษาทางไกล (Distance Education) ได้กลายเป็นวิถีทางใหม่ที่ได้รับความนิยมและตอบโจทย์กับผู้เรียนในยุคปัจจุบัน การเรียนการสอนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการเรียนในห้องเรียนปกติอย่างชัดเจน ด้านพฤติกรรมกรเรียนสำหรับผู้เรียนการศึกษาทางไกลการเรียนมีความยืดหยุ่นสูงสามารถจัดสรรเวลาได้ด้วยตนเอง ด้วยการเรียนผ่านระบบออนไลน์ วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ สื่อการศึกษาที่จัดส่งทางไปรษณีย์ รวมถึงการสื่อสารกับผู้สอนผ่านช่องทางดิจิทัล แม้การเรียนในรูปแบบดิจิทัลจะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างยืดหยุ่นตามเวลาของตนเอง แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดในด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ต่างจากผู้เรียนชั้นเรียนปกติที่สามารถสื่อสารกับผู้สอนและผู้เรียนร่วมชั้นเรียนได้ทันทีที่มีโอกาสการพัฒนาทักษะทางด้านสังคม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและจะ

ได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยอย่างทันเวลาและทั่วถึงมากกว่าผู้เรียนการศึกษาทางไกล ส่งผลให้ทั้งสองรูปแบบมีความแตกต่างกันทั้งในด้านการเรียนรู้ การเข้าถึงทรัพยากรทางการศึกษา การพัฒนาทักษะทางสังคม และการมีส่วนร่วมในชีวิตรมหาวิทยาลัย

ด้วยห้องสมุดระดับอุดมศึกษามีหน้าที่หลักในการรวบรวม จัดเก็บ และให้บริการสารสนเทศ เพื่อการศึกษาค้นคว้าและวิจัย ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนการให้บริการวิชาการแก่การเรียนของนักศึกษา การสอนของมหาวิทยาลัย แผนการดำเนินงานของห้องสมุดจึงต้องสอดคล้องกับแนวทางของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลยังต้องให้บริการแตกต่างจากห้องสมุดทั่วไป เนื่องจากนักศึกษาส่วนมากจะไม่ได้เข้าใช้บริการ ณ ที่ทำการห้องสมุด เน้นให้บริการที่สามารถเข้าถึงผ่านช่องทางดิจิทัล ผู้เรียนการศึกษาทางไกลมีการรับรู้ห้องสมุดเป็นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศและให้ความสำคัญกับการใช้บริการในรูปแบบดิจิทัล เช่น การให้คำปรึกษาและการสอบถามข้อมูลผ่านทางออนไลน์ ทั้งยังมีความคาดหวังในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและบริการออนไลน์ โดยเฉพาะฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้ได้อย่างสะดวกและทั่วถึง สำหรับผู้เรียนการศึกษาปกติการเข้าถึงบริการของห้องสมุดในรูปแบบทางกายภาพเป็นไปอย่างสะดวก สามารถสื่อสารและการได้รับบริการแบบเผชิญหน้า เช่น การได้ตอบกับบรรณารักษ์โดยตรง และการใช้พื้นที่ภายในห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน สมาคมห้องสมุดมหาวิทยาลัยและวิจัยแห่งสหรัฐอเมริกา (American Library Association) จึงได้จัดทำแนวทางเฉพาะสำหรับห้องสมุดทางไกลให้คำนึงถึงหลักสูตรการสอนของมหาวิทยาลัยเป็นหลัก โดยการประสานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประเมินความต้องการของผู้เรียนและผู้สอน เพื่อวางแผนการให้บริการรวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากสถาบันต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้เรียนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ การวางแผนค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการค้นคว้า การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึง การเผยแพร่สารสนเทศที่ถูกต้องสิทธิ์ และเทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ใช้กับห้องสมุด (Association of College & Research Library, 2023; จุฑารัตน์ นกแก้ว, 2553)

การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนที่สำคัญของห้องสมุดที่ช่วยให้นักศึกษาทราบถึงบริการสารสนเทศ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนการศึกษาทางไกลมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยได้มากขึ้น แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ที่มหาวิทยาลัยก็ตาม รวมทั้งความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรและบริการของห้องสมุดสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ผู้เรียนจะไม่รับรู้ข่าวสารบริการของห้องสมุดที่จัดหาไว้ให้ หรือผู้เรียนอาจเลือกใช้งานแหล่งภายนอกมากกว่าบริการสารสนเทศของห้องสมุด ประกอบกับ

ปัจจุบันในยุคดิจิทัลผู้คนสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ด้วยตนเองได้หลากหลายช่องทางผ่านอินเทอร์เน็ต หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูล และวารสารสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่จำเป็นต้องมีการยืมหนังสือจริง ความสะดวกของเทคโนโลยีส่งผลให้ความต้องการพึ่งพาสารสนเทศจากห้องสมุดลดน้อยลง จากสถิติแนวโน้มการใช้บริการห้องสมุดในประเทศไทยมีทิศทางลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การยืมคืนหนังสือและการใช้พื้นที่ห้องสมุด พบว่า อัตราการใช้บริการยืมคืนลดลงเหลือเพียงร้อยละ 8.3 ขณะที่การอ่านหนังสือภายในห้องสมุดลดลงเหลือเพียงร้อยละ 0.6 หรือประมาณ 298,000 คน สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้ห้องสมุดมีแนวโน้มจำกัดอยู่ในกลุ่มเด็กและเยาวชนในวัยเรียนเป็นหลัก และเมื่อพ้นจากช่วงวัย จำนวนผู้ใช้ห้องสมุดลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (The Kommon, 2564) การเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัลตอกย้ำให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวของห้องสมุดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการยุคใหม่ สร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย สื่อสารคุณค่าของบริการห้องสมุดเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเดิมและใหม่ให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเปลี่ยนมุมมองของห้องสมุดแบบดั้งเดิมสู่ห้องสมุดศูนย์การเรียนรู้สมัยใหม่แห่งศตวรรษที่ 21

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ พบประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยของปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) ซึ่งศึกษาเพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา พบสภาพปัญหาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง สื่อและกิจกรรมไม่ทันสมัย และขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ และงานวิจัย Ozioko Reuben Ejike (2019) ศึกษาแนวปฏิบัติการประชาสัมพันธ์สำหรับการให้บริการและภาพลักษณ์ของบรรณารักษ์ในโรงเรียนห้องสมุดในไนจีเรีย พบปัญหาในการจัดประชาสัมพันธ์และขาดทักษะทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และ April Hines (2019) มุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์ประสิทธิผลของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเพื่อส่งเสริมบรรณารักษ์และบริการห้องสมุดแก่นักศึกษา พบประเด็นปัญหา ผู้ใช้บริการไม่รู้ว่าห้องสมุดมีบริการอะไรและบรรณารักษ์มีหน้าที่ทำอะไร ส่วนการศึกษา งานวิจัยในองค์กรอื่นที่นอกเหนือจากห้องสมุด ได้แก่ งานวิจัยของ ดารณี ธัญญศิริ และจุติพร ปริบุญกุล (2563) ศึกษากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ พบว่า อุปสรรคผู้สูงอายุมีความกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดทางร่างกาย งานวิจัยของ Yani Hendrayani (2022) ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การตลาดธุรกิจร้านกาแฟในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 พบว่า ปัญหาในช่วงระบาดโควิดรัฐบาลไม่อนุญาตให้พบปะกันทางกายภาพได้ ยอดขายลดลงอย่างมาก และงานวิจัยของเพียกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2563) ศึกษาแนวทางการ

พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่นประเทศไทย พบว่าปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์วิธีการเลือกใช้สื่อไม่มีความเหมาะสมกับช่วงเวลาและโอกาส รวมทั้งไม่มีความชัดเจนด้านเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย และงานวิจัยเกี่ยวข้องกับการรับรู้สารสนเทศ ได้แก่ งานวิจัยของ เริงใจ เขียวอ่อน และแกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด และงานวิจัยของวราพรรณ อภิศุระโชค (2564) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่าการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์มีการรับรู้ในระดับมาก คือ ด้านการให้บริการ ด้านการใช้งาน และด้านการออกแบบเว็บไซต์ แต่กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของปริญญา ขวัญเรียง (2563) ซึ่งศึกษาสภาพการให้บริการสารสนเทศห้องสมุดมหาวิทยาลัยเปิดในประเทศไทย พบว่า การให้บริการทางดิจิทัลผู้ให้บริการยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ทันสมัย วิธีการสืบค้นไม่สะดวก และงานวิจัยของ วสันต์ สระพัง (2563) ศึกษาการประเมินความต้องการจำเป็นในการบริการห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีระบบทางไกล พบว่า การใช้บริการห้องสมุด นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีระดับการศึกษา กลุ่มสาขาวิชา และวิธีเรียนต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพที่ควรเป็นในการบริการห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีจังหวัดที่อาศัยต่างกันโดยรวมมีความคิดเห็นต่อสภาพที่ควรเป็นในการบริการห้องสมุดไม่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการของนักศึกษาส่วนที่ต้องการมากที่สุด คือ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านบริการห้องสมุดออนไลน์ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ และด้านบริการทางกายภาพ

จากตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าวพบว่าหลายองค์กรและห้องสมุดในสถาบันอุดมศึกษา ต่างเผชิญกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุม ขาดความทันสมัย การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ ทำให้กลุ่มเป้าหมายขาดการเข้าถึงได้อย่างไม่เต็มที่ และแนวโน้มการใช้บริการห้องสมุดที่ลดลง ความหลากหลายของแหล่งเรียนรู้ที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ห้องสมุดถูกลดบทบาทลงทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งเรียนรู้และพื้นที่ทางสังคม ดังนั้นห้องสมุดควรมีการวางแผนเพื่อการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล เช่น การให้บริการ e-book ฐานข้อมูลออนไลน์ และระบบสืบค้นที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดการการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังนิยมและจัดกิจกรรมที่ดึงดูดใจ การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจนและ

น่าสนใจ ซึ่งเป็นอีกแนวทางสำคัญในการพัฒนาบทบาทของห้องสมุดให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ อย่างแท้จริง การศึกษานี้จึงมีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับบริบทของ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ห้องสมุดสามารถ สื่อสารบริการที่มีอยู่ได้อย่างตรงจุด แต่ยังเป็นแนวทางในการปรับตัวให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง ของสังคมช่วยยกระดับคุณภาพการจัดบริการสารสนเทศ ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างยั่งยืน

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอน หลักสูตรการศึกษาทางไกล
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับการ ส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอน ทางไกล รวมถึงประยุกต์ใช้กับห้องสมุดประเภทอื่นที่มีการดำเนินงานคล้ายกันในการสร้างการ รับรู้ และจัดการช่องทางการสื่อสารของห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพ ช่วยให้เข้าถึงและนำผู้ใช้บริการ ให้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการได้อย่างมี คุณภาพ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่ เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่ เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล ซึ่งเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้า 5) มหาวิทยาลัยรังสิต และ 6) มหาวิทยาลัยเกริก ซึ่งมีจำนวนอนันต์ (Infinite population) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำตามวิธีของ Krejcie & Morgan (Krejcie และ Morgan, 1970) เลือกด้วยการสุ่มแบบโควต้า แบ่งละ 65 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 390 คน จากนั้นสุ่มเลือกแบบบังเอิญ

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ได้แก่ ผู้ประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 5 คน คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจงตามเกณฑ์คุณลักษณะที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน ผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 1 คน ผู้ปฏิบัติงานด้านงานบริการส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน

ข้อจำกัดของการวิจัย

ในการวิจัยระยะที่ 1 ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในประเทศไทยซึ่งเป็นนักศึกษา จากมหาวิทยาลัย 7 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้า 5) มหาวิทยาลัยรังสิต 6) มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น และ 7) มหาวิทยาลัยเกริก แต่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงพบปัญหาในการติดต่อประสานขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล จึงทำให้สามารถเก็บรวบรวมได้จริงเพียง 6 แห่ง ยกเว้นมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น และผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างให้ได้จำนวนตามที่กำหนดไว้ คือ 385 คน

กรอบแนวคิดการวิจัย

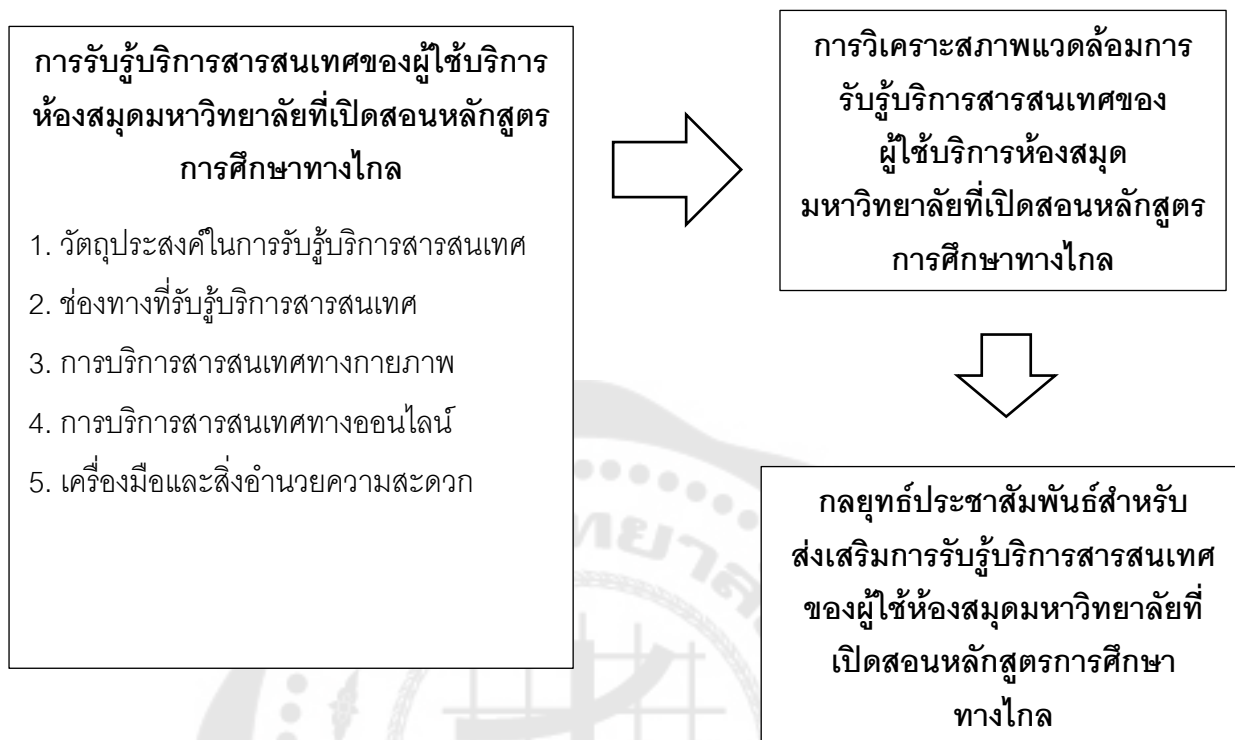
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสารสนเทศยุคใหม่ ทฤษฎีการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ และนำมาสังเคราะห์ กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีประเด็นศึกษา 2 หลัก ดังนี้

1. การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล 5 ด้าน

- 1.1 วัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ
- 1.2 ช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ
- 1.3 การบริการสารสนเทศทางกายภาพ
- 1.4 การบริการสารสนเทศทางออนไลน์
- 1.5 เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ด้วยวิธี SWOT Analysis และ TOWS Matrix

กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวทาง แผนการ แบบแผน หรือรูปแบบของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้การส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การรับรู้บริการสารสนเทศ หมายถึง การรับรู้บริการข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมและบริการสารสนเทศของห้องสมุด ทุกรูปแบบและทุกช่องทาง ใน 5 ด้าน ดังนี้

- 2.1 วัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ
- 2.2 ช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ
- 2.3 การบริการสารสนเทศทางกายภาพ
- 2.4 การบริการสารสนเทศทางออนไลน์
- 2.5 เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก

3. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล หมายถึง ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนทางไกล และมีการบริการห้องสมุด

สำหรับนักศึกษาทางไกล จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 5) มหาวิทยาลัยรังสิต และ 6) มหาวิทยาลัยเกริก

4. ผู้ให้บริการ หมายถึง นักศึกษาทางไกลที่ใช้บริการห้องสมุด ซึ่งลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2567 จากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 5) มหาวิทยาลัยรังสิต 6) มหาวิทยาลัยเกริก



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอเนื้อหาตามลำดับต่อไปนี้

1. การประชาสัมพันธ์

- 1.1 ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
- 1.2 ประเภทและกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
- 1.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์
- 1.4 กระบวนการประชาสัมพันธ์
- 1.5 การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Digital Public Relations)
- 1.6 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

2. แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์

- 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
- 2.2 การกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์
- 2.3 การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ
- 2.4 การควบคุมและประเมินกลยุทธ์

3. การศึกษาทางไกล

- 3.1 ความหมายและความสำคัญของการศึกษาทางไกล
- 3.2 องค์ประกอบของการศึกษาทางไกล
- 3.3 ลักษณะเฉพาะของการศึกษาทางไกล
- 3.4 มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

4. บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

- 4.1 บริการสารสนเทศของห้องสมุดการศึกษาทางไกล
- 4.2 การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ
- 4.3 การส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดการศึกษาทางไกล

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 5.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
- 5.2 การรับรู้สารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุด

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ได้ถูกเผยแพร่ไปในหลากหลายบริบท ซึ่งขึ้นอยู่กับเจ้าของทฤษฎีจะให้ความหมายและกระบวนการประชาสัมพันธ์ในแต่ละแง่มุม จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ได้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1.1 ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารข้อมูล สร้างภาพลักษณ์ สร้างความเข้าใจต่อสารที่ต้องการเผยแพร่ไปยังผู้รับสาร เป็นการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและก่อให้เกิดแรงสนับสนุนต่อองค์กรของประชาชน หรือ กลุ่มเป้าหมาย (Bernays, 1923) เรียกได้ว่าเป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มประชาชน รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประจักษ์จากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือภาพลักษณ์ความรู้และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553; สิริลภัส กองตระการ, 2564) ใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานขององค์กร หรือสาธารณชนต่าง ๆ นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือศรัทธา ความไว้วางใจ ตลอดจนความร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณชน (สมิทธิ บุญชุตินา, 2561) แนวคิดการประชาสัมพันธ์เริ่มต้นมากจากลักษณะการสื่อสารทางเดียว เน้นการชวนเชื่อ การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ต่อจากนั้นได้พัฒนาเป็นการสื่อสารแบบสองทางเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารโดยเข้าใจตรงกับทั้งสองฝ่าย มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูล จนต่อมามีงานประชาสัมพันธ์ถูกพัฒนาให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานขององค์กร การปรับตัว การวางแผนดำเนินงาน การจัดการสื่อสาร ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของงานประชาสัมพันธ์ เห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กรให้เกิดสัมพันธ์ที่ดีและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย และในบทบาทของธุรกิจนั้นเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่สำคัญช่วยในเรื่องการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดสื่อสารข้อมูลสินค้า สร้างสัมพันธ์เชิงบวก ความสัมพันธ์กับลูกค้าแก่สินค้าและภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อทราบถึงจุดยืนที่องค์กรมีโดยสร้างสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า ผ่านทางตรงและทางอ้อมในรูปแบบการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อให้ประสบการณ์เชิงบวกต่อองค์กร นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังช่วยให้องค์กรรับมือภาวะวิกฤต มีแผนดำเนินการ บริหารจัดการความเสี่ยงในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่องค์กร นับว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่ซับซ้อนเกี่ยวเนื่องไปทั้งในงานของการบริหารองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นงานที่มีคุณค่าต่อทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นอย่างยิ่ง (รชชงพร โกมลเสวิน และคณะ, 2561; รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560) จึงได้สรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย บุคคลในองค์กร หรือนอกองค์กรทำให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและความถูกต้องไม่ได้เป็นการจูงใจ หรือการโฆษณาชวนเชื่อส่งผลให้เกิดความสามัคคีในการดำเนินกิจกรรม

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงคุณค่าขององค์กร ตลอดจนความน่าเชื่อถือและความศรัทธาในองค์กร ทั้งองค์กร การบริการ และสินค้า

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเป็นตัวช่วยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการร่วมกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายแบบรูปแบบต่าง ๆ ปู่พื้น คำนิยมก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจเลือกสินค้า หากการประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น คำนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้า จัดจำหน่าย โฆษณา ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่องค์กร หากองค์กรประสบกับภาวะวิกฤตในด้านลบ การประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่เสมือนเป็นกันชนหรือเกราะป้องกัน เพื่อช่วยแก้ไขให้องค์กรสามารถพ้นจากภาวะวิกฤต เช่น การแก้ไขความผิดพลาด การแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการรับมือจากการต่อต้านองค์กร ในปัจจุบันที่มีการแข่งขันจากการตลาดของคู่แข่งจึงต้องมีการวางแผนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ที่ดีของลูกค้าต่อองค์กร เพราะช่วยสร้างความไว้วางใจและทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร นอกจากนี้หากองค์กรได้รับผลกระทบจากการแข่งขันหรือวิกฤต ภาพลักษณ์ที่ได้สั่งสมไว้จะสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการฟื้นฟูค่านิยมและความเชื่อมั่นให้กลับคืนมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ประเภทและกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานได้ 2 ประเภท ได้แก่ (Bernays, 1923)

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์กรให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียวสามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้ง ด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อัน

ดีภายใน หน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายใน หน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การ สถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายใน สถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของ สถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญ ในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความ เข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไปและ ประชาชนที่องค์กรหรือ สถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัว องค์กร และให้ความร่วมมือแก่องค์กรด้วยดี การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับ ประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจต้องใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วย เผยแพร่กระจายข่าวสารสู่สาธารณชนด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันองค์กรหรือสถาบัน ต่าง ๆ ก็นิยมใช้ เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

ทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางสื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ที่ดีควรดำเนินการทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดย ภายในองค์กร เช่น กลุ่มพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในองค์กร และภายนอกองค์กร เช่น กลุ่ม ผู้รับบริการของหน่วยงาน กลุ่มนักวิชาการ ประชาชนทั่วไป ในความสำคัญที่ควรกำหนด กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้แผนงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้ (บุษบา สุธีธร และคณะ, 2563)

1. วิเคราะห์สถานการณ์ แผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต้องเริ่มจาก การเข้าใจสถานการณ์ เข้าใจความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อการดำเนินงานสามารถ จัดลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายก่อนการจัดทำแผนงานเพราะจะช่วยให้สามารถกำหนด แผนประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

2. การจัดทำแผนงานและการปรับปรุงแผนงานประชาสัมพันธ์ใช้ผลการประเมิน แสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนางาน ตลอดจนการปรับปรุงโครงการให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3. การกำหนดสื่อที่ใช้ คัดเลือกและออกแบบสารให้เป็นที่น่าสนใจ รวมทั้งกำหนด กลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เข้าใจร่วมกันและสร้างสัมพันธ์

4. การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้รู้ว่ามีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินงานและตามเป้าประสงค์ที่ได้ตั้ง

5. การได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากร เพื่อการบริหารจัดการได้มากขึ้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถชี้แจงให้เห็นความสัมพันธ์และความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย

6. การวางแผนรองรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น เพื่อคาดเดาปฏิกริยาระหว่างในการดำเนินงานที่กำลังจะเกิดขึ้น

ดังนั้น หากไม่มีการวิเคราะห์ หรือตั้งกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จะส่งผลให้ขาดประสิทธิภาพต่อการดำเนินงานและทำให้ใช้งบประมาณเกินกว่าเหตุ หรือสิ้นเปลืองทางด้านทรัพยากรและกำลังอย่างไร้ประโยชน์ ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากขาดความเข้าใจจากกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

1.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเชิงบวกเพื่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยกระบวนการในการสื่อสาร หากพิจารณาแล้วก็สามารถจำแนกออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (วิรัช ลภวิรัตนกุล, 2553)

1. องค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน ได้แก่ กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้น เป็นแหล่งข่าว แหล่งข้อมูลในการเผยแพร่ข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี กิจกรรมเหล่านี้อาจจะเป็นกิจกรรมของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ องค์กรสาธารณกุศล และธุรกิจเอกชน เช่น รัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม หน่วยราชการหรือหน่วยรัฐวิสาหกิจ มูลนิธิ บริษัท ห้างร้าน ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

2. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ เป็นข้อมูลข่าวสารที่องค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานต้องการ เผยแพร่ ได้แก่ เรื่องราวที่เป็นเนื้อหาสาระ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย ที่สามารถสื่อสารความเข้าใจ

3. สื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เรื่องราวที่เป็นเนื้อหาสาระ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย อาจจะเป็นสื่อคำพูด เช่น การสนทนา การประชุม การสัมมนา การอภิปราย การปาฐกถา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพ หรือสื่อเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารความเข้าใจ การเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญถ้าเป็นบุคคลภายในอาจใช้โทรศัพท์วงจรปิด เสียงตามสาย ประกาศข่าว จดหมายข่าว ถ้าเป็นประชาชนทั่วไป สื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเผยแพร่ข้อมูลได้ในวงกว้าง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลุ่มบุคคล หรือประชาชนที่เป็นเป้าหมายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ครั้งนั้น ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายในหมายถึง กลุ่มบุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ของ องค์การ สถาบันหรือหน่วยงาน และกลุ่มประชาชนภายนอก หมายถึง กลุ่มบุคคลที่อยู่ภายนอกองค์การ สถาบันหรือหน่วยงาน อันได้แก่ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน องค์การหรือสถาบัน โดยตรง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น และกลุ่มประชาชนทั่วไป

1.5 การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Digital Public Relations)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในส่วนหลักมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูง หรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจต่อองค์กร และการที่จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ ต้องมีการวิเคราะห์ ออกแบบเนื้อหา ข้อมูล วางแผนดำเนินงานเพื่อให้ได้ซึ่งแผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากต้องการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ควรเข้าใจถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยในการดำเนินงานและบรรลุงานอย่างมีเป้าหมาย ซึ่ง Scott M. Cutlip, Allen H. Center และ Glen M. Broo นักวิชาการทางด้านประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียง ได้แบ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (วิไลรักษ์ สันติกุล และคณะ, 2561)

1. การระบุปัญหา (Defining Public Relations Problems) ทำการวิจัยรวบรวมข้อมูลเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญปัญหาด้านประชาสัมพันธ์เรื่องใดบ้าง
2. การวางแผนและกำหนดโครงการ (Planning and Programming) จากข้อมูลที่ได้ศึกษานำมาวางแผนและกำหนดโครงการ
3. การปฏิบัติและการสื่อสาร (Taking Action and Communicating) ปฏิบัติติดตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง ใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. การประเมินผล (Evaluating the Program) ขั้นตอนสุดท้ายที่จะได้ทราบว่าการดำเนินงานเกิดผลอย่างไร บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้หรือไม่ มีปัญหา หรือข้อบกพร่องอย่างไร

1.5 การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Digital Public Relations)

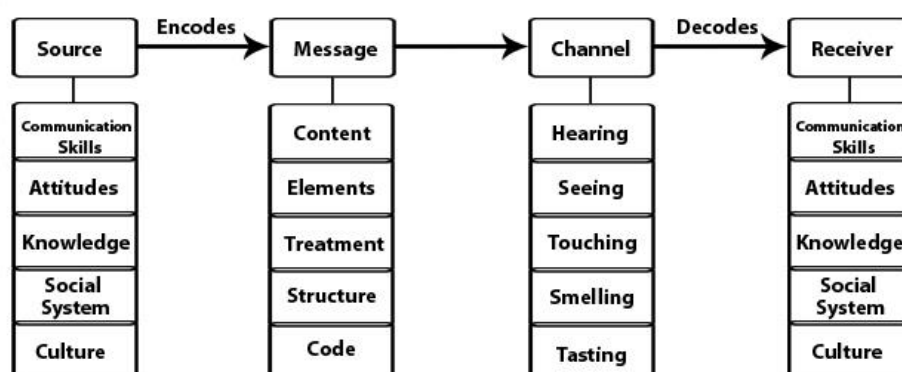
การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีลักษณะที่แตกต่างไปจากแบบเดิม ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนิยมใช้เวลาว่างอยู่กับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้อุปกรณ์ดิจิทัลพร้อมกันหลายหน้าจอในแบบผสม ชอบถ่ายทอดเรื่องราวและสร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ การสื่อสารในยุคดิจิทัลส่วนมากเป็นในรูปแบบข้อความสู่ภาพนิ่ง จากภาพนิ่งสู่ภาพเคลื่อนไหวเชิงสัญลักษณ์ จากภาพเคลื่อนไหวสู่ภาพเคลื่อนไหวจริง และจากภาพเคลื่อนไหวจริงสู่ภาพเคลื่อนไหวแบบทันทีทันใด

(เรียลไทม์วิดีโอ) ดังนั้นในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์และการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน รูปแบบ ช่องทางการสื่อสารที่ต่างจากเดิม (นิษฐา หุ่นเกษม และคณะ, 2561)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line, X, Instagram, TikTok, YouTube และอื่น ๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสาร ทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเวลา สถานที่และอุปกรณ์ สร้างสังคมบนโลกดิจิทัล อาจเรียกได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวเข้ามาเปลี่ยนโลกแห่งการสื่อสาร จากผลสถิติแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในประเทศไทย ปี 2025 พบว่า Facebook ได้รับความนิยมมากที่สุดคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ 90.7% ของผู้ใช้งาน รองลงมา LINE 90.6% อันดับสาม TikTok 85.7% นอกจากนี้ยังมีแพลตฟอร์มอื่น ๆ เป็นที่นิยมไล่เรียงกันมาตามอันดับ เช่น Messenger 82.4% Instagram 63.7% X 45.9% เป็นต้น (ปรีดี นุกุลสมปรารภนา, 2568) จากแนวโน้มพฤติกรรมการเล่นสื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้นักประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนาการขยายการสร้างความสัมพันธ์ไปในสื่อออนไลน์ด้วย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเปิดกลุ่มเป้าหมายตลาดใหม่ให้แก่องค์กร (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560)

ด้วยความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของโลกในยุคปัจจุบันเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเช่นกัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันที่เข้าสู่โลกดิจิทัลต้องหันมาวิเคราะห์ค่านึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งได้มีแนวคิดใหม่เกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในแบบจำลองด้านการสื่อสารที่เป็นที่รู้จักและได้รับการอ้างอิงมากที่สุด คือแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ของ David Berlo แบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบ (วรชัญ ครุจิต, 2561) คือ Sender ผู้ส่งสาร ทำการส่ง Message สาร ไปทาง Chanel ช่องทาง ไปสู่ Receiver ผู้รับสาร

Berlos's SMCR Model of communication



ภาพประกอบ 1 Berlos's SMCR Model

แต่ละองค์ประกอบจะมีปัจจัยย่อยที่กำหนดประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น ทักษะความรู้ และทัศนคติของผู้รับ ผู้ส่งสาร สภาพสังคม วัฒนธรรมที่เกิดการสื่อสาร แบบจำลองนี้ได้อธิบายเป็นกระบวนการสื่อสารบนพื้นฐานอำนาจของผู้ส่งสาร แต่ปัจจุบันเมื่อโลกได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลได้มีการปรับกลวิธีการสื่อสารกลายเป็นแบบจำลองแบบกลับด้าน จาก S-M-C-R เป็น R-C-M-S

แบบจำลอง R-C-M-S ให้ความสำคัญแก่ผู้รับสารเป็นหลัก ในโลกดิจิทัลผู้รับสารมีทักษะความสามารถและมีตัวเลือกมากพอจะมีอำนาจเป็นตัวกำหนดช่องทาง (R-C) และเนื้อหาที่ต้องการ (R-M) ช่องทางการสื่อสารจะกำหนดรูปแบบลักษณะของตัวสารจะผลิต (C-M) และกำหนดกลยุทธ์การใช้ช่องทางของผู้ส่งสาร (C-S) จากนั้นรูปแบบและเนื้อหาผู้รับสารต้องการจะกำหนดกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาของผู้ส่งสาร สุดท้ายเมื่อผู้ส่งสารสร้างเนื้อหาและส่งสารไปตามช่องทางที่ผู้รับสารต้องการแล้วจะเกิดการตอบสนองกับสารไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ หากเปรียบเทียบกันแล้วในแบบจำลองใหม่ ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดองค์ประกอบในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นช่องทางที่จะสะดวกรับชม เช่น วิทยุและพลเมืองในสังคมออนไลน์จะสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อดั้งเดิมและรูปแบบช่องทางการสื่อสารเป็นตัวกำหนดตัวสารเช่นกัน ในทวีตเตอร์ถูกกำหนดให้ไม่มีตัวอักษรที่ยาวมากเกินไป หรือภาพโฆษณาใน Facebook ต้องมีตัวอักษรไม่เกิน 20% ของภาพ หรือมีการใช้แฮชแท็ก นอกจากนี้การผลิตเนื้อหาก็ต้องคำนึงถึงความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น มีความสนใจในเรื่องใด ภาษา หรือ การออกแบบต้องสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้มากที่สุด

1.6 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ (Public Relations Strategy) คือ แผนหรือแนวทางที่องค์กรวางไว้เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของสาธารณชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร สามารถแบ่งกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ได้เป็นหลายประเภทตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้แก่ (วิรัช ลภิตนกุล, 2553)

1. กลยุทธ์ตอบสนองฉุกเฉิน (Reactive PR Strategy) การวางแผนและมีการดำเนินการตอบสนองต่อเหตุการณ์วิกฤติหรือภาวะฉุกเฉินที่เกิดขึ้นกับองค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ หรือการดำเนินธุรกิจ ขั้นตอนและแนวทางในการตอบสนองฉุกเฉินประกอบด้วย การตรวจจับและรับรู้เหตุการณ์วิกฤติทันทีเมื่อมีการเกิดขึ้น การติดต่อกับทีมวิกฤติภายในองค์กร เพื่อให้มีการสื่อสารที่รวดเร็วและชัดเจน โดยต้องเตรียมมีแผนการสื่อสารแบบฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลที่ต้องเปิดเผยโดยไม่ซ่อนเร้น ข้อความที่สื่อสารควรชัดเจนและให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การดำเนินการป้องกันและแก้ไขวางแผนการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีกในอนาคต และการศึกษาและวิเคราะห์เหตุการณ์ เพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ และปรับปรุงแผนการตอบสนองฉุกเฉินในอนาคต

2. กลยุทธ์ป้องกันภาพลักษณ์ (Proactive PR Strategy) การวางแผนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและคงที่ในสายตาสาธารณชน ประกอบด้วย การสื่อสารให้ข้อมูลและเปิดเผยข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนและผู้มีอิทธิพล การฟังและตอบสนองต่อความคิดเห็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และมาตรฐานที่กำหนด การให้ความรู้และทักษะในการรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรแก่พนักงาน

3. กลยุทธ์การสื่อสารภายใน (Internal PR Strategy) การวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจและรองรับนโยบายหรือการตัดสินใจขององค์กร ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสารเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม เช่น อีเมล ประชุม แอปพลิเคชันสื่อสารภายใน การรับฟังเสียงจากพนักงาน การข้อมูลที่แน่นอนและไม่ก่อให้เกิดความสับสน การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและประจำ และการแบ่งปันข้อมูลสำคัญภายในองค์กรให้กับพนักงาน

4. กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย (Promotional PR Strategy) การใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ประกอบด้วย การเสนอโปรโมชั่นพิเศษ

เช่น ส่วนลด ของแถม เพื่อดึงดูดลูกค้า การโฆษณาทางสื่อออนไลน์ หรือออฟไลน์ และช่วยความร่วมมือระหว่างธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย

5. กลยุทธ์การเผยแพร่ข้อมูล (Informational PR Strategy) การสื่อสารข้อมูลหรือเรื่องราวที่เป็นข่าวเพื่อให้สาธารณชนมีความรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร ประกอบด้วย สื่อดิจิทัล สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดแสดง หรือการจัดกรรม และช่องทางวิทยุหรือโทรทัศน์

การสร้างแผนกลยุทธ์ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สถานการณ์ปัจจุบัน, วิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม, วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน, วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน, ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนากลยุทธ์, ทรัพยากรที่ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน, พันธกิจของหน่วยงาน, กลยุทธ์หลักของแผน, กลยุทธ์รองของแผน, วัตถุประสงค์และตัวชี้วัด, กลวิธี, แผนปฏิบัติการ และการประเมินผล ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการวางแผนภาพองค์รวมขององค์กรที่จะช่วยให้เป็นกลยุทธ์ที่ได้เปรียบทางการแข่งขัน (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560) นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ทางการสื่อสาร มีผลการวิจัยมาสนับสนุนได้ค้นพบกลยุทธ์การสื่อสาร โดยนำการสื่อสาร 14C เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ (เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น, 2563)

1. Clear การสื่อสารที่ดีต้องมีความชัดเจนเรียงง่ายเมื่อสื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย
2. Consider การสื่อสารที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ
3. Consistency การสื่อสารที่ดีต้องมีความสอดคล้องต่อเนื่อง
4. Confidence การสื่อสารที่ดีต้องมีความเชื่อมั่น
5. Continue การสื่อสารที่ดีต้องมีความสม่ำเสมอ
6. Content Communication การสื่อสารที่ดีต้อง มีความเข้มข้นของเนื้อหา
7. Communication Tools การสื่อสารที่ดีต้องมีการกำหนดเครื่องมือสื่อสาร
8. Communication Tactic การสื่อสารที่ดีต้องมีขั้นตอนเชิงในการสื่อสาร
9. Corporate Social Responsibility (CSR) การสื่อสารที่ดี ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
10. Comparison การสื่อสารที่ดี ต้องมีการสื่อสารที่มีการเปรียบเทียบ
11. Concrete การสื่อสารที่ดีต้องมีความความคิดสร้างสรรค์
12. Competition การสื่อสารที่ดีต้องมีสร้างข้อมูลที่ตีเพื่อแข่งขัน

13. Collaborate with influencers การสื่อสารต้องสร้างความร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลทางด้านความคิด และ

14. Concise การสื่อสารที่ดีต้อง มีความกระชับ

การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ทางการสื่อสาร ควรจะคำนึงถึงการเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย และทำให้มีการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์คือการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย หรือวิสัยทัศน์ระยะยาวขององค์กร โดยมีการวิเคราะห์ วางแผน และการตัดสินใจตามข้อมูล และปัจจัยที่อาจมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นไปที่การพิจารณาภาวะการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงในสภาวะเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์จะต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร และสุดท้ายองค์กรต้องนำกลยุทธ์ไปใช้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม กระบวนการในการดำเนินการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ และการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ (พรพนอร วันทอง และคณะ, 2567)

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

กลยุทธ์ขององค์กรเป็นแผนการกระทำ หรือแผนการดำเนินงานของผู้บริหารกำหนดขึ้นให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่กำหนด เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรและการสร้างกลยุทธ์มีลักษณะที่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง โดยเริ่มจากความพยายามในการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งกลยุทธ์จะถูกแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2558)

1. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ เป็นแผนการดำเนินงานในระดับแผนก เพื่อเสริมจุดแข็งด้านหน้าที่ ทรัพยากร และความสามารถในการประสานงานมีจุดมุ่งเน้นการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่จัดสรรมาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารมีหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าบรรลุวัตถุประสงค์ให้มีประสิทธิภาพที่สุด

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นแผนการเชื่อมโยงหน้าที่ในแต่ละด้าน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทีมผู้บริหารรับผิดชอบกลยุทธ์ระดับนี้มีการวางแผนและตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรให้องค์กรมีความสามารถแข่งขันเพื่อได้ทรัพยากรที่เพิ่มมากขึ้น

3. กลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นแผนการใช้และพัฒนาความสามารถหลักขององค์กร เพื่อให้้องค์กรสามารถรักษาขยายธุรกิจที่มีอยู่และนำไปสู่ธุรกิจใหม่

การตรวจสอบสภาพแวดล้อมโดยการทำเป็นกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เริ่มต้นจากการศึกษาวิเคราะห์ ตรวจสอบ ประเมิน ทั้งภายในและนอกองค์กร มีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุปัจจัยเชิงกลยุทธ์เป็นตัวกำหนดทิศทางขององค์กร สำหรับวิธีที่ง่ายที่สุดในการตรวจสอบสภาพแวดล้อม คือ การวิเคราะห์ SWOT analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ช่วยให้ผู้บริหารรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบการ การวิเคราะห์จะแยกตามอักษรดังนี้ (Alsem, 2024; ชนินทร ชุณหพันธ์รักษ์ และคณะ, 2560)

1. S= Strengths (จุดแข็ง) ปัจจัยภายในที่สนับสนุนความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2. W= Weakness (จุดอ่อน) ปัจจัยภายในที่ทำให้้องค์กรมีความเสี่ยงต่อการแข่งขัน

3. O= Opportunities (โอกาส) ปัจจัยภายนอกที่สามารถส่งเสริมองค์กรให้ประสบความสำเร็จ

4. T= Threats (อุปสรรค) ปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลเสีย หรือ ผลกระทบต่อองค์กร
ผลสรุปของการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทั้งภายนอกและภายใน ยังสามารถนำปัจจัยจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค มาจับคู่กันในรูปแบบแมทริกซ์ที่นิยมเรียกว่า TOWS Matrix เพื่อสร้างโอกาสในการวิเคราะห์ได้อีกมากมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ต่อเนื่องมาจาก SWOT Analysis เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัย โดยการวิเคราะห์จะให้ได้ซึ่งแผนกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงป้องกัน ปัจจัยที่นำมาจับคู่ได้ทั้งหมด 4 คู่ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก Strength กับ Opportunity คือ การใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวย

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข Weakness กับ Opportunity คือ การใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในองค์กรให้ดีขึ้น ด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นภายนอก

3. กลยุทธ์เชิงรับ Strength กับ Threat คือ เป็นการใช้จุดแข็งของบริษัท เพื่อหาทางหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือ ภัยคุกคามจากภายนอก

4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน Weakness กับ Threat คือ กลยุทธ์วิธีป้องกันตัว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยอันตรายที่เกิดขึ้นจากภายนอก

การวิเคราะห์พิจารณาจากปัจจัยภายนอกและภายใน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน คือ การวิเคราะห์ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร พิจารณาจากทรัพยากรและความสามารถภายในทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้เป็นสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะมีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นอิทธิพลส่งผลกระทบการดำเนินงานโดยตรง ปัจจัยบางอย่างก็เป็นปัญหาอุปสรรค หรือปัจจัยที่เป็นผลดีกับองค์กร หากวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรอบครอบจะมีเครื่องมือช่วยวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายใน ดังนี้

เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

PEST Analysis เครื่องมือวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม 4 ด้าน อันเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อจะช่วยให้เห็นภาพกว้างที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์

P = Political Factors (การเมือง) นโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบจากทางภาครัฐ ตลอดจนแนวโน้มของสถานการณ์การเมืองระดับโลก มีผลกระทบต่อบรรยากาศการทำธุรกิจและตลาดการค้าโดยภาพรวม จึงถูกนำมาประเมินผลเพื่อดูผลกระทบต่อองค์กรในเรื่องความมั่นคงทางการเมือง แนวทางเสียภาษี ระเบียบทางการค้าและการนำเข้า ระเบียบด้านความปลอดภัย กฎหมายแรงงาน ฯลฯ

E = Economic Factors (เศรษฐกิจ) เพราะสถานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงควรต้องนำมาประเมินร่วมด้วย เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย การเติบโตของเศรษฐกิจ อัตราการว่างงานและนโยบาย วงจรขององค์กรภายในประเทศ เป็นต้น

S = Social Factors (สังคม) สภาพสังคมโดยรวมก็มีผลกระทบต่อองค์กร เช่นเดียวกัน เพราะลูกค้าคือคนสำคัญ ดังนั้นควรวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร ข้อจำกัดทางสังคม ไลฟ์สไตล์ ทัศนคติ การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้สามารถเข้าใจความต้องการ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า และเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ยอมซื้อสินค้า บริการ เหนือสินค้าอื่นที่อยู่ในตลาด

T = Technological Factors (เทคโนโลยี) เทคโนโลยีอาจส่งผลได้ทั้งแง่บวก และลบต่อองค์กร ตลอดจนการเปิดตัวสินค้า บริการใหม่ ๆ โดยปัจจัยด้านนี้ประกอบด้วย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วัฏจักรของเทคโนโลยี บทบาทของอินเทอร์เน็ต และเงินทุนพัฒนาเทคโนโลยีที่ได้รับจากภาครัฐ เป็นต้น

เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

McKinsey 7S เป็นเครื่องมือวิเคราะห์การออกแบบองค์กรโดยพิจารณาจากองค์ประกอบภายในที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่ (Kriek, 2019)

1. Staff บุคลากรมีความสามารถ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
2. Skill มีทักษะ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน เป็นมืออาชีพ
3. Style รูปแบบบริการ การจัดการที่มีรูปแบบวิธีที่เหมาะสม เช่น การสั่งการ การควบคุม การจูงใจ สะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กร
4. Shared Value มีค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กร ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
5. Structure โครงสร้างองค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ การแบ่งโครงสร้างงานตามความเหมาะสม รวมถึงการควบคุม การรวม และการกระจายอำนาจ
6. System กระบวนการและลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานทุกอย่างที่เป็นระบบ ต่อเนื่องสอดคล้องประสานกันทุก

2.2 การกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์

การจัดทำแผนกลยุทธ์เป็นการจัดทำแผนงานระยะยาว เพื่อให้บริหารงานมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องและเหมาะสมกับปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ประกอบด้วย การกำหนดพันธกิจองค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์ การพัฒนากลยุทธ์ และกำหนดนโยบาย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน (สุดใจ วันอุดมเดชชาติ, 2556) ในทุกองค์ประกอบเป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดทิศทางการดำเนินงานของแผนกลยุทธ์ว่าจะดำเนินในทิศทางใด ส่งผลต่อการบรรลุความต้องการขององค์กร การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาด

การเพิ่มขึ้นของรายได้ และผลตอบแทนในการลงทุน ก่อนสร้างแผนต้องกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่สามารถวัดผลได้ ซึ่งบ่งบอกถึงวิสัยทัศน์ระยะยาวขององค์กร ในเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ มีองค์ประกอบ 4 ประการ (Cote, 2020)

1. มุ่งสู่เป้าหมาย (Purpose-Driven) จุดเริ่มต้นในการกำหนดเป้าหมายต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์และค่านิยมขององค์กรว่าคืออะไร ไตร่ตรองถึงความสำคัญเหล่านั้น เพื่อให้คำตอบในการที่จะพัฒนาเป้าหมายกลยุทธ์ขององค์กร

2. ระยะยาวและมุ่งเน้นไปข้างหน้า (Long-Term and Forward Focused) แม้ว่าเป้าหมายเชิงกลยุทธ์จะเป็นเป้าหมายระยะยาวขององค์กร แต่เป้าหมายการดำเนินงานคือเป้าหมายรายวันที่ต้องบรรลุ ในการตั้งเป้าหมายให้พิจารณาวิสัยทัศน์ระยะยาวของบริษัท และไม่สับสนเป้าหมายกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน

3. การดำเนินการ (Actionable) เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพต้องเป็นสิ่งที่นำไปปฏิบัติได้จริงในการกำหนดให้พิจารณาเป้าหมายการดำเนินงานภายใต้งานแต่ละหน่วย ฝ่าย หากสามารถทำตามขั้นตอนให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรจะสามารถดำเนินการได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

4. ประเมินและวัดได้ (Measurable) เมื่อกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ สิ่งสำคัญที่ต้องควบคุมคือการวัดผลและประเมินความสำเร็จ

องค์กรธุรกิจจะกำหนดเป้าหมายด้านกำไรและการเจริญเติบโต โดยเป้าหมายระยะสั้นเป็นข้อผูกพันผู้บริหารต่อการบรรลุความสำเร็จภายใต้ข้อกำหนดของเวลา บ่งชี้ปริมาณ คุณภาพ และระยะเวลาและความรวดเร็วที่องค์กรต้องดำเนินการตามแนวทางที่กำหนด ผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับการกำหนดเป้าหมายและการดำเนินงานตามที่ตั้งไว้ย่อมมีสิ่งสำคัญคือเป้าหมายการดำเนินงานต้องระบุจำนวนคุณภาพและระยะเวลาที่ชัดเจน เช่น การทำกำไรสูงสุด การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความชัดเจน เป็นต้น

2.5 การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ เมื่อกำหนดกลยุทธ์มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับปัจจัย โดยผ่านการจัดทำโครงการ การจัดงบประมาณ และระเบียบวิธีการปฏิบัติ การนำไปปฏิบัติต้องเกิดจากความร่วมมือทุกหน่วย ฝ่าย ในการจัดกรรม หรือโครงการ ซึ่งผู้จัดการ หรือ ผู้นำ สามารถทำงานร่วมกับพนักงานได้ดี จึงทำให้แผนกลยุทธ์นำไปสู่การปฏิบัติที่สำเร็จ นอกจากนี้ต้องปรับให้สอดคล้องกับสถานะสถานการณ์ภายนอก และสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงในการนำแผนไปปฏิบัติ ดังนี้ (พิบูล ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล, 2559)

1. เสริมสร้างองค์การให้แข็งแกร่งด้านความสามารถและทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ให้ประสบผลสำเร็จ

2. จัดสรรทรัพยากรอย่างเพียงพอต่อกิจกรรมสำคัญเชิงกลยุทธ์

3. กำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์

4. กำหนดวิธีปฏิบัติงานที่ดีที่สุดและผลักดันให้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. ติดตั้งระบบข้อมูลสารสนเทศการติดต่อสื่อสารและการดำเนินงานเพื่อช่วยบุคคลากรปฏิบัติงานดีขึ้น ตามบทบาทเชิงกลยุทธ์

6. กำหนดรางวัลและสิ่งจูงใจต่อผลสำเร็จตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สำคัญ

7. ปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมของบริษัทให้สอดคล้องกับกลยุทธ์

8. ใช้ภาวะความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนการปฏิบัติงานให้ก้าวไปข้างหน้า

2.4 การควบคุมและประเมินกลยุทธ์

การควบคุมเป็นขั้นตอนการจัดการที่ทำควบคู่กับการวางแผน แต่เน้นการกำหนดมาตรฐานและเครื่องมือเพื่อป้องกันผลการปฏิบัติมิให้เบี่ยงเบนไปจากวัตถุประสงค์ พิจารณาว่ากลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นสามารถใช้ได้ดีทำให้บรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ตั้ง หากไม่ได้รับการตอบสนองตามแผนที่กำหนด การควบคุมจะช่วยให้มีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร การควบคุมจึงต้องดำเนินการอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งในกระบวนการควบคุมและประเมินผลจะประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (สุดใจ วันอุดมเดชชัย, 2556)

1. กำหนดสิ่งที่วัด (Determine what to measure) ผู้บริหารต้องระบุให้ชัดเจนถึงกระบวนการปฏิบัติงานและผลการดำเนินงานที่ต้องตรวจสอบและประเมินผล โดยตัวชี้วัดสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมปัจจัยทุกด้านที่มีความสำคัญ

2. การกำหนดมาตรฐานของปฏิบัติงาน (Establish standards of performance) แสดงรายละเอียดในรูปของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ มาตรฐานการปฏิบัติงานที่ยอมรับโดยทั่วไปจะมาจากเป้าหมายของการบรรลุผลสำเร็จ การกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงานไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นเพียงเพื่อใช้ในการวัดผลลัพธ์สุดท้าย แต่ใช้ในการวัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่อยู่ในระหว่างดำเนินงาน

3. การวัดการปฏิบัติงานจริง (Measure actual performance) จำเป็นต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างชัดเจน เช่น ทำการวัด หรือประเมินผลงานทุกไตรมาส ทุกประจำปี เป็นต้น ควรใช้การวัดผลทั้งการประเมินผลเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และทุกการวัดผลต้องสมดุลกันทุกด้าน

4. การเปรียบเทียบการปฏิบัติงานจริงกับมาตรฐาน (Compare actual performance with the standard) ถ้าผลลัพธ์การปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดถือว่าจบสิ้นกระบวนการประเมินผล แต่หากไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ผู้บริหารต้องมีการประเมินว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้ต่ำ หรือสูงเกินไป และควรประเมินผลว่าจะปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานอย่างไร โดยคำนึงถึงปัญหาว่ามาจากปัจจัยภายนอก หรือภายใน

5. การปฏิบัติการแก้ไขให้ถูกต้อง (Take corrective action) ถ้าผลลัพธ์ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ผู้บริหารต้องแก้ไข หรือปรับปรุงการปฏิบัติงานใหม่ให้ถูกต้อง เพื่อให้ผลลัพธ์เป็นไปตามที่กำหนด

การศึกษาทางไกล

3.1 ความหมายและความสำคัญของการศึกษาทางไกล

การศึกษาทางไกลเป็นระบบการศึกษาที่เปิดโอกาสทางการศึกษาให้ผู้ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน และผู้ที่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา หรือการเดินทาง สามารถศึกษาโดยที่ไม่ต้องเข้ารับการศึกษารวมถึงระบบการศึกษาปกติได้และเพื่อตอบสนองความต้องการสังคมแห่งการเรียนรู้ในปัจจุบัน รวมถึงการลดช่องว่างทางการศึกษาและเปิดโอกาสอีกด้วย การศึกษาทางไกลมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากรูปแบบการศึกษาปกติ โดยมีหลักการที่ครอบคลุมอยู่ในคำจำกัดความที่ได้รับการกล่าวถึงโดยผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้กล่าวว่า การเรียนทางไกลเป็นระบบการศึกษาที่ไม่ใช้ชั้นเรียนปกติ แต่ใช้สื่อประสม เช่น สื่อทางไปรษณีย์, วิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์ และการสอนเสริมในการเรียนด้วยตนเองเน้นการเรียนรู้จากที่บ้าน ที่ทำงาน หรือสถานที่ตามความสะดวก ไม่ต้องเข้าชั้นเรียน และยังมีการเรียนในลักษณะของ E-Learning ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาช่วยในการจัดการศึกษาทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้ตามเวลาที่สะดวกสามารถโต้ตอบกับผู้สอนและผู้เรียนคนอื่นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยแนวคิดการเรียนการสอนทางไกล อยู่ที่การเรียน ณ เวลาใด สถานที่ใด และก้าวอย่างใดๆ (Any Time Anywhere Any Pace) ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้เรียน การเรียนการสอนทางไกลมีการใช้คำหลายคำที่เกี่ยวข้อง เช่น คำว่า Distance จาก การอ้างถึงภูมิศาสตร์ ระยะทาง การไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันระหว่างผู้เรียนผู้สอน โดยหากกล่าวถึง Distance Education เน้นการศึกษาทางไกลที่ให้ความสำคัญกับผู้สอนเป็นหลัก แต่ถ้าใช้คำว่า Distance Learning ให้ความสำคัญที่ตัวผู้เรียนเป็นหลัก ส่วนคำว่า Open อ้างถึงเรื่องเวลา

การเรียนรู้ที่ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ที่มีความยืดหยุ่นตามความสะดวกของผู้เรียน เป็นคำที่ เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาช่วยจัดการเรียน การสอน โดยทั่วไป มีการใช้ทั้งสองคำทั้งสองควบคู่กันไปเมื่อกล่าวถึงการเรียนทางไกล (วิจิตร ศรีสอาน, 2529; สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2553; Fletche, 2003, อ้างถึงใน จุฑารัตน์ นกแก้ว, 2553)

จากความหมายที่ได้กล่าวมาเห็นได้ว่าการศึกษาทางไกลมีความสำคัญในแง่ของ การศึกษาอย่างมากเป็นการศึกษาทางเลือกที่เปิดโอกาสและยกระดับการศึกษาแก่ผู้ที่ต้องการ เรียนรู้ ตัวการเปลี่ยนแปลงกระบวนการเรียนรู้และการจัดการศึกษาของสังคมในปัจจุบัน อนาคตส่งผลให้เกิดเป็นรูปแบบการเรียนแบบใหม่ คือ สังคมแห่งการเรียนรู้ การศึกษาทางไกลช่วย สร้างความเสมอภาคเพื่อเข้าถึงบริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพในทางกลับกันก็ช่วยลดข้อจำกัด หรือ อุปสรรคด้านทรัพยากร สถานที่ เวลา และบุคลากร นอกจากนี้ยังช่วยลดภาระของครูทั้งใน ด้านการเตรียมการ การใช้เวลา และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเรียน การสอนให้มี คุณภาพ

3.2 องค์ประกอบของการศึกษาทางไกล

การศึกษาทางไกลเป็นมหาวิทยาลัยเปิดมีความแตกต่างจากการศึกษาระบบปกติ หรือการศึกษาระบบปิด ดังนี้ (สมประสงค์ วิทย์เกียรติ และคณะ, 2544)

1. ผู้เรียนและผู้สอนอยู่ห่างกัน เป็นการเรียนการสอนที่ผู้เรียนและผู้สอนไม่ได้ เผชิญหน้ากัน ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ในสถานที่ได้อย่างอิสระ โดยรูปแบบการเรียนการสอนถูก ถ่ายทอดผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์, รายการทางโทรทัศน์ และสื่อ วิดีทัศน์ เป็นต้น

2. เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนสามารถเลือกการศึกษาเองได้ กำหนดเวลา เรียน วิธีการเรียน สถานที่เรียน สื่อที่ต้องการเรียน เลือกการเรียนที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งแตกต่าง จากการเรียนในระบบปิดที่มีผู้สอนชี้แนะในการศึกษาตามตารางสอนและสถานที่เรียนที่ถูกกำหนด ขึ้น

3. ใช้สื่อและเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการบริหารและบริการการศึกษา เนื่องจากการเรียนการสอนที่ไม่ได้มีการเผชิญหน้า แต่เป็นการสอนที่ใช้สื่อในการถ่ายทอด ทโดย อาศัยเทคโนโลยีช่วยการสื่อสารให้มีความหลากหลายในการเรียนที่เหมาะสมกับความต้องการของ ผู้เรียน

4. ดำเนินงานและควบคุมคุณภาพในรูปองค์คณะบุคคล การจัดสื่อการเรียนสอนทางไกลมีความหลากหลายในการดำเนินงานทุกกิจกรรมและทุกขั้นตอนการผลิตจะมีผู้ทรงคุณวุฒินักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เข้ามาควบคุมคุณภาพให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5. มีการจัดการศึกษาอย่างเป็นระบบ การเรียนการสอนทางไกลผู้เรียนอยู่กระจัดกระจายทุกพื้นที่เพราะฉะนั้นต้องมีงานบริการการศึกษาที่มีความหลากหลาย เช่น การจัดแผนการเรียนที่มีรูปแบบที่แน่นอนและกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเรียน

6. ใช้การติดต่อแบบ 2 ทาง ผู้เรียนและผู้สอนอยู่ห่างกันและกระจายอยู่ตามภูมิภาค ในการติดต่อสื่อสาร นอกจากการติดต่อ ณ ที่ทำการ ควรสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น อีเมล เว็บไซต์ โทรศัพท์ เป็นต้น

นอกจากนี้ไม่ได้มีเพียงมหาวิทยาลัยเปิดเท่านั้นที่มีการศึกษาทางไกล ในปัจจุบันด้วยสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อการเรียนการสอนในปัจจุบัน ถูกพัฒนาจนกลายเป็นรูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสาน คือ การเรียนแบบออนไลน์ (Online Learning) และมีการนำโปรแกรมการจัดการการเรียนการสอน Learning Management Systems (LMS) มาใช้ในการเรียนการสอนหลายชนิด เช่น Moodle, Google Classroom, Microsoft Team (รัฐนันท์ รททอง และ มลวิทย์ เลิศวิทย์, 2565) และผลกระทบที่ได้รับจากวิกฤตสถานการณ์โควิด 19 ถูกการประมาณการณ์ว่าสถาบันการศึกษาใน 15 ประเทศในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกาเหนือ ได้ปิดการเรียนการสอนและในหลายประเทศได้นำเทคโนโลยี มาใช้เพื่อเปิดการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ โดยประเทศจีนเป็นประเทศแรกที่ประกาศหยุดกิจกรรมการเรียนการสอนที่โรงเรียนและมหาวิทยาลัย ส่งผลให้ทั้งครู อาจารย์ และนักเรียน นักศึกษาหันไปใช้หลักสูตรการเรียนการสอนระบบการศึกษาทางไกล (The Kommon, 2564) มหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกในสหรัฐอเมริกา เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดประกาศที่จะมีการใช้การเรียนการสอนเสมือนจริง (Virtual Education) เริ่มนำการเรียนการสอนออนไลน์เข้ามาใช้แทนการเรียนในห้องเรียน มหาวิทยาลัยพรินซ์ตัน มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดและอีกหลายมหาวิทยาลัยในสหรัฐฯ เตรียมใช้การเรียนการสอนรูปแบบดังกล่าวเช่นกัน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้จากทางไกล (เดื่อนใจ เขียนชานาจ, 2564)

3.3 ลักษณะเฉพาะของการศึกษาทางไกล

จากความหมายและองค์ประกอบของการศึกษาทางไกลเห็นได้ว่ามีลักษณะเฉพาะซึ่งได้สรุปไว้ดังนี้ (วิจิตร ศรีสอ้าน, 2529; สมประสงค์ วิทย์เกียรติ และคณะ, 2544)

1. การเรียนการสอนทางไกลในระบบการศึกษาเปิดผู้เรียนกับผู้สอนจะมีการพบปะกันน้อยมาก ในการติดต่อสื่อสารจะสื่อสารผ่านทางช่องทางสื่อบนอินเทอร์เน็ต มากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

2. การศึกษาทางไกลสามารถเข้าถึงผู้เรียนได้ทุกระดับการศึกษา

3. การศึกษาทางไกลเป็นรูปแบบของการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงการศึกษาได้อย่างเท่าเทียม โดยมีการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการเรียนการสอนให้เข้าใจง่าย สะดวกต่อการเรียน และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

4. การศึกษาทางไกลใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการบริการและจัดการที่เหมาะสมต่อความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียน สื่อการเรียนมักเป็นสื่อประสม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล สื่อที่มาจากบุคลากร และบริการสนับสนุนการเรียนรู้ โดยทั้งหมดจะถูกจัดรวมเป็นชุดการเรียนรู้ที่ออกแบบให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เรียน เพื่อให้เรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การศึกษาทางไกลตัวช่วยลดต้นทุนทางการเรียน ลดค่าใช้จ่ายการเดินทาง ค่ากิน ค่าอยู่ เพราะผู้เรียนสามารถเรียนไม่ต้องเดินทางมาเรียนที่สถาบัน

3.4 มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ในประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยเปิดการศึกษาระบบการเรียนการสอนทางไกลอย่างเต็มรูปแบบได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง และยังมีมหาวิทยาลัยที่ได้มีการปรับหลักสูตรในบางสาขาวิชาให้เป็นการเรียนการสอนทางไกลทั้งภาครัฐและเอกชน ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกริก การเรียนการสอนทางไกลของแต่ละมหาวิทยาลัยจะมีลักษณะดังนี้

1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นมหาวิทยาลัยเปิดที่ใช้ระบบการเรียนการสอนทางไกล มีกิจกรรมการเรียนการสอนร่วมกันได้โดยอาศัยสื่อประสม ได้แก่ สื่อหลักและสื่อเสริมเพิ่มเติม ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล รวมทั้งกิจกรรมปฏิสัมพันธ์อื่น ๆ เช่น การสอนเสริม การสัมมนาเสริมและการสัมมนาเข้ม ผู้เรียนจะใช้วิธีการเรียนด้วยตนเองในเวลาและสถานที่ที่สะดวก

การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยสามารถจำแนกตามระดับการศึกษาได้ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2567)

1.1 ระดับปริญญาตรี จากแผน มสธ. 2561 ในระดับปริญญาตรี จึงพัฒนาแผนการจัดการศึกษาแบบเรียนรู้ด้วยตนเองในระดับปริญญาตรีออกเป็น 3 แผน คือ แผนการเรียน

ก1 นักศึกษาศึกษาด้วยตนเองจากเอกสารการสอนชุดวิชา หรือการทำกิจกรรมการเรียนการสอนใน e-Learning มีการวัดและประเมินผลจากการสอบประจำภาคการศึกษา 100 คะแนน แผนการเรียนรู้อ 2 นักศึกษาศึกษาด้วยตนเองจากเอกสารการสอนชุดวิชา ร่วมกับการเข้าร่วมกิจกรรมสอนเสริม เพื่อเสริมความเข้าใจในเนื้อหา เพิ่มเติมจากการศึกษาด้วยตนเอง โดยเน้นการสอนแบบตัวต่อตัวตามหน่วยการสอน ทั้งการสอนแบบเผชิญหน้าและการสอนแบบเสมือนจริงแบบใช้เทคโนโลยี มีการวัดและประเมินผลจากกิจกรรมสอนเสริม 40 คะแนน และการสอบประจำภาคการศึกษา 60 คะแนน และแผนการเรียนรู้อ 3 นักศึกษาศึกษาด้วยตนเองจากเอกสารการสอนชุดวิชา ร่วมกับการเข้าร่วมกิจกรรมร่วมเรียนรู้ เพื่อประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์จากการทำกิจกรรม ทั้งการสอนแบบเผชิญหน้าและการสอนแบบเสมือนจริงแบบใช้เทคโนโลยี มีการวัดและประเมินผลจากกิจกรรมร่วมเรียนรู้ 40 คะแนน และการสอบประจำภาคการศึกษา 60 คะแนน (แบ่งการสอบเป็นสองช่วง สอบกลางภาค 30 คะแนน และสอบปลายภาค 30 คะแนน)

1.2 ระดับบัณฑิตศึกษา ครอบคลุมการศึกษาเหล่านี้ คือ ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต 1 ปี ระดับปริญญาโท (แผน ก 1 และ ก2 และแผน ข) ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง และระดับปริญญาเอก (แบบ ก1 และแบบ ก2) โดยสภาพแวดล้อมการเรียนรู้สำหรับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คือ การจัดการศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล โดยพัฒนาชุดการสอนแบบเรียนด้วยตนเอง กับกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (blended learning environment)

1.3 ระดับต่ำกว่าปริญญา ครอบคลุมทั้งการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย โดยในส่วนของศึกษานอกระบบครอบคลุมการจัดการศึกษาแบบโมดูล (modular approach) ซึ่งมีค่า 1-3 หน่วยกิต และมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมการทำงาน และงานอดิเรก และการจัดการศึกษาในระดับประกาศนียบัตร และโครงการสัมฤทธิ์บัตรซึ่งมีลักษณะเป็นชุดวิชา ๗ ละ 6 หน่วยกิต รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบบริการวิชาการแก่สังคม

2. มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นมหาวิทยาลัยแบบตลาดวิชา หรือ Open Admission University (เป็นการผสมผสานกันระหว่างการจัดการเรียนการสอนแบบชั้นเรียนบรรยายกับการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการเรียนการสอนรูปแบบต่าง ๆ โดยไม่จำกัดจำนวนรับของผู้เรียน หรือเป็นกึ่งมหาวิทยาลัยปิดกับกึ่งมหาวิทยาลัยเปิด) สำหรับในระดับปริญญาตรีสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองที่บ้านหรือมาเข้าชั้นเรียนก็ได้ ซึ่งไม่มีเช็คชื่อเข้าชั้นเรียน (แต่ป.โท-เอกต้องมาเข้าชั้นเรียน) มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่หลากหลายเช่นกัน โดยมหาวิทยาลัยได้นำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทางการศึกษา คอมพิวเตอร์

อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักศึกษาในการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยจะประกอบไปด้วย การเรียนเข้าชั้นเรียน, RU Cyberclassrooms ดูการบรรยายสดผ่านเน็ตเหมือนนั่งร่วมในชั้นเรียน, m-Learning ดูการบรรยายย้อนหลังผ่านอินเทอร์เน็ต, บริการอัดสำเนาวิดีโอการบรรยายย้อนหลัง และตำราเรียนหนังสือเรียน (ภาควิชาการต่อเนื่องและอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง) (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2565)

3. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเปิดหลักสูตรการเรียนออนไลน์ปริญญาตรี 2 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรคณะบริหารธุรกิจและคณะบัญชี รูปแบบการเรียนโดยเก็บคะแนนจากการทำงาน ทำแบบฝึกหัด และเข้าการบรรยายตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2565)

4. มหาวิทยาลัยเกริก หลักสูตรการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นได้มีชื่อเรียกว่า Krirk Online U จัดการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยนักศึกษาจะเข้าสู่ระบบการจัดการเรียนการสอนทางไกล LMS (Learning Management System) ผ่านทาง Web Site ของมหาวิทยาลัยเกริก โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีอยู่ในระบบ เช่น ห้องเรียนเสมือน บทเรียน อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือสื่อสาร การทำแบบทดสอบ การตอบข้อสอบ การวัดผล และการประเมินผลการศึกษาจากกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์และ มีเอกสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลัก และมีการทำกิจกรรม Workshop ร่วมกันตามที่หลักสูตรกำหนดเป็นสื่อเสริม ผู้เรียนเป็นผู้วางแผนจัดตารางเวลาของตนเองโดยจัดสรรเวลาในการเรียนรู้จากเนื้อหาบทเรียนและสามารถเข้าเรียนได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนั้นสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับนักศึกษาและระหว่างนักศึกษาด้วยกัน โดยผ่านเครื่องมือสื่อสาร และการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรร่วมกันโดยมีผู้สอน/ผู้ช่วยสอนเป็นผู้แนะนำ และช่วยนักศึกษาในระหว่างการศึกษา และจะทำการวัดผลจากกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแบบทดสอบหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยระบบ LMS จะทำการบันทึกและรายงานสถิติการเข้าเรียนสำหรับการวัดผลสุดท้ายจะใช้วิธีการสอบปลายภาคอันเป็นการจัดสอบแบบปกติที่มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด (มหาวิทยาลัยเกริก, 2562)

5. มหาวิทยาลัยรังสิต จากสถานการณ์ที่กระทบการจัดการเรียนการสอน ทางมหาวิทยาลัยรังสิตให้ปรับรูปแบบการเรียนการสอนเป็นออนไลน์ และต่อได้มีการพัฒนาจนเป็นหลักสูตรออนไลน์ และมหาวิทยาลัยได้มีชื่อเรียกในการเรียนออนไลน์ว่า Rangsit Cyber University ในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยจะมี หลักสูตรปริญญาออนไลน์ หลักสูตรประกาศนียบัตร

หลักสูตร Blended Learning และหลักสูตร Short Couse (หลักสูตรออนไลน์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2562)

6. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้พัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (ระบบการศึกษาทางไกล) รูปแบบการเรียนออนไลน์ที่สนับสนุนการเรียนทางไกลประกอบด้วย แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ ห้องเรียนเสมือนจริง ระบบห้องสมุดออนไลน์ ระบบการวัดและประเมินผลผ่านการสอบแบบออนไลน์ ปฏิบัติและแบบผสมผสาน (วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 2563)

บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

4.1 บริการสารสนเทศของห้องสมุดการศึกษาทางไกล

การศึกษาทางไกลเป็นการเรียนที่เกิดขึ้นอยู่ภายนอกมหาวิทยาลัย ผู้เรียน ผู้สอน ไม่ได้พบปะกันในห้องเรียน มีการสื่อสารผ่านสื่อกลาง เช่น ไปรษณีย์ สื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้เรียนจึงไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่มหาวิทยาลัยทำให้ผู้เรียนส่วนมากอาจจะไม่ได้เข้าใช้บริการห้องสมุด ณ ที่ทำการ เห็นได้ว่ากลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยการศึกษาทางไกลจะแตกต่างจากกลุ่มผู้ใช้บริการมหาวิทยาลัยปิด บริการสารสนเทศของห้องสมุดต้องสัมพันธ์กับการศึกษาทางไกลให้ความสำคัญกับการเข้าถึงและการใช้งานที่ง่ายสะดวก ดังนั้นบริการสารสนเทศที่ควรจะมีสำหรับห้องสมุดการศึกษาทางไกลประกอบด้วย (Association of College & Research Library, 2023; University at Albany Libraries, n.d.)

1. ฐานข้อมูลออนไลน์ ผู้ใช้สามารถสืบค้นและเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านระบบออนไลน์ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา
2. บริการทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลด E-books หรือ วิดีโอบันทึกการบรรยาย เพื่อให้ประโยชน์ในการเรียนรู้
3. บริการสืบค้นทางไกล ผู้ใช้สามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือหรือวารสารของห้องสมุดได้ด้วยตนเองและบริการนำส่งทรัพยากรสารสนเทศทางไปรษณีย์
4. บริการสืบค้นและช่วยการค้นคว้า ผู้ใช้สามารถติดต่อและปรึกษากับบรรณารักษ์ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เช่น แชท หรือ วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ เป็นต้น
5. บริการส่งเสริมทักษะการใช้ข้อมูล การจัดอบรมทางออนไลน์ในหัวข้อต่าง ๆ เช่น การสืบค้นข้อมูล, การอ้างอิง, หรือการใช้งานฐานข้อมูล เป็นต้น

6. บริการจัดทำและส่งเสริมฐานข้อมูลเฉพาะทาง จัดทำฐานข้อมูลเฉพาะทางที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนทางไกล เช่น ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ สื่อการสอนที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยและวิจัยแห่งสหรัฐอเมริกา (Association of College and Research Library, 2023) ได้มีการจัดทำแนวคิด คำแนะนำมาตรฐานการให้บริการห้องสมุดทางไกล The Guidelines for Distance Learning Library Service เกี่ยวกับการให้บริการห้องสมุดทางไกล งบประมาณ บุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ การจัดทำเอกสารและการให้การศึกษาผู้ใช้ ซึ่งในการให้สิทธิการให้บริการห้องสมุดโดยไม่คำนึงว่าผู้ใช้บริการจะอยู่ที่ใดต้องจัดสรรทรัพยากรสารสนเทศให้ทั่วถึงผู้เรียนให้ตรงตามมาตรฐานสำหรับบริการห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ทางไกล และการจัดเตรียมบริการห้องสมุดเพื่อการเรียนทางไกลมีแนวทาง การดำเนินงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (จุฑารัตน์ นกแก้ว, 2553)

1. ทำความเข้าใจ กับการเรียนการสอนทางไกลของมหาวิทยาลัยที่ห้องสมุดให้บริการ หลักสูตร โปรแกรมการเรียนการสอนที่ห้องสมุดให้บริการอยู่ เป็นหลักสูตรในระดับใด มีโปรแกรมอะไรบ้างที่เปิดการเรียนการสอนทรัพยากร ฝั่งประกาศ ตารางหลักสูตร เว็บไซต์ ผู้บริหาร หลักสูตร ผู้สอน เวลาที่สามารถติดต่อได้ หลักสูตร โปรแกรมที่เปิดสอน การจัดส่ง ด้วยช่องทางไหน และ เวลาใด ใครเป็นผู้จัดทำหลักสูตร

2. ติดต่อกับผู้มีส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมและ หลักสูตร ประเมินความต้องการพื้นฐานของผู้สอนและนักศึกษา การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศจากห้องสมุดหากไม่เคยใช้บริการอาจจะเป็นสิ่งยากและมีข้อจำกัด ดังนั้น หากบรรณารักษ์ตระหนักในปัญหานี้ จะต้องศึกษาความต้องการของผู้ใช้ และนำมาจัดเตรียมการเข้าถึงสารสนเทศให้เป็นเส้นทางที่ผู้ใช้บริการจะเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วที่สุด

3. วางแผนและปรับใช้กิจกรรมห้องสมุด การร่วมวางแผนกับผู้สอน การจัดส่งวัสดุสารสนเทศตามหลักสูตร จัดตั้งนโยบายบริการที่สนับสนุน โดยเฉพาะ บริการจัดส่งวัสดุสารสนเทศ มีการเข้าเยี่ยมชม ห้องสมุดทางไกลหน่วยงานทางไกลของมหาวิทยาลัย การอบรมเจ้าหน้าที่และนักศึกษา ตลอดจนการอยู่เบื้องหลังกระบวนการดำเนินงานห้องสมุด ทั้งการจัดหาวัสดุสารสนเทศ การจัดทำรายการ การให้บริการยืม คืน การค้นหารายการสารสนเทศ

4. ความร่วมมือกับห้องสมุดสถาบันอื่น ผู้เรียนการศึกษาทางไกลสามารถเข้าไปค้นคว้ายังสถาบันอื่นที่ใกล้เคียงได้ตามภูมิภาค

5. ค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จัดเตรียมบริการห้องสมุดทางไกลขึ้นกับประเภทบริการและแหล่งสารสนเทศที่จัดเตรียมและอยู่ในการใช้รูปแบบสิ่งพิมพ์ วิดีโอ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ กรณีมีงบประมาณจำกัด ให้ใช้สิ่งพิมพ์เป็นหลักการพิจารณาการเก็บค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม การเข้าถึงและการจัดส่ง

7. การประชาสัมพันธ์ บริการทางไกล ต้องการการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพต้องครอบคลุม การนำข้อมูลจัดวางบนเว็บ การส่งข้อมูลเฉพาะ กลุ่มเป้าหมาย การเยี่ยมชมห้องสมุดทางไกล วิทยาเขต และการสร้างเครือข่ายกับอาจารย์ นอกจากนี้ ต้องใช้การสื่อสารและการตลาด บรรณารักษ์ทางไกลต้องตื่นตัวมากกว่าการให้บริการในแบบดั้งเดิม นำแผนการตลาดมาปรับใช้ สร้างแผนการตลาด มีเว็บไซต์ บริการทุกอย่างต้องเผยแพร่สู่สาธารณะและช่องทางการติดต่อที่สามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง

8. ลิขสิทธิ์ขณะที่ห้องสมุดต้องเผยแพร่สำเนาในการให้บริการการเรียนทางไกล ห้องสมุดต้องเข้าใจ ลิขสิทธิ์ที่ส่งผลต่อการจัดเตรียม และตระหนักในกฎหมายสากล ทฤษฎีสินทางปัญญา ห้องสมุดต้องจัดเตรียมบรรณารักษ์ที่เป็นผู้รู้ในเรื่องสิทธิ การเข้าใช้สารสนเทศออนไลน์ การต่ออายุ หรือ การทำซ้ำในรูปแบบต่าง ๆ ลิขสิทธิ์

9. เทคโนโลยีที่ใช้ในห้องสมุดทางไกล การเติบโตของเทคโนโลยีจะเป็นสื่อกลางในการเรียนการสอนทางไกล และเป็นตัวเชื่อมโยงสื่อการสอน บริการห้องสมุดสู่ตัวผู้เรียน

จากปัจจัยข้างต้นเห็นได้ว่าสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือการประเมินความต้องการของผู้เรียนเพื่อให้ได้ทรัพยากรสารสนเทศมาสนับสนุนการเรียนการสอน ห้องสมุดการศึกษาทางไกลมีบริการสารสนเทศ ได้แก่ การยืมระหว่างห้องสมุดเพื่อที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้อย่างทั่วถึง การสอนการค้นคว้าแหล่งสารสนเทศในรูปแบบการปฐมนิเทศ หรือการจัดหลักสูตรการค้นคว้าออนไลน์ของห้องสมุด การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวก การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้ทันสมัยต่อยุคปัจจุบันและสอดคล้องกับหลักสูตรการเรียน สดทำายการตอบคำถามและช่วยค้นคว้าเป็นบริการพื้นฐานที่ห้องสมุดจัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือและแนะนำผู้ใช้บริการในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการต่าง ๆ ของห้องสมุด รวมทั้งปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ ผู้ให้บริการจึงต้องมีทักษะด้านการรู้สารสนเทศสามารถวิเคราะห์ คัดกรอง และนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.2 การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ของแต่ละบุคคลในการตีความ ให้ความหมาย เลือกรับ แปลความจากสิ่งที่ได้รับ โดยการประมวลผลจากสิ่งเร้าและสภาพแวดล้อมรอบตัว แต่ละบุคคลจะได้รับสารที่เหมือนกันแต่อาจจะตีความมาคนละแบบขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของบุคคล (Robbins, 2005; Schiffman และ Kanuk, 2000) การรับรู้จะถูกรับผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ประการ คือ การสัมผัส การได้ยิน การเห็น การได้กลิ่น และการรับรส จากนั้นจะส่งผลไปยังสมองเพื่อทำการแปลผลจากรับสัมผัสของการรับสัมผัสทั้ง 5 ทำให้บุคคลเกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้าและแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งได้สัมผัส การรับรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ดังนี้ (ลักษณะ ศิริวรรณ และคณะ, 2562)

1. ผู้รับรู้ คุณลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ ได้แก่ ทักษะคติ บุคลิกภาพ ค่านิยม ประสบการณ์หรือ การเรียนรู้ในอดีต แรงจูงใจ ความคาดหวัง ความสามารถ และผลประโยชน์ สิ่งที่จะส่งผลกระทบต่อการรับรู้อย่างมากในบางครั้ง คือในเรื่องของอารมณ์ ผู้รับรู้จะเลือกรับรู้หรือมีความลำเอียงในการรู้ได้ ขึ้นอยู่กับอารมณ์ที่มีอคติอยู่ก่อนแล้ว

2. สิ่งที่ได้รับรู้ คุณลักษณะของเป้าหมายที่รับรู้ ได้แก่ ขนาด ความเข้มข้น ความเหมือน ความตรงกันข้าม การอยู่เป็นกลุ่ม การเคลื่อนไหว ความซ้ำ ความใหม่ และความคุ้นเคย คุณลักษณะดังกล่าวจะถูกเก็บรวบรวมผ่านประสาทสัมผัสของมนุษย์ และมนุษย์จะให้ข้อมูลนี้ในการทำความเข้าใจและตีความ

3. สถานการณ์ที่รับรู้ คุณลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ได้แก่ จังหวะเวลา ความกดดัน ความแออัด เสียง ความร้อน ความเย็นและแสงสว่าง ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ จะเป็นผลทำให้เกิดแรงกระตุ้นมีค่ามากพอที่บุคคลจะรับรู้และนำไปตีความต่อได้ หรือมีความเป็นไปได้เช่นกันที่จะเพิกเฉยต่อสิ่งกระตุ้นที่เกิดในสิ่งแวดล้อม

การรับรู้บริการสารสนเทศเป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้ให้บริการห้องสมุดในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้การรับรู้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ (Hossain, 2016)

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้บริการ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์วิธีการและช่องทางที่ห้องสมุดใช้ในการสื่อสารข้อมูลกับผู้ใช้บริการ สิ่งแวดล้อมของห้องสมุดในการจัดวางและการบริการที่เป็นมิตรต่อผู้เข้าร่วมถึงประสบการณ์ในการใช้บริการความพึงพอใจในการใช้บริการก่อนหน้านี้

2. วิธีการรับรู้บริการจากการแนะนำของเพื่อน คนรู้จัก คนที่เคยใช้บริการ สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น การทำคอนเทนต์ทางโซเชียลมีเดีย หรือบรรณารักษ์จากการบรรยายปฐมนิเทศแก่นักศึกษา

3. การประเมินการรับรู้โดยสำรวจความคิดเห็น รวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อปรับปรุงการบริการ และนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้ให้บริการมีการรับรู้และให้บริการอย่างไร

4. ข้อจำกัดและอุปสรรคในการรับรู้ ข้อมูลที่ซ้ำซ้อนจะทำให้ผู้ให้บริการรู้สึกสับสนหรือเกิดความเข้าใจผิด และการเข้าถึงที่ยาก เช่น ระบบออนไลน์ที่ซับซ้อน

5. การส่งเสริมการรับรู้โดยการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการให้บริการสารสนเทศ

การรับรู้บริการสารสนเทศเป็นหัวใจสำคัญของการบริการห้องสมุด การให้บริการที่ดีและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ให้บริการได้รับรู้และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสารสนเทศในห้องสมุดอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดการศึกษาทางไกล

การส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศเป็นกิจกรรมต่างที่ห้องสมุดจัดขึ้นโดยมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ ตลอดจนการชักจูงและย้าเตือน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ใช้เพื่อให้เกิดการใช้บริการสารสนเทศ กิจกรรมที่จัดอาจเป็นกิจกรรมที่จัดเป็นประจำหรือที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวก็ได้ ในทางธุรกิจการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าในลักษณะต่าง ๆ เป็นลำดับขั้น

การสร้างความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการตอบสนองของลูกค้าแสดงออกโดยการรับรู้ว่ามีสินค้าหรือบริการนั้นอยู่ รวมทั้งมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการในระดับที่ทำให้เกิดทัศนคติหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น การสร้างความรู้สึกลึกเป็นขั้นตอนของการแสดงออกถึงความรู้สึกลึก ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากสินค้าอื่น มีความรู้ความเข้าใจต่อสินค้าและบริการเป็นอย่างดีแล้วจึงนำไปสู่ความชอบ และการสร้างพฤติกรรมเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตอบสนองพฤติกรรมที่แสดง (Engel และ Kinneer, 1994) ในการส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้บริการและกระตุ้นให้ผู้ให้บริการสารสนเทศที่ทางห้องสมุดจัดให้เพื่อสนับสนุนการเรียน ความนิยมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารห้องสมุดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาขีดความสามารถเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกันกับเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเป็นการทำงานร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ ทำให้มีความ

ฉลาด เข้าใจเนื้อหา รูปภาพ แสดงผลตามที่ผู้ใช้งานต้องการ และยังเป็นตัวจับความต้องการของผู้ใช้ เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการทำงานได้

ห้องสมุดสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมต่อกับผู้ใช้ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมกันในการสร้างเนื้อหาและแบ่งปันความรู้ พร้อมทั้งการเสนอแนะกิจกรรม หรือบริการที่ต้องการได้ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบรรณารักษ์และผู้ใช้บริการ ซึ่งช่องทางในการส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศจะแบ่งได้เป็น 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ช่องทางสำหรับการติดต่อสื่อสาร และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ช่องทางตัวกลางสำหรับการติดต่อสื่อสาร และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ห้องสมุดสามารถเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ดังนี้ (สีปาน ททรัพย์ทอง และคณะ, 2564)

1. E-mail จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้รับส่งกันโดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมใช้กันมาอย่างยาวนาน ใช้ได้ทั้งการติดต่อส่วนตัวและการทำงาน สามารถถ่ายโอนแนบไฟล์ต่าง ๆ ได้ ทำให้สะดวกในการจัดส่งเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

2. Line Official เป็นที่นิยมที่ถูกนำมาใช้งานในประเทศไทย มีทั้งแบบส่วนตัวและแบบเป็นหน่วยงาน องค์กร สามารถส่งข้อความ คลิปเสียง วิดีโอ รูปภาพ ไฟล์เอกสาร รวมทั้งมีความสามารถส่งเนื้อหาไปยังผู้รับจำนวนมาก หรือจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เช่นกัน

3. Messenger เป็นแอปพลิเคชันส่งข่าวสารระบบของเฟซบุ๊ก สามารถส่งข้อความ คลิปเสียง วิดีโอ รูปภาพ ไฟล์เอกสาร ได้เช่นเดียวกันกับแอปพลิเคชันไลน์ แต่แมสเซนเจอร์จะเน้นในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากกว่าการแชร์ข่าวสาร

4. Website โดยการสร้างเว็บไซต์ของห้องสมุดขึ้น และการนำเสนอข้อมูลทั้งในรูปแบบของข้อความ ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง วิดีโอ รวมทั้งการสื่อสารเชิงโต้ตอบ สามารถเสนอข้อมูลของห้องสมุดได้เองเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูลที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างห้องสมุดและกลุ่มเป้าหมาย หรือบุคคลทั่วไป และเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นต้องใช้งานง่าย มีความน่าเชื่อถือ น่าสนใจ สะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล เว็บไซต์ที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตจะดีในแง่ที่สามารถเพิ่มเติม แก้ไข ปรับปรุง ข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

5. YouTube สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันอย่างทั่วโลก เป็นคลังคลิปวิดีโอที่ผู้ใช้งานอัปโหลดลง ซึ่งเป็นสื่อกลางที่เชื่อมต่อกับคนทั่วโลก ภายใต้การให้บริการฟรีและมีหลากหลายประเภทให้เลือกชม ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเห็นคลิปวิดีโอก็มากขึ้นด้วย สำหรับองค์กรห้องสมุดสามารถใช้ในการแนะนำการให้บริการห้องสมุด เพื่อสร้างการรับรู้ในการใช้งานบริการ

6. Facebook สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อสื่อสารและทำกิจกรรมร่วมกัน สามารถเผยแพร่รูปภาพ วิดีโอ บทความ บล็อก หรือการโต้ตอบพูดคุย ห้องสมุดสามารถใช้ช่องทางนี้เพื่อส่งเสริมงานบริการสารสนเทศ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรสารสนเทศ และงานต่างของห้องสมุด

นอกจากนี้การสร้างช่องทางที่จะเข้าถึงตัวผู้ใช้สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือการเลือกใช้สื่อในการสร้างการรับรู้ในงานบริการห้องสมุด ซึ่งในปัจจุบันมีสารสนเทศหลากหลายช่องทางให้ผู้ใช้เลือกรับ ห้องสมุดต้องพัฒนาและสร้างคอนเทนต์เนื้อหาเพื่อสามารถกระตุ้นการใช้งานของผู้ใช้บริการ ห้องสมุด การเลือกใช้สื่อเป็นกลยุทธ์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะเข้าถึงประชาชน เป้าหมาย ทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย คือใคร ช่วงอายุ พฤติกรรมแล้วหาวิธีการการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม และสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือความต่อเนื่องของการเผยแพร่สื่อ มีการวางแผนความถี่การเผยแพร่แต่ละช่องทาง กำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม หรือบางครั้งอาจจะสร้างคอนเทนต์ไปเชิงใน ฤดูกาล วันสำคัญ เพื่อเป็นเครื่องช่วยในการได้รับความสนใจจากผู้ให้บริการ (ธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ชาญวิชัย, 2564)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาสรุปตามประเด็นที่ศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

5.1 กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลสำหรับงานวิจัยในประเทศไทยยังพบไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยชั้นเรียน ปกติและกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั่วไปที่ไม่ใช่ในข่ายงานห้องสมุด ได้แก่ งานวิจัยของ ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) วิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ศึกษาต้องการและความรับรู้ของผู้ใช้บริการในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนพบปัญหาในการประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุมและไม่ทันสมัย จึงนำมาสู่การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ 4 แนวทาง 1) การพัฒนาสมรรถนะผู้ปฏิบัติงานสู่ความเป็นนวัตกรรม (Innovator) ด้านการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด 2) การพัฒนางานประชาสัมพันธ์สู่ความเป็นเลิศภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด 3) การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดดิจิทัล (Digital Public Relations) และการสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดเพื่อส่งเสริมการใช้บริการ และ 4) การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ด้วยเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology) และงานวิจัยของ Ozioko Reuben Ejike (2019) ศึกษาแนวปฏิบัติการ

ประชาสัมพันธ์สำหรับการให้บริการและภาพลักษณ์ของบรรณารักษ์ในโรงเรียนห้องสมุดในไนจีเรีย พบปัญหาในการจัดประชาสัมพันธ์และขาดทักษะทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และ April Hines (2019) มุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์ประสิทธิผลของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเพื่อส่งเสริมบรรณารักษ์และบริการห้องสมุดแก่นักศึกษา พบประเด็นปัญหา ผู้ใช้บริการไม่รับรู้ว่าห้องสมุดมีบริการอะไรและบรรณารักษ์มีหน้าที่ทำอะไร จึงใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแบบสำรวจวิเคราะห์การเข้าถึงและได้โฟกัสกลุ่มเพื่อรวบรวมข้อเสนอเกี่ยวกับกลยุทธ์ ผลการดำเนินการในกลุ่มตัวอย่างได้เสนอกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการ นำมาปรับใช้และมีการประเมินพบว่ามีความเหมาะสมแนวทางปฏิบัติที่ดีและสร้างการรับรู้ต่อนักศึกษาในงานบริการห้องสมุด

ส่วนการศึกษางานวิจัยในองค์กรอื่นที่นอกเหนือจากห้องสมุด ได้แก่ งานวิจัยของ ดารณี ธัญญสิริ และจุติพร ปริญญกุล (2563) ศึกษากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ พบว่า อุปสรรคของผู้สูงอายุมีความกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดทางร่างกาย และยังพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์เป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้เนื่องจากองค์กรเป็นผู้กำหนดรูปแบบสื่อต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกจะช่วยในการสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวแก่ผู้สูง จากผลที่ได้จึงจำแนกกลยุทธ์ตามผลการศึกษาได้ดังนี้ กลยุทธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การชี้ให้เห็นความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว กลยุทธ์การคลายความกังวลด้านความปลอดภัย กลยุทธ์การสื่อสารกับคนใกล้ชิดของผู้สูงอายุ กลยุทธ์การแสดงให้เห็นความคุ้มค่าของการเดินทางและคุณค่าด้านจิตใจ และกลยุทธ์เนื้อหาสั้นกระชับสื่อด้วยภาพ ส่วนสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับผู้สูงอายุที่เหมาะสม ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกิจกรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yani Hendrayani (2022) ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การตลาดธุรกิจร้านกาแฟในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 พบว่า ปัญหาในช่วงระบอบโควิดรัฐบาลไม่อนุญาตให้พบปะกันทางกายภาพได้ ยอดขายลดลงอย่างมาก จึงได้ทำการศึกษากลยุทธ์และมีการวิจัยทุก 6 เดือน และมีการเปรียบเทียบจากร้านอื่น สิ่งที่ช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ได้ดีคือการใช้โซเชียลมีเดียทางอินสตาแกรมในการช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้าน และการสื่อสารทางโซเชียลมีเดียยังสามารถรักษาลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในช่วงระบอบโควิด โดยจัดวางแผนการทำสื่อที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสร้างกิจกรรมที่สามารถมีส่วนร่วมทางอินเทอร์เน็ตได้ อย่างเช่น ถ่ายรูปพร้อมบอกความสำคัญเพื่อรับส่วนลด และการสร้างโลกเสมือนจริง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพียกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2563) ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์

การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่นประเทศไทย พบว่าปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์วิธีการเลือกใช้ สื่อไม่มีความเหมาะสมกับช่วงเวลาและโอกาส รวมทั้งไม่มีความชัดเจนด้านเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงได้นำกลยุทธ์มาพัฒนาการสื่อสาร โดยการนำกลยุทธ์ 14C และกลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ DMP การทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ หลักจิตวิทยาการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพเชิงบวกในทีม หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณในยุคไซเบอร์มีเดีย

5.2 การรับรู้สารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุด

งานวิจัยหลายเรื่องมีการศึกษาการรับรู้สารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดในด้านงานบริการต่าง ๆ ได้แก่ งานวิจัยของ เริงใจ เขียวอ่อน และแกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด เช่นเดียวกับที่งานวิจัยของวราพรรณ อภิศุภะโชค (2564) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่าการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์มีการรับรู้ในระดับมาก คือ ด้านการให้บริการ ด้านการใช้งาน และด้านการออกแบบเว็บไซต์ แต่มีความต่างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า นิสิตปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อคุณภาพเว็บไซต์สูงกว่านิสิตบัณฑิตศึกษา เนื่องจากนิสิตปริญญาตรีเป็นกลุ่มที่ต้องเข้ามาเรียนในและจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดเพื่อประกอบการเรียน และการทำรายงานจึงได้ใช้เว็บไซต์ห้องสมุดในการค้นหาข้อมูลเป็นประจำจึงความการรับรู้คุณภาพเว็บไซต์สูงกว่านิสิตบัณฑิตศึกษา รวมไปถึงความต้องการและความหวังบริการสารสนเทศห้องสมุดงานวิจัยของ วสันต์ สระพ้ง (2563) ศึกษาการประเมินความต้องการจำเป็นในการบริการห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีระบบการศึกษาทางไกล พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิด 2 แห่ง นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีระดับการศึกษา กลุ่มสาขาวิชา และวิธีเรียนต่างกันโดยรวมมีความคิดเห็นต่อสภาพที่ควรเป็นในการบริการห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีจังหวัดที่อาศัยต่างกันโดยรวมมีความคิดเห็นต่อสภาพที่ควรเป็นในการบริการห้องสมุดไม่แตกต่างกัน ส่วนการประเมินความต้องการบริการห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดที่มีระบบการศึกษาทางไกล 4 ด้าน พบว่า ด้านที่มีความต้องการจำเป็นอันดับแรก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ด้านประเภทบริการห้องสมุดออนไลน์ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านประเภทบริการห้องสมุดทางกายภาพ และปริญญา ขวัญเรียง

(2563) ศึกษาสภาพการให้บริการสารสนเทศห้องสมุดมหาวิทยาลัยเปิดในประเทศไทย โดยศึกษากลุ่มผู้บริหารและผู้ให้บริการห้องสมุด พบว่า สภาพการให้บริการสารสนเทศห้องสมุดมหาวิทยาลัยเปิด ประกอบด้วย สภาพการให้บริการทางกายภาพ ประเภทหนังสือ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อมัลติมีเดียและสื่อโสตทัศน และสภาพการให้บริการทางดิจิทัลอย่าง เช่นการให้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาที่พบคือ สื่อสิ่งพิมพ์ไม่ทันสมัย วิธีการสืบค้นไม่สะดวก พื้นที่บริการไม่สามารถรองรับผู้ใช้จำนวนมากได้ รวมทั้งบุคลากรบางส่วนยังให้บริการไม่ถึงระดับความคาดหวังของผู้ใช้หรือให้บริการยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล มีรายละเอียดวิธีการศึกษาโดยแบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ นักศึกษาของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในประเทศไทย ปีการศึกษา 2567 จากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 5) มหาวิทยาลัยรังสิต 6) มหาวิทยาลัยเกริก กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) สำหรับประชากรที่มีจำนวนอนันต์ (Infinite population) สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แห่งละ 65 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน จากนั้นใช้วิธีเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามการวิจัย ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามแบบเลือก (Checklist)

ตอนที่ 2 การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล ลักษณะแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะแบบเติมคำ (Completion)

2.3 นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารห้องสมุดระดับสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.66-1.00 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ถือเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพและสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ จากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขการใช้ภาษาตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

3.2 การหาค่าความเที่ยง (Reliability) การหาค่าความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจริง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการห้องสมุด จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยงด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) แบบสอบถามได้ค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หมายเลขรับรองโครงการวิจัย SWUEC-672536

4.2 เมื่อได้รับใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้ว ดำเนินการขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย

4.3 ผู้วิจัยติดต่อไปยังห้องสมุดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอทราบช่องทางการติดต่อกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบและดำเนินการบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามขั้นตอนดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (Checklist) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และนำเสนอในรูปตาราง

5.1.2 แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนค่า (Rating Scale) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

การคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พิจารณาตามเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.51 - 5.00	มีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	มีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ลูกค้าอยู่ในระดับมาก
2.51 - 3.50	มีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	มีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50	มีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.1.3 คำถามแบบปลายเปิด ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ทำการวิเคราะห์โดยการจัดกลุ่มข้อความหรือประโยค

5.1.4 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยาย

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับบริการ สารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลวิจัยระยะที่ 1

1.1 นำผลการวิจัยที่ได้ในระยะที่ 1 มาสรุปและวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ด้วยวิธี SWOT Analysis เพื่อให้ทราบจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพิ่มเติมด้วยวิธี TOWS Matrix จับคู่กันในรูปแบบเมทริกซ์เพื่อให้แผนกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงป้องกัน

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1.1 มาจัดทำร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับบริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ในการรับบริการสารสนเทศ 2) ช่องทางที่รับบริการสารสนเทศ 3) การบริการสารสนเทศทางกายภาพ 4) การบริการสารสนเทศทางออนไลน์ และ 5) เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก

2. การกำหนดกลุ่มผู้ประเมินร่างกลยุทธ์

ผู้ประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับบริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน ผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 1 คน ผู้ปฏิบัติงานด้านงานบริการส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จำนวน 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจงตามเกณฑ์คุณลักษณะที่กำหนดไว้ดังนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ไม่ต่ำกว่า 10 ปี

2. ผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ที่มีประสบการณ์ในการบริหารงานห้องสมุดไม่ต่ำกว่า 5 ปี

3. ผู้ปฏิบัติงานด้านงานบริการส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ไม่ต่ำกว่า 2 ปี

4. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญทางด้านประชาสัมพันธ์ หรือทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า 10 ปี

3. การสร้างแบบประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

3.1 จัดทำแบบประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิประเมินและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยมีส่วนประกอบในการประเมิน 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบประเมินเพื่อขอความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลในแต่ละกลยุทธ์ ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ มี 2 ตัวเลือก ได้แก่ เห็นด้วย หรือ ไม่เห็นด้วย

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแต่ละกลยุทธ์ ข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด

3.2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องความครอบคลุมของเนื้อหา ก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ภายหลังได้รับหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้วจึงทบทวนผู้ทรงคุณวุฒิและขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นดำเนินการส่งร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์พร้อมแบบประเมินทางอีเมล ถึงผู้ทรงคุณวุฒิและกำหนดวันตอบภายใน 14 วัน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 นำแบบประเมินที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบและดำเนินการดังนี้

5.1.1 ข้อมูลชนิดเลือกตอบ หาฉันทามติจากผู้ประเมิน

5.1.2 ข้อมูลปลายเปิด นำข้อเสนอแนะมาสรุปเนื้อหาตามประเด็นในแบบประเมิน

5.2 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอผลในรูปแบบตาราง แผนภาพ และการบรรยาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลที่ ได้มาทำการวิเคราะห์ทั้งในส่วนของข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยข้อมูลเชิงปริมาณได้ทำการวิเคราะห์สถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลการศึกษา ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. การวิจัยระยะที่ 1 การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล
2. การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยระยะที่ 1 การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุด มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกริก ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบกลับทั้งสิ้น 390 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลของผู้ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
18-22 ปี	79	20.3
23-27 ปี	90	23.1
28-32 ปี	89	22.8
33 ปีขึ้นไป	132	33.8
รวม	390	100.0
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	0.3
ปริญญาตรี	272	69.7
ปริญญาโท	112	28.7
ปริญญาเอก	5	1.3
รวม	390	100.0
3. กลุ่มสาขาวิชา		
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	309	79.2
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	75	19.2
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	6	1.5
รวม	390	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลของผู้ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศทางออนไลน์ของห้องสมุด		
มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	66	16.9
สัปดาห์ละครั้ง	60	15.4
เดือนละครั้ง	60	15.4
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	85	21.8
ไม่เคย	119	30.5
รวม	390	100.0
5. ความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด		
มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	46	11.8
สัปดาห์ละครั้ง	55	14.1
เดือนละครั้ง	59	15.1
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	98	25.1
ไม่เคย	132	33.8
รวม	390	100.0

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 33 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.8) รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุ 23-27 ปี (ร้อยละ 23.1) กลุ่มอายุ 28-32 ปี (ร้อยละ 22.8) ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 69.7) รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 28.7) และระดับปริญญาเอก (ร้อยละ 1.3) ตามลำดับ

ด้านสถาบันการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจาก 6 สถาบัน จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ร้อยละ 79.2) รองลงมาได้แก่ กลุ่มสาขาวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ร้อยละ 19.2) และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ

ด้านความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุด พบว่า การใช้บริการสารสนเทศทางออนไลน์ ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ (ร้อยละ 30.5) รองลงมาได้แก่ ใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง

(ร้อยละ 21.8) และเดือนละครึ่ง (ร้อยละ 15.4) ในขณะที่ความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศทางกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการ (ร้อยละ 33.8) รองลงมาคือกลุ่มที่ใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครึ่ง (ร้อยละ 25.1) และเดือนละครึ่ง (ร้อยละ 15.1)

2. การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในภาพรวมและรายด้าน ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในภาพรวมและรายด้าน

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ	4.09	0.99	มาก
2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ	3.11	1.43	ปานกลาง
3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด	3.75	1.20	มาก
4. ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์	3.90	1.11	มาก
5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	1.16	มาก
รวม	3.75	1.18	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมา ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) และด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ต้องการทราบเกี่ยวกับบริการและกิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุด	3.97	1.01	มาก
2. ต้องการทราบสิทธิประโยชน์ของท่านในการใช้บริการห้องสมุด	4.17	0.93	มาก
3. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.48	0.73	มาก
4. เพื่อค้นคว้าสำหรับการทำวิจัย	4.34	0.88	มาก
5. เพื่อการทำงานและประกอบอาชีพ	4.00	1.08	มาก
6. เพื่อการติดตามข่าวสารและความรู้ทั่วไป	3.92	1.08	มาก
7. เพื่อการพักผ่อนและความบันเทิง	3.78	1.23	มาก
รวม	4.09	0.99	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.48$) รองลงมา เพื่อค้นคว้าสำหรับการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$) และต้องการทราบสิทธิประโยชน์ของท่านในการใช้บริการห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เว็บไซต์ห้องสมุด	3.55	1.35	มาก
2. Facebook	3.82	1.33	มาก
3. Instagram	2.83	1.50	ปานกลาง
4. Line	3.10	1.54	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5. Twitter	2.38	1.43	น้อย
6. YouTube	2.85	1.50	ปานกลาง
7. TikTok	2.87	1.54	ปานกลาง
8. อีเมล	2.85	1.47	ปานกลาง
9. บุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่	3.65	1.28	มาก
10. ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือ โปสเตอร์	3.24	1.39	ปานกลาง
รวม	3.11	1.43	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ Facebook มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$) รองลงมา บุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$) และเว็บไซต์ห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ห้องสมุดจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและบริการช่วยค้นคว้า	3.90	1.18	มาก
2. ห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้ เช่น การฝึกอบรมวิชาการกับห้องสมุด	3.61	1.19	มาก
3. ห้องสมุดมีบริการห้องสมุดสาขาต่างจังหวัด หรือสถาบันอื่นที่อยู่ในข่ายความร่วมมือ	3.49	1.30	ปานกลาง
4. ห้องสมุดมีบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้	4.01	1.13	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
รวม	3.75	1.20	มาก

จากตาราง 5 ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุดโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) รองลงมา คือ ห้องสมุดจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและบริการช่วยค้นคว้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) และห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้อย่าง เช่น การฝึกอบรมวิชาการกับห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.61$) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ห้องสมุดมีบริการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้ทางออนไลน์	3.89	1.11	มาก
2. ห้องสมุดมีบริการฐานข้อมูลออนไลน์	4.01	1.06	มาก
3. ห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้อย่าง เช่น การฝึกอบรมวิชาการออนไลน์	3.78	1.15	มาก
4. ห้องสมุดมีการให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล	3.90	1.14	มาก
5. ห้องสมุดมีบริการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์	3.92	1.11	มาก
รวม	3.90	1.11	มาก

จากตาราง 6 ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีบริการฐานข้อมูลออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) รองลงมา คือ ห้องสมุดมีบริการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทาง

ออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) และห้องสมุดมีการให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ห้องสมุดมีเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ช่วยสืบค้นที่ทันสมัย ระบบบริการผ่านออนไลน์ ช่องทางการเข้าใช้บริการที่หลากหลาย	4.02	1.10	มาก
2. ห้องสมุดมีบริการรองรับการศึกษาและค้นคว้าสำหรับการเรียนการสอนทางไกล	3.96	1.16	มาก
3. ห้องสมุดมีบริการคู่มือการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์	3.95	1.09	มาก
4. ห้องสมุดมีบริการวิดีโอสอนการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์	3.90	1.14	มาก
5. ห้องสมุดมีบริการช่วยเหลือด้านเทคนิคออนไลน์	3.87	1.10	มาก
6. ห้องสมุดมีบริการซอฟต์แวร์เฉพาะทาง เช่น โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โปรแกรมช่วยจัดการบรรณานุกรม	3.77	1.19	มาก
รวม	3.89	1.19	มาก

จากตาราง 7 ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ช่วยสืบค้นที่ทันสมัย ระบบบริการผ่านออนไลน์ ช่องทางการเข้าใช้บริการที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) รองลงมา คือ ห้องสมุดมีบริการรองรับการศึกษาและค้นคว้าสำหรับการเรียนการสอนทางไกล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$) และห้องสมุดมีบริการคู่มือการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$) ตามลำดับ

3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

ตาราง 8 แสดงความถี่ของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

ด้าน	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ	เพื่อการรวมกลุ่มเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น	1
	เพื่อพัฒนาตนเองในด้านเฉพาะทาง	1
2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ	ไม่ทราบว่ามีบริการห้องสมุด	9
	ปรับปรุงช่องทางประชาสัมพันธ์ เพราะค่อนข้างมีจำกัดและไม่ทั่วถึง อยากให้มีหลากหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงได้ง่าย	18
	ควรประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักศึกษาทางไกลและ e-learning ผ่านช่องทางที่ใช้งานจริง เช่น กลุ่มไลน์ของสาขาวิชา	4
	ควรจัดทำรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยหลากหลาย และเข้าถึงง่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์ออฟไลน์ เช่น คอนเทนต์สั้น วิดีโอ Live และกิจกรรมในสถานที่ เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มรับรู้และเข้าใจการให้บริการได้อย่างทั่วถึง	12
	ความเห็นเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว	4
3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด	ต้องการบรรยากาศที่เงียบสงบและเหมาะสมต่อการอ่านหรือทำงาน	3
	อยากให้มีการจัดแบ่งโซนที่ชัดเจน หลากหลาย ใช้งานง่าย และมีร้านกาแฟหรือพื้นที่พักผ่อน	4
	อยากให้หนังสือมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือบันเทิงนิยาย รวมถึงหนังสือภาษาอังกฤษ และต้องการรูปแบบไฟล์ PDF เพื่อความสะดวก	2

ตาราง 8 (ต่อ)

ด้าน	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
3. ด้านการบริการ สารสนเทศ ณ ที่ตั้งของ ห้องสมุด	ขยายเวลาเปิด-ปิดห้องสมุด โดยเฉพาะช่วงวันหยุด	4
	ห้องสมุดมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น	1
4. ด้านการบริการ สารสนเทศออนไลน์	พัฒนาแหล่งข้อมูลออนไลน์ห้องสมุดให้มีหลากหลาย เหมาะสมกับการศึกษาทางไกล	7
	เน้นให้ห้องสมุดจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการใ้ใช้งาน เช่น การอบรมการใช้บริการต่าง ๆ การแนะแนว หรือ การให้คำปรึกษา	4
	ต้องการเนื้อหาที่ทันสมัยและงานวิจัยใหม่ ๆ	2
	ความเห็นที่สะท้อนถึงความพึงพอใจของบริการ ห้องสมุดออนไลน์	5
5. ด้านเครื่องมือและสิ่ง อำนวยความสะดวก	พัฒนาความสะดวกในการใช้บริการสำหรับนักศึกษา ทางไกล เช่น เพิ่มปลั๊ก และจัดให้มีบริการด้านไอที หรือ อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้	3
รวม		84

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความถี่ของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการห้องสมุดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั้งหมด 84 คน ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการ ด้านช่องทางที่รับรู้ ด้านการบริการ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด ด้านบริการออนไลน์ และด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ ผู้ใช้บริการรับรู้บริการของห้องสมุดเพื่อวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น และเพื่อพัฒนาตนเองในด้านเฉพาะทาง

2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ ผู้ใช้บริการเสนอว่า ห้องสมุดควรปรับปรุงช่องทางประชาสัมพันธ์ เพราะค่อนข้างมีจำกัดและไม่ทั่วถึง อยากให้มีหลากหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงได้ง่าย รองลง ควรจัดทำรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย หลากหลาย และเข้าถึงง่าย ทั้ง

ในรูปแบบออนไลน์ ออฟไลน์ เช่น คอนเทนต์สั้น วิดีโอ Live และกิจกรรมในสถานที่ เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มรับรู้และเข้าใจการให้บริการได้อย่างทั่วถึง และไม่ทราบว่ามีการห้องสมุด นอกจากนี้มีผู้ใช้เสนอว่าควรประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักศึกษาทางไกลและ e-learning ผ่านช่องทางที่ใช้งานจริง เช่น กลุ่มไลน์ของสาขาวิชาและมีความเห็นเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว

3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด ต้องการบรรยากาศที่เงียบสงบและเหมาะสมต่อการอ่านหรือทำงาน และจัดแบ่งโซนที่ชัดเจน หลากหลาย ใช้งานง่าย และมีร้านค้าแฟ้มหรือพื้นที่พักผ่อน รวมถึงมีหนังสือมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือบันเทิง นิยาย หนังสือภาษาอังกฤษ และต้องการรูปแบบไฟล์ PDF เพื่อความสะดวก และขยายเวลาเปิด-ปิดห้องสมุด โดยเฉพาะช่วงวันหยุด นอกจากนี้ห้องสมุดมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นจึงเข้าใช้บริการ

4. ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์ พัฒนาแหล่งข้อมูลออนไลน์ห้องสมุดให้มีหลากหลายเหมาะสมกับการศึกษาทางไกล เน้นให้ห้องสมุดจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงาน เช่น การอบรมการใช้บริการต่าง ๆ การแนะแนว หรือการให้คำปรึกษา และต้องการเนื้อหาที่ทันสมัยและงานวิจัยใหม่ ๆ

5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการเสนอว่า ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการสำหรับนักศึกษาทางไกล เช่น เพิ่มปลั๊ก และจัดให้มีบริการด้านไอทีหรืออุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ด้วยวิธี SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จากผลการศึกษาวิจัยระยะที่ 1 เกี่ยวกับการรับรู้บริการสารสนเทศของนักศึกษาทางไกล ซึ่งได้สรุปสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ตลอดจนสะท้อนถึงประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศในบริบทของผู้เรียนทางไกล ในรูปแบบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ตาราง 9 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ 1.1 นักศึกษาเข้าใจเป้าหมายการให้บริการชัดเจนมีทัศนคติเชิงบวกต่อห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ 1.2 นักศึกษามีการรับรู้การให้บริการเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองมากสะท้อนการรับรู้เชิงบวกต่อบทบาทของห้องสมุดในฐานะการพัฒนาตนเอง 1.3 นักศึกษามีการรับรู้การให้บริการเพื่อการค้นคว้าทำวิจัยมาก 1.4 นักศึกษามีการรับรู้การให้บริการเพื่อการทำงานและประกอบอาชีพมาก	1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ 1.1 นักศึกษาส่วนมากตระหนักถึงวัตถุประสงค์ในการให้บริการอย่างชัดเจน แต่การให้บริการยังค่อนข้างน้อยทั้งในรูปแบบออนไลน์และ ณ ที่ตั้งห้องสมุด 1.2 สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการห้องสมุด
2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ 2.1 ช่องทางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Facebook และเว็บไซต์ของห้องสมุดซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานอยู่เป็นประจำ และเว็บไซต์ของห้องสมุดยังเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ให้รายละเอียดบริการสารสนเทศได้อย่างเป็นทางการ รวมทั้งเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้สะดวกและเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้เรียนทางไกล 2.2 นักศึกษาส่วนมากมีความเชื่อมั่นในคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด โดยเฉพาะอาจารย์ เพื่อน หรือรุ่นพี่กลายเป็นช่องทางการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการสารสนเทศ และมักเกิดขึ้นในรูปแบบการแนะนำหรือแชร์ข้อมูลกันในกลุ่มการเรียนรู้	2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ 2.1 ช่องทางประชาสัมพันธ์ยังจำกัดและไม่ทั่วถึง จึงควรเพิ่มความหลากหลายและความสะดวกในการเข้าถึง 2.2 บัญชีประชาสัมพันธ์หรือโปสเตอร์ได้รับการรับรู้เพียงระดับปานกลาง อาจสะท้อนการออกแบบเนื้อหาที่ยังไม่ดึงดูดหรือไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียนทางไกล 2.3 ช่องทางที่ได้รับการรับรู้ค่อนข้างน้อย ได้แก่ Twitter, TikTok, Line และ YouTube แม้จะเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน แต่ห้องสมุดยังขาดการส่งเสริมการใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

ตาราง 9 (ต่อ)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด 3.1 นักศึกษาส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าการใช้บริการจัดเตรียมทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย แม้จะผลการเข้าใช้บริการจะน้อย ซึ่งอาจเกิดจากประสบการณ์เดิมที่เคยใช้บริการในอดีต 3.2 ห้องสมุดมีบริการช่วยค้นคว้า ซึ่งช่วยสนับสนุนการเรียนรู้และการวิจัยส่งผลให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3.3 นักศึกษารับรู้ว่าการบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด	3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด 3.1 นักศึกษาจำนวนมากมีการรับรู้ว่าการใช้บริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด แต่มีข้อจำกัดในการเข้าถึง เนื่องจากระยะทางและรูปแบบการเรียนรู้ที่เป็นออนไลน์ 100% ซึ่งอาจทำให้ไม่เห็นความจำเป็นในใช้บริการ ณ ที่ตั้งห้องสมุด 3.2 แม้การรับรู้บริการพื้นที่สาขาอื่นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งให้เห็นว่าเคยมีการประชาสัมพันธ์แต่ยังไม่ทั่วถึง 3.3 คะแนนการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมอบรมสำหรับผู้ใช้อยู่ในระดับมากแต่น้อยกว่ารายการอื่น กลุ่มเป้าหมายอาจไม่เห็นถึงความสำคัญ
4. ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ 4.1 นักศึกษามีการรับรู้ในงานบริการออนไลน์ในระดับมากแสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการออนไลน์มีประสิทธิภาพในแง่การรับรู้ 4.2 บริการให้คำปรึกษาและช่วยการค้นคว้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกและประสิทธิภาพในการให้บริการ	4. ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ 4.1 แม้ว่าบริการออนไลน์จะมีอยู่ครบถ้วน แต่ การใช้จริงยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับความพร้อมของบริการแสดงว่าการรับรู้ยังไม่สามารถกระตุ้นการใช้งานจริง ได้อย่างเพียงพอ 4.2 ข้อเสนอแนะให้เพิ่มความหลากหลายของแหล่งข้อมูล จัดอบรมออนไลน์ และอัปเดตเนื้อหาสะท้อนว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่ตอบความต้องการเฉพาะด้านของผู้ใช้
5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก 5.1 ห้องสมุดมีเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้ครบครัน เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ ซอฟต์แวร์เฉพาะทาง และบริการช่วยเหลือด้านเทคนิคที่ช่วยลดข้อจำกัดการเรียนรู้ในระบบทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ	5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก 5.1 นักศึกษาบางกลุ่มไม่รู้จักรหัสหรือไม่สามารถเข้าถึงเครื่องมือเหล่านี้ได้ เนื่องจากขาดคู่มือที่เข้าใจง่ายและการแนะนำจากห้องสมุด 5.2 การประชาสัมพันธ์บริการเฉพาะทางยังไม่เด่นชัด

ตาราง 9 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Treats)
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ 1.1 ความต้องการพัฒนาทักษะเฉพาะทางหรือความรู้เฉพาะด้าน เช่น การวิจัย การพัฒนาวิชาชีพ สอดคล้องกับบทบาทของห้องสมุด 1.2 แนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและกำลังเป็นที่นิยมในสังคม ห้องสมุดสามารถประชาสัมพันธ์ในแง่นี้เพื่อแสดงบทบาทในฐานะศูนย์กลางการเรียนรู้	1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ 1.1 ปัจจุบันมีแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ที่หลากหลายและเข้าถึงได้ฟรี เช่น YouTube, MOOCs หรือ เว็บไซต์วิชาการต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ห้องสมุดถูกลดบทบาทลง และเป็นสื่อที่มีการสื่อสารได้ง่ายกว่า
2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ 2.1 พฤติกรรมพึ่งพาสื่อออนไลน์ในช่วงหลังโควิด-19 ทำให้ผู้ใช้บริการคุ้นชินกับการรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น ทำให้มีโอกาสในการประชาสัมพันธ์เข้าถึงได้ง่าย 2.2 การเติบโตของเทคโนโลยีสามารถนำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ เพื่อกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และยิงโฆษณาได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย 2.3 แนวโน้มการใช้สื่อออนไลน์ เช่น วิดีโอสั้น ไลฟ์สตรีม หรือ กิจกรรมออนไลน์ในวงการศึกษามากขึ้นทำให้ห้องสมุดสามารถนำเสนอข้อมูลผ่านรูปแบบใหม่ ๆ ที่เข้าถึงง่ายและดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น	2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ 2.1 ปริมาณข้อมูลในออนไลน์ที่หลากหลายจากองค์กรอื่น ๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน อาจทำให้เนื้อหาของห้องสมุดถูกลดการมองเห็น ถ้าหากการสื่อสารจืดจางไม่ชัดเจน 2.2 ความอิ่มตัวของคอนเทนต์บนโลกออนไลน์ ทำให้ยากต่อการโดดเด่น หากขาดกลยุทธ์ที่น่าสนใจหรือแปลกใหม่ 2.3 ข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร อาจทำให้ห้องสมุดไม่สามารถพัฒนาเนื้อหาสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาแต่ละช่องทางได้อย่างมีคุณภาพ
3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด 3.1 หลังสถานการณ์โควิด 19 พฤติกรรมผู้คนคุ้นเคยกับการใช้บริการออนไลน์และออนไลน์ ห้องสมุดจึงสามารถประชาสัมพันธ์บริการ ณ ที่ตั้งผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เพื่อให้ผู้ใช้รู้จักและเข้าถึงบริการโดยไม่ต้องเดินทางมาเอง 3.2 การมีความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา หรือเครือข่ายห้องสมุดภายนอก เป็นโอกาสในการขยายการเข้าถึงให้ผู้เรียนในทุกพื้นที่	3. ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด 3.1 เมื่อการเรียนรู้เปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์ บทบาทของบริการ ณ ที่ตั้งห้องสมุดลดลง หากไม่สื่อสารให้เห็นความสำคัญ อาจถูกลดความสำคัญ 3.2 กลุ่มผู้เรียนทางไกลส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 33 ปี และเป็นวัยทำงาน ทำให้ไม่สามารถเดินทางมาห้องสมุดได้ง่าย แม้จะมีการประชาสัมพันธ์จำนวนมาก

ตาราง 9 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Treats)
4. ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ 4.1 กระแสการเติบโตของแพลตฟอร์มการเรียนรู้ฟรีผลักดันให้คนทั่วไปการหาความรู้ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งทำให้ห้องสมุดมีโอกาสออกแบบบริการที่คล้ายกันและประชาสัมพันธ์ให้รู้ว่ามีทางเลือกที่เข้าถึงง่ายและฟรีจากห้องสมุด	4. ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ 4.1 ผู้เรียนบางกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มที่อายุเยอะหรือไม่ถนัดเทคโนโลยี อาจไม่สามารถเข้าถึงบริการออนไลน์ได้ดี แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ รวมถึงข้อจำกัดทางด้านอุปกรณ์ด้วย 4.2 ปัจจุบันแหล่งข้อมูลสารสนเทศมีจำนวนมากและสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกจากหลากหลายช่องทางอาจลดบทบาทของห้องสมุดลงในการรับรู้ของผู้ใช้
5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก 5.1 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้ห้องสมุดพัฒนาบริการอัตโนมัติ เช่น AI ช่วยค้นคว้าหรือแชทบอทให้คำปรึกษา 24 ชั่วโมง ซึ่งควรถูกประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน เพื่อสะท้อนศักยภาพของห้องสมุดในฐานะแหล่งสารสนเทศดิจิทัลที่เข้าถึงง่ายและตอบใจแก่ผู้เรียนยุคใหม่	5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก 5.1 ห้องสมุดอาจเผชิญกับข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือบุคลากร ทำให้ไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ ๆ กับความต้องการของผู้เรียน 5.2 เครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ให้บริการบางรายไม่สามารถปรับตัวทัน หรือขาดทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีที่ซับซ้อน 5.3 แม้ว่าเทคโนโลยีจะมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้า แต่นักศึกษาทางไกลส่วนใหญ่ที่มีอายุมากกว่า 33 ปี บางกลุ่มยังไม่ถนัดใช้เทคโนโลยี จึงเข้าถึงบริการสารสนเทศและการสื่อสารของห้องสมุดได้ไม่เต็มที่

2. การสังเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากทั้ง 5 ด้านของการรับรู้บริการสารสนเทศนำมาสังเคราะห์เพื่อให้สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ในภาพรวมได้ดังนี้

ตาราง 10 สรุปการวิเคราะห์ SWOT ภาพรวม

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. นักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกและเข้าใจวัตถุประสงค์การใช้บริการชัดเจน ทั้งด้านการเรียนรู้ การวิจัย และการทำงาน 2. ห้องสมุดมีช่องทางประชาสัมพันธ์และการแนะนำผ่านบุคคลที่น่าเชื่อถือ เช่น อาจารย์ และสื่อออนไลน์หลักอย่าง Facebook และเว็บไซต์ 3. นักศึกษารับรู้ bahwa ห้องสมุดมีบริการและทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย รองรับทั้งการค้นคว้า การอ่าน และการทำงานในพื้นที่ 4. ห้องสมุดมีบริการออนไลน์ที่ได้รับการรับรู้สูง โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาและช่วยค้นคว้า 5. นักศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ห้องสมุดมีเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้หลากหลาย	1. แม้นักศึกษาจะเข้าใจวัตถุประสงค์ของบริการ แต่ยังไม่มีการใช้งานบริการทั้งออนไลน์และที่ตั้งในระดับต่ำ 2. ช่องทางประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมและไม่สอดคล้องกับช่องทางที่ผู้ใช้บริการใช้จริง ทำให้การรับรู้บางช่องทางอยู่ในระดับต่ำ 3. สื่อประชาสัมพันธ์ขาดความน่าสนใจ และไม่ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์เฉพาะด้านของผู้ใช้บริการ 4. ข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร ทำให้ห้องสมุดไม่สามารถพัฒนาเนื้อหาและเครื่องมือสื่อสารให้ทันสมัยและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 5. นักศึกษาบางส่วนไม่รู้จัก หรือ ไม่สามารถเข้าถึงเครื่องมือและบริการได้ เนื่องจากขาดคำแนะนำและคู่มือที่เข้าใจง่าย
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. ความต้องการพัฒนาทักษะเฉพาะทาง และแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมให้ห้องสมุดแสดงบทบาทในฐานะศูนย์กลางของแหล่งเรียนรู้ 2. พฤติกรรมของผู้ใช้หลังโควิด-19 ทำให้คุ้นเคยกับการรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น 3. เทคโนโลยีสมัยใหม่เปิดโอกาสในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ทำให้สื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น 4. แนวโน้มการใช้สื่อออนไลน์ เช่น วิดีโอสั้น โดฟ สตรีม หรือ กิจกรรมออนไลน์ในวงการการศึกษามากขึ้นทำให้ห้องสมุดสามารถนำเสนอข้อมูลผ่านรูปแบบใหม่ ๆ	1. ความหลากหลายและเข้าถึงง่ายของแหล่งเรียนรู้ออนไลน์อื่น ๆ เช่น YouTube, MOOCs หรือ เว็บไซต์วิชาการต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้มีทางเลือกมากขึ้น อาจลดความสนใจต่อบริการของห้องสมุด 2. ความอึดตัวของคอนเทนต์ออนไลน์และการแข่งขันสูง ทำให้ห้องสมุดดึงดูดความสนใจได้ยาก หากขาดกลยุทธ์ที่โดดเด่น 3. พฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์อาจลดบทบาทของบริการ ณ ที่ตั้งห้องสมุด หากไม่สื่อสารให้เห็นความสำคัญ

ตาราง 10 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
5. แนวโน้มความร่วมมือระหว่างห้องสมุดมหาวิทยาลัย ห้องสมุดประชาชน และหน่วยงานทางการศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ห้องสมุดมีโอกาสขยายช่องทางประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงบริการได้มากขึ้น 6. กระแสการเติบโตของแพลตฟอร์มการเรียนรู้ฟรี ผลักดันให้คนทั่วไปการหาความรู้ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งทำให้ห้องสมุดมีโอกาสออกแบบบริการที่คล้ายกัน และประชาสัมพันธ์ให้รู้ว่ามีทางเลือกที่เข้าถึงง่ายและฟรีจากห้องสมุด	4. กลุ่มผู้เรียนทางไกลส่วนใหญ่มีอายุมาก เป็นวัยทำงาน หรือไม่ถนัดเทคโนโลยี อาจเข้าถึงบริการออนไลน์ของห้องสมุดได้ไม่ดี แม้มีการประชาสัมพันธ์

3 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ทางเลือกเชิงกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งพิจารณาการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อระบุแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดได้ผล มีดังนี้

ตาราง 11 ผลร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ชื่อกลยุทธ์	การจับคู่ปัจจัย (SWOT)	ประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนา
กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมบทบาทห้องสมุดให้เป็นแหล่งพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	S2, O1, O5	ใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีการรับรู้มากที่สุด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ที่ตอบโจทย์การศึกษาและการพัฒนาทักษะชีวิต
กลยุทธ์ SO2 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายความร่วมมือการสื่อสารภายในองค์กร	S2, O5	พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อขยายการรับรู้บริการห้องสมุดสู่กลุ่มผู้ใช้บริการให้กว้างขึ้น
กลยุทธ์ SO3 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายพันธมิตรประชาสัมพันธ์	S1, S2, O1, O4, O5	พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานของรัฐ หรือ เอกชน เพื่อขยายการรับรู้บริการห้องสมุดสู่กลุ่มผู้ใช้บริการให้กว้างขึ้น

ตาราง 11 (ต่อ)

ชื่อกลยุทธ์	การจับคู่ปัจจัย (SWOT)	ประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนา
กลยุทธ์ WO1 ส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดผ่านช่องทางดิจิทัล	W1, W2, W3, W5, O2, O3, O4	ปรับปรุงรูปแบบสื่อและช่องทางประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจและเข้าถึงง่าย โดยออกแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานของนักศึกษาในปัจจุบันเพื่อกระตุ้นการรับรู้
กลยุทธ์ WO2 กลยุทธ์พัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	W4, O1	ห้องสมุดมีข้อจำกัดในการผลิตสื่อ จึงต้องพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สามารถผลิตสื่อได้เอง
กลยุทธ์ WO3 กลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้การใช้บริการห้องสมุด	W1, O1	ส่งเสริมการใช้งานบริการห้องสมุดให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเรียนรู้ในปัจจุบัน โดยออกแบบกิจกรรมหรือบริการให้เชื่อมโยงกับความต้องการของผู้เรียนและกระตุ้นให้เกิดการใช้งานจริง
กลยุทธ์ ST1 สร้างความเชื่อมั่นผ่านประสบการณ์ผู้ใช้บริการ	S1, S2, T1, T2	ในปัจจุบันมีแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ภายนอกจำนวนมาก ห้องสมุดจึงต้องใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือและความใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการที่เป็นจุดแข็งในการสื่อสาร ท่ามกลางคอนเทนต์ที่หลากหลายและการแข่งขันสูงในโลกออนไลน์
กลยุทธ์ ST2 สร้างความน่าเชื่อถือด้วยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด	S1, S2, S3, T1, T2, T3, T4	พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเชิงลึกผ่านบุคคลที่น่าเชื่อถือ พร้อมออกแบบเนื้อหาให้ตรงจุดและปรับการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไป
กลยุทธ์ ST3 พัฒนาสื่อแนะนำบริการแบบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ	S2, S5, T4	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจง่าย และเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อช่วยให้กลุ่มผู้ใช้ที่ไม่ถนัดเทคโนโลยีสามารถเข้าถึงเครื่องมือและบริการออนไลน์ของห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตาราง 11 (ต่อ)

ชื่อกลยุทธ์	การจับคู่ปัจจัย (SWOT)	ประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนา
กลยุทธ์ WT1 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เชิงความรู้	W1, T1, T6	ผู้ให้บริการมีการรับรู้ bahwa ห้องสมุดมีประโยชน์ แต่ไม่ใช้งานจริง แสดงว่า สื่อสารยังไม่สร้างแรงจูงใจมากพอ ประกอบกับ กระแสแหล่งเรียนรู้ที่เข้าถึงง่าย และแพลตฟอร์มการเรียนรู้ฟรี จึงควรพัฒนาสื่อห้องสมุดที่ให้ความรู้เข้าถึงง่าย ควบคู่กับแพลตฟอร์มที่ใช้งานได้ฟรี เพื่อส่งเสริมการใช้งานบริการห้องสมุดให้เพิ่มขึ้น
กลยุทธ์ WT2 คัดสรรแหล่งเรียนรู้คุณภาพเพื่อผู้ให้บริการ	W1, W3, W4, T1, T2	พัฒนาบทบาทของห้องสมุดให้เป็นผู้ช่วยคัดกรอง และแนะนำแหล่งเรียนรู้คุณภาพ เพื่อช่วยผู้ให้บริการประหยัดเวลาเลือกเนื้อหาท่ามกลางแหล่งเรียนรู้ที่มีจำนวนมาก และกระตุ้นให้เกิดการใช้งานบริการห้องสมุดผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ให้บริการ
กลยุทธ์ WT3 ประเมินผลและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์	W1, W2, W3, T2, T3	ประเมินและปรับสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับช่องทางที่ผู้ใช้ใช้งานจริง โดยเน้นให้สื่อมีความน่าสนใจ ทันสมัย และสื่อสารคุณค่าของบริการห้องสมุดได้ชัดเจน ให้เหมาะสมกับยุคปัจจุบันที่คอนเทนต์มีหลากหลายรูปแบบและการแข่งขันสูง

จากตารางที่ 11 ผลร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่ได้จากการจับคู่ TOWS Matrix ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO), กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO), กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT)

4. ร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ในการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ TOW Matrix และประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนางานกลยุทธ์มาจัดทำเป็นร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล จากนั้นนำร่างดังกล่าวเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ราย เพื่อประเมินความเหมาะสมและให้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วนำมาสรุปผลการพัฒนากลยุทธ์ประชาคมสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้านตามวิธีวิเคราะห์ TOW Matrix และกลยุทธ์จำนวน 12 กลยุทธ์ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

(1) กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมบทบาทห้องสมุดให้เป็นแหล่งพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตและสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งในด้านการศึกษา การพัฒนาตนเอง และการฝึกทักษะในชีวิต

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะ
2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการห้องสมุดแห่งชีวิต Library for Life @Anywhere	แคมเปญประชาสัมพันธ์เชิงภาพลักษณ์ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของผู้ใช้บริการกับห้องสมุดในการใช้บริการจากระยะไกล สำหรับการการศึกษา การวิจัย หรือการพัฒนาทักษะเพื่ออาชีพ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง Storytelling ในรูปแบบสื่อสมัยใหม่ Reels Podcast หรือ TikTok เช่น คลิปสั้น “เรียนจากที่บ้านก็ใช้ห้องสมุดได้” ให้เห็นว่าห้องสมุดสนับสนุนการเรียนรู้แม้อยู่ห่างไกล ตลอดจนคลิปบอกเล่าความประทับใจจากผู้ใช้บริการในมิติอื่นที่สะท้อนว่าห้องสมุดไม่ได้ตอบโจทยเพียงด้านการศึกษา แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพชีวิตอีกด้วย
2. โครงการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสารสนเทศให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการแตกต่างกัน เน้นออกแบบสื่อออนไลน์ที่ตอบโจทยผู้เรียนจากระยะไกล เช่น การจัดทำสื่อเรื่อง “ห้องสมุดช่วยอะไรคุณได้บ้าง” “บริการไหนที่เหมาะสมกับคุณ” โดยแบ่งเป้าหมายการผลิตสื่อ เพื่อการค้นคว้า การเตรียมสอบ หรือการพัฒนาตนเอง รวมถึงการพัฒนาระบบ “แจ้งเตือนเฉพาะบุคคล” ที่เชื่อมโยงกับระบบ LMS หรืออีเมลของนักศึกษา เพื่อนำบริการที่สอดคล้องกับคณะ/ สาขา เช่น การแจ้ง

	แหล่งข้อมูลวิจัยเฉพาะสาขาวิชา หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียน
3. โครงการพัฒนาทักษะการใช้บริการ	จัดอบรม หรือ เวิร์กช็อปรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ที่ช่วยให้นักศึกษาทางไกลสามารถใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การอบรมฐานข้อมูลเพื่อวิจัย, การพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัล หรือการพัฒนาทักษะอาชีพ และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในมหาวิทยาลัย เช่น สถาบันภาษา หรือ ศูนย์พัฒนาทักษะอาชีพ เพื่อสร้างกิจกรรมที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการทางไกลโดยเฉพาะ
4. โครงการคู่มือการเริ่มต้นใช้บริการสารสนเทศสำหรับผู้ให้บริการรายใหม่	จัดทำคู่มือ หรือคลิปวิดีโอแนะนำขั้นตอนการใช้งานบริการห้องสมุดในรูปแบบที่กระชับและเข้าใจง่าย เช่น การสมัครสมาชิก การยืมคืนออนไลน์ หรือการเข้าถึงฐานข้อมูล ผ่านช่องทาง Facebook, LINE, เว็บไซต์ หรือ รูปแบบแผ่นพับ และออกแบบให้รองรับการใช้งานผ่านมือถือ และผนวกกับระบบ Chatbot สามารถโต้ตอบได้ทันที เพื่อช่วยให้นักศึกษาทางไกลเริ่มต้นใช้งานได้อย่างง่าย ลดอุปสรรคสามารถเข้าถึงได้ทุกเวลา

(2) กลยุทธ์ SO2 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายความร่วมมือการสื่อสารภายในองค์กร
วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับคณาจารย์และหน่วยงานภายในองค์กร
ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

ตัวชี้วัด

1. จำนวนสาขาวิชาหรืออาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือสื่อสารบริการห้องสมุด
รายละเอียดโครงการ
2. จำนวนรายวิชาที่มีการใช้บริการห้องสมุดเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน
3. ร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมห้องสมุดของนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการบูรณาการบริการ สารสนเทศกับการเรียนการ สอนผ่านความร่วมมือทาง วิชาการ	สร้างความร่วมมือกับอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชา/ หลักสูตร เพื่อใช้ ช่องทางของอาจารย์ในการสื่อสารบริการห้องสมุดสู่ผู้เรียน โดย อาศัยความสัมพันธ์เชิงวิชาการและความเชื่อถือในบทบาทของ อาจารย์ การดำเนินงานประกอบด้วยการออกแบบกิจกรรมร่วมกับ อาจารย์เพื่อบูรณาการการใช้บริการห้องสมุดเข้ากับการเรียนการ สอนในรายวิชา เช่น การมอบหมายให้นักศึกษาใช้ฐานข้อมูลของ ห้องสมุดในการทำรายงาน การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาทักษะการ ค้นคว้า หรือการจัดกิจกรรมเรียนรู้นอกชั้นเรียนโดยใช้ทรัพยากรของ ห้องสมุด และใช้ช่องทางการสื่อสารที่อาจารย์มีอยู่แล้วในชั้นเรียน เช่น Google Classroom, E-Learning, หรือกลุ่มโซเชียลมีเดียของ กลุ่มเรียน
2. โครงการประสานงานและ สื่อสารร่วมกับหน่วยงาน ภายใน	เชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดผ่านหน่วยงานอื่น เช่น งานประชาสัมพันธ์หลักขององค์กร งานวิชาการ งานแนะแนว หรือ กลุ่มกิจกรรมนักศึกษา เพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในระดับองค์กร โดยดำเนินการผ่านการแต่งตั้งผู้แทนประสานงาน ในแต่ละหน่วยงาน การจัดประชุมเครือข่ายรายไตรมาสเพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลและวางแผนร่วมกัน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่าน กิจกรรมและการเผยแพร่ข่าวสาร รวมทั้งกำหนดเกณฑ์วัดผลด้าน การเผยแพร่และปฏิสัมพันธ์ พร้อมมอบรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ และยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารของเครือข่าย

(3) กลยุทธ์ SO3 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายพันธมิตรประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

เพื่อขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์และการให้บริการของห้องสมุดผ่านความ
ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ห้องสมุดในเครือ และห้องสมุดภายนอก

ตัวชี้วัด

1. จำนวนหน่วยงานภายนอกที่ร่วมเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
2. จำนวนกิจกรรม หรือ บริการที่มีความร่วมมือกันระหว่างห้องสมุด

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการเครือข่ายความร่วมมือบริการห้องสมุด	สร้างความร่วมมือระหว่างห้องสมุดต่างสาขา สถาบันการศึกษา ห้องสมุดประชาชน หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์และการให้บริการ ห้องสมุดอย่างครอบคลุมมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือการจัดตั้ง เครือข่ายพันธมิตรทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ จัดประชุม เครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ การแบ่งปันทรัพยากร และการจัดกิจกรรม ร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ในฐานะแหล่งเรียนรู้ร่วมสมัยและ สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

(1) กลยุทธ์ WO1 ส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดผ่านช่องทางดิจิทัล

วัตถุประสงค์

ส่งเสริมการรับรู้และการเข้าถึงบริการสารสนเทศของห้องสมุด ผ่านช่องทางดิจิทัลที่หลากหลาย ออกแบบเนื้อหาและวิธีการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้ใช้บริการทางไกล

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. ร้อยละของผู้ใช้ที่พึงพอใจในความน่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่ายของสื่อ

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการการสร้างการรับรู้บริการห้องสมุดผ่านสื่อสร้างสรรค์ออนไลน์	ผลิตคอนเทนต์ไวรัล มุกฮา มีม และการล้อเลียนที่ผู้ใช้งานคุ้นเคยบนแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง TikTok, Facebook, Instagram เพื่อสร้างการรับรู้ว่าห้องสมุดมีบริการอะไร เน้นความบันเทิงควบคู่กับสาระ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้งานเกิดความสนใจ เพราะนักศึกษาทางไกลหรือผู้เรียนออนไลน์มักคุ้นเคยกับการรับข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย คอนเทนต์เหล่านี้จะช่วยให้บริการของห้องสมุดดูเข้าถึงง่าย ไม่ทางการเกินไป และเกิดการจดจำได้ดีในระยะยาว
2. โครงการพัฒนาสื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการใช้งานบริการ	จัดทำคลิปวิดีโอคู่มือการใช้งานบริการ เช่น วิธีค้นหาหนังสือ การใช้งานข้อมูลออนไลน์ การสมัครสมาชิกห้องสมุด การยืมหนังสือ

ชื่อโครงการ	แนวคิด
สารสนเทศ	อิเล็กทรอนิกส์ หรือการเข้าถึงเครือข่ายฐานข้อมูลภายนอก โดยจะมีความยาวเหมาะสม เข้าใจง่าย และมีภาพประกอบขั้นตอนการใช้งานจริง เผยแพร่ผ่านช่องทาง YouTube ของห้องสมุด ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย รองรับการดูย้อนหลัง และสามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ห้องสมุดหรือแพลตฟอร์มอื่นได้สะดวก
3. โครงการรู้เร็ว ใช้เป็น บริการสารสนเทศใน 1 นาที	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอสั้น หรือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวแบบสั้น ใช้เวลาไม่เกิน 1 นาที เกี่ยวกับบริการสารสนเทศของห้องสมุด เช่น การนำเสนอขั้นตอนการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุดอย่างกระชับ ขอความช่วยเหลือจากบรรณารักษ์ใน 3 ขั้นตอน เป็นต้น เน้นใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ ภาพเคลื่อนไหวดึงดูดความสนใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลได้ในเวลาจำกัด เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม เช่น ช่องทาง Facebook, Instagram, TikTok
4. โครงการสื่อสารข่าวสารและบริการห้องสมุด	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องทั่วไปของห้องสมุด เช่น ข่าวสาร กิจกรรม แนะนำหนังสือใหม่ ฐานข้อมูลที่น่าสนใจ ผ่านรูปแบบโปสเตอร์ โพสต์เฟซบุ๊ก อินโฟกราฟิก และบทความ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารห้องสมุดโดยเน้นการนำเสนอที่เรียบง่ายแต่ตรงจุด

(2) กลยุทธ์ WO2 กลยุทธ์พัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

เพิ่มทักษะและสมรรถนะของบุคลากรห้องสมุดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเสริมศักยภาพในการผลิตสื่อดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของบุคลากรห้องสมุดที่เข้าร่วมการอบรม
2. จำนวนครั้งของกิจกรรมที่จัดขึ้นต่อปี
3. จำนวนนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตโดยบุคลากร

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการพัฒนาทักษะการ ประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล	จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับเจ้าหน้าที่ห้องสมุดเพื่อเพิ่มสมรรถนะบุคลากรห้องสมุดด้านการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการวางกลยุทธ์เนื้อหาดิจิทัล การคิดเชิงออกแบบ การออกแบบสื่อและตัดต่อวิดีโออย่างง่าย การจัดการโซเชียลมีเดีย และการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ นอกจากนี้จัดประชุมวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้บริการภายในหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ และศึกษาดูงานหน่วยงานเครือข่าย เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

(3) กลยุทธ์ WO3 กลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้การใช้บริการห้องสมุด

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการผ่านกิจกรรมที่ในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นการใช้บริการสารสนเทศ และพัฒนาภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้เรียนยุคดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์และออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น
2. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
3. จำนวนกิจกรรมที่จัดต่อปี

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการเปิดประสบการณ์กับห้องสมุดเพื่อ การเรียนรู้ตลอดชีวิต	จัดกิจกรรมหรืออีเวนต์ในเรื่องทางวิชาการ เรื่องทั่วไปเกี่ยวกับการใช้ชีวิต สุขภาพจิต สุขภาพกาย รวมถึงเรื่องที่กำลังเป็นกระแสนิยม เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือ AI เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะการคิด และทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งไม่เพียงมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ แต่ยังมีเป้าหมายในการดึงดูดผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้พื้นที่ของห้องสมุดมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ทรัพยากร

ชื่อโครงการ	แนวคิด
	สารสนเทศของห้องสมุดควบคู่ไปกับกิจกรรม เช่น การจัดแสดงหนังสือหรือสื่อในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง การแนะนำฐานข้อมูลเฉพาะทาง หรือการจัดมุมบริการเฉพาะกิจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ได้อย่างสะดวกและช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ และสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับห้องสมุดในฐานะพื้นที่แห่งการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสังคม
2. โครงการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมออนไลน์ห้องสมุด	จัดกิจกรรมออนไลน์ในหัวข้อที่สอดคล้องกับความสนใจร่วมสมัย เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมและดึงดูดผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดในรูปแบบออนไลน์ เช่น ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ e-Books หรือบริการตอบคำถามออนไลน์ ผ่านช่องทางดิจิทัลที่เข้าถึงง่าย เช่น Facebook Live, Zoom หรือ Microsoft Team พร้อมสอดแทรกการแนะนำแหล่งข้อมูลและบริการออนไลน์ของห้องสมุดในแต่ละกิจกรรม เพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างความคุ้นเคยในการใช้งาน ซึ่งจะช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้ และเสริมสร้างบทบาทของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

4.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

(1) กลยุทธ์ ST1 สร้างความเชื่อมั่นผ่านประสบการณ์ผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวกของห้องสมุดผ่านประสบการณ์ตรงของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. ระดับการรับรู้ที่ห้องสมุดเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการเสียงจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ	ใช้ประสบการณ์ตรงของผู้ใช้บริการ เช่น ศิษย์เก่า นักศึกษาปัจจุบัน นำเสนอในรูปแบบวิดีโอ LIVE หรือโพสต์บนสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างแรงจูงใจและความเชื่อมั่นให้กับบริการของห้องสมุด พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมการรีวิว เช่น แจกของที่ระลึกสำหรับการแสดงความคิดเห็น เปิดพื้นที่รีวิวบน Facebook และ Google Maps เพื่อให้ยอดวิวสถานที่ไปทางเชิงบวกและคัดเลือกรีวิวที่ดีมาทำภาพประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นการสื่อสารเชิงจูงใจในการใช้บริการห้องสมุด

(2) กลยุทธ์ ST2 สร้างความน่าเชื่อถือด้วยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริการห้องสมุด โดยอาศัยการสื่อสารผ่านผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และใช้บริการ

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. จำนวนบุคคลหรือผู้ทรงอิทธิพลที่เข้าร่วมผลิตสื่อกับห้องสมุด
3. ร้อยละการเข้าใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการ Library Influencer	คัดเลือกผู้ทรงอิทธิพล เช่น อาจารย์ นักวิจัย นักเขียน นักศึกษา ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง หรือ Influencer สายที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดได้ มาร่วมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กับห้องสมุด ในแง่มุมที่เชื่อมโยงกับความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล เช่น การแนะนำหนังสือ บริการออนไลน์ การใช้ฐานข้อมูล การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นต้น ผ่านรูปแบบที่เข้าถึงง่าย เช่น วิดีโอคลิปสั้น Live หรือ Reels รวมทั้งช่องทางของบุคคลผู้ทรงอิทธิพล เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและกระตุ้นให้เกิดการใช้งานบริการห้องสมุดอย่างแพร่หลาย
2. โครงการถามตอบบริการออนไลน์ Librarian LIVE	การถ่ายทอดสด (Live) ผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการห้องสมุด เช่น การค้นข้อมูล ฐานข้อมูลออนไลน์ หรือขั้นตอนการยืม-คืน ได้แบบเรียลไทม์กับบรรณารักษ์หรือวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

(3) กลยุทธ์ ST3 พัฒนาสื่อแนะนำบริการแบบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละ

กลุ่มเป้าหมาย

ตัวชี้วัด

1. จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ที่จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย

2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการสื่อสารบริการห้องสมุดเพื่อตอบโจทย์ทุกวัย	นักศึกษาทางไกลมีความหลากหลายในด้านอายุและทักษะดิจิทัล เน้นการออกแบบสื่อที่เหมาะสมจากการวิเคราะห์พฤติกรรมความรู้และความถนัดในการใช้งานเทคโนโลยีของกลุ่มผู้ใช้บริการแต่ละช่วงวัย เช่น กลุ่มเด็กรุ่นใหม่นิยมคลิปสั้น ๆ หรืออินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่าย กลุ่มวัยทำงานเน้นเนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย กลุ่ม

ชื่อโครงการ	แนวคิด
	ผู้สูงอายุเน้นคู่มือที่มีขั้นตอนชัดเจน ส่งผ่านอีเมลหรือช่องทางออนไลน์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ พร้อมเปิดช่องทางให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการแสดงความเห็นเพื่อพัฒนาสื่อให้ตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการสื่อสารในลักษณะส่วนบุคคล เพื่อให้แต่ละกลุ่มรู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและสามารถเข้าใจบริการของห้องสมุดได้ง่ายขึ้น

4.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

(1) กลยุทธ์ WT1 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เชิง

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมบทบาทของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงให้ความรู้ที่เข้าถึงง่าย ฟรี และตอบโจทย์การเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการผลิต /แนะนำแหล่งเรียนรู้
2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับแหล่งเรียนรู้

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการพัฒนาคัลังความรู้สู่แหล่งเรียนรู้ร่วมสมัย	ปัจจุบันนิยมใช้แพลตฟอร์มการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น YouTube, MOOC หรือ Podcast ในการพัฒนาตนเอง ห้องสมุดต้องปรับบทบาทจากผู้ให้บริการทรัพยากรสู่ผู้สร้างแหล่งเรียนรู้ที่เข้าถึงได้ง่าย โดยนำเสนอเนื้อหาสาระจากหนังสือที่มีให้บริการในรูปแบบหลากหลาย เช่น วิดีโอ Storytelling, Podcast, คลิปแนะนำการใช้ฐานข้อมูล บทเรียนการพัฒนาทักษะเฉพาะทาง โดยจัดทำเป็น Playlist และแยกหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ทุกเวลา การจัดทำเน้นการสื่อสารเชิงความรู้มากกว่าการนำเสนอเพียงข่าวสารอย่างเดียว จะช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกว่าถูกยัดเยียดการนำเสนอมากเกินไป แต่รู้สึกว่าได้ประโยชน์ รวมทั้งมีการประเมินผลจากการมีส่วนร่วม เพื่อนำมาวัดผลการใช้งานและนำไปพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(2) กลยุทธ์ WT2 คัดสรรแหล่งเรียนรู้คุณภาพเพื่อผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อขยายบทบาทจากผู้ให้บริการสู่การคัดสรรแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพจากภายนอก
แก่ผู้ใช้บริการห้องสมุด

ตัวชี้วัด

1. จำนวนแหล่งเรียนรู้ที่คัดสรรและเผยแพร่
2. จำนวนผู้เข้าชมหรือดาวน์โหลดข้อมูลที่แนะนำ

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการคัดสรรแหล่งเรียนรู้	ท่ามกลางแหล่งเรียนรู้ในปัจจุบันที่มีจำนวนมาก ห้องสมุดจึงทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองเนื้อหาที่มีคุณภาพและชี้แนะทางเลือกที่เหมาะสม พัฒนารูปแบบบทบาทของห้องสมุดในการเป็นศูนย์รวมแหล่งเรียนรู้คุณภาพ โดยการคัดสรรและแนะนำแหล่งเรียนรู้ภายนอกที่มีคุณภาพและเข้าถึงได้ฟรี เช่น คอร์สเรียนออนไลน์ บทความวิชาการ พอดแคสต์ และสื่อมัลติมีเดียจากองค์กรที่เชื่อถือได้ ทำการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอและจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้จัดทำเกณฑ์ให้ชัดเจนในการคัดเลือกและประเมินแหล่งข้อมูล รวมทั้งคัดสรรแหล่งเรียนรู้เฉพาะรายวิชาที่สอดคล้องกับหลักสูตร เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และห้องสมุดในด้านแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต

(3) กลยุทธ์ WT3 ประเมินผลและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

เพิ่มประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสาร ผ่านการติดตามผลและการประเมินผล เพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัด

1. จำนวนช่องทางที่มีการประเมินผลหรือปรับตามพฤติกรรม
2. การเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
3. จำนวนการปรับปรุงสื่อ /ตารางเผยแพร่ตามข้อมูลวิเคราะห์

ชื่อโครงการ	แนวคิด
1. โครงการ Insight-Driven Library Communication: วิเคราะห์พฤติกรรม ออกแบบสื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	พัฒนาการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะนักศึกษาทางไกลซึ่งมีความหลากหลายในการเข้าถึงข้อมูล จึงต้องออกแบบและบริหารจัดการช่องทางให้ตรงกับลักษณะการใช้งาน โดยสำรวจพฤติกรรมจากสถิติหลังบ้าน และกำหนดบทบาทช่องทางให้ชัดเจน เช่น LINE สำหรับการแจ้งข่าวสาร TikTok สำหรับคลิปสั้น แนะนำบริการแบบไวรัล Facebook สำหรับเนื้อหาให้ข้อมูล หรือ ประกาศทั่วไป และกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่สื่อแต่ละประเภทให้ต่อเนื่องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ รวมถึงการออกแบบแดชบอร์ดติดตามผลรายเดือนที่แสดงการมีส่วนร่วม ความนิยมของเนื้อหา และประสิทธิภาพของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อติดตามว่าผู้ใช้ตอบสนองต่อสื่อแต่ละประเภทอย่างไร แล้วนำผลมาปรับกลยุทธ์การเผยแพร่และการผลิตเนื้อหา

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายในการศึกษา 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล การดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ผู้วิจัยได้นำเสนอการสรุปผลการวิจัย ตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมายวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผลการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในประเทศไทย ปีการศึกษา 2567 จากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง แห่งละ 65 คน จำนวน 390 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ (แบบตรวจสอบรายการ) ตอนที่ 2 การรับรู้บริการสารสนเทศ (แบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ) และตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (แบบปลายเปิด) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพัฒนาแบบสอบถาม จากนั้นจึงเสนอให้ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาก่อนนำไปใช้งานจริง

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ด้านบรรณารักษศาสตร์ ด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารห้องสมุดระดับสถาบันอุดมศึกษา นำผลไปคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งอยู่ในช่วง 0.66–1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาเพียงพอ จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด (0.70) จึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หมายเลขโครงการ SWUEC-672536 และขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอ

ความอนุเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดำเนินการติดต่อกับห้องสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัยเพื่อขอทราบช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มนักศึกษาและดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลจากแบบมาตราประมาณค่า ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมแปลความหมายตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2560)

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะดำเนินการจัดกลุ่มคำตอบและประมวลผลในลักษณะของการสังเคราะห์ข้อความ

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลวิจัยระยะที่ 1

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากระยะที่ 1 มาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยครอบคลุมแนวคิดการวิจัย 5 ด้าน ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ 2) ช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ 3) การบริการสารสนเทศทางกายภาพ 4) การบริการสารสนเทศทางออนไลน์ 5) เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก และนำมาสังเคราะห์เป็นภาพรวม จากนั้นนำมาวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ต่อการจัดการ TOWS Matrix เพื่อจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก ออกมาเป็นกลยุทธ์ 4 ประเภท ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงรับ (WO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)

2. การกำหนดกลุ่มผู้ประเมินร่างกลยุทธ์

เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการนำไปใช้จริงได้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน โดยพิจารณาคุณลักษณะเฉพาะด้าน ประกอบด้วย 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ 2 คน 2) ผู้บริหารห้องสมุดจากมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรทางไกล 1 คน 3) ผู้ปฏิบัติงานด้านส่งเสริมบริการในห้องสมุด 1 คน 4) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน

3. การสร้างแบบประเมินร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

แบบประเมินที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิมี 2 ส่วน คือ

3.1 ส่วนที่ 1 แบบเลือกตอบเพื่อประเมินความเห็นต่อกลยุทธ์แต่ละข้อ ได้แก่ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

3.2 ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเพื่อเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแต่ละกลยุทธ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมิน

เมื่อได้รับแบบประเมินคืนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 คน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนของคำตอบและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ข้อมูลแบบเลือกตอบ วิเคราะห์โดยหาฉันทามติ (Consensus) เพื่อพิจารณาความเห็นชอบในแต่ละกลยุทธ์

4.2 ข้อมูลแบบปลายเปิด ทำการจัดหมวดหมู่ข้อเสนอแนะตามประเด็นในแบบประเมิน และนำผลมาสังเคราะห์เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4.3 นำเสนอผลการพัฒนากลยุทธ์ในรูปแบบตาราง แผนภาพ และการบรรยายเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัยการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุด มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเกริก ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบกลับทั้งสิ้น 390 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 33 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.8) กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 69.7) อยู่ในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ร้อยละ 79.2) ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสารสนเทศทางออนไลน์ (ร้อยละ 30.5) และส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด (ร้อยละ 33.8)

2. การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกลในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกการรับรู้เป็นรายด้าน พบผลการวิจัยดังนี้

2.1 ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ เพื่อค้นคว้าสำหรับการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และต้องการทราบสิทธิประโยชน์ของท่านในการใช้บริการห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ Facebook มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ บุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเว็บไซต์ห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ห้องสมุดจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและบริการช่วยค้นคว้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้ เช่น การฝึกอบรมวิชาการกับห้องสมุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีบริการฐานข้อมูลออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ห้องสมุดมีบริการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และห้องสมุดมีการให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ห้องสมุดมีเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ช่วยสืบค้นที่ทันสมัย ระบบบริการ

ผ่านออนไลน์ ช่องทางการเข้าใช้บริการที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ห้องสมุดมีบริการรองรับการศึกษาและค้นคว้าสำหรับการเรียนการสอนทางไกล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และห้องสมุดมีบริการคู่มือการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

3.1 ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ ผู้ใช้บริการรับรู้บริการของห้องสมุด เพื่อวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น และเพื่อพัฒนาตนเองในด้านเฉพาะทาง

3.2 ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ ผู้ใช้บริการเสนอว่า ห้องสมุดควรปรับปรุงช่องทางประชาสัมพันธ์ เพราะค่อนข้างมีจำกัดและไม่ทั่วถึง อยากให้มีหลากหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงได้ง่าย รองลง ควรจัดทำรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย หลากหลาย และเข้าถึงง่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์ ออฟไลน์ เช่น คอนเทนต์สั้น วิดีโอ Live และกิจกรรมในสถานที่ เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มรับรู้และเข้าใจการให้บริการได้อย่างทั่วถึง และไม่ทราบว่ามีการให้บริการห้องสมุด นอกจากนี้ผู้ใช้เสนอว่าควรประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักศึกษาทางไกลและ e-learning ผ่านช่องทางที่ใช้งานจริง เช่น กลุ่มไลน์ของสาขาวิชาและมีความเห็นเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้ว

3.3 ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด ผู้ใช้บริการเสนอว่า อยากให้ขยายเวลาเปิด-ปิดห้องสมุด โดยเฉพาะช่วงวันหยุด และจัดแบ่งโซนที่ชัดเจน หลากหลาย ใช้งานง่าย และมีร้านกาแฟหรือพื้นที่พักผ่อน ต้องการบรรยากาศที่เงียบสงบและเหมาะสมต่อการอ่านหรือทำงาน อยากให้มีหนังสือมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือบันเทิง นิยาย หนังสือภาษาอังกฤษ และต้องการรูปแบบไฟล์ PDF เพื่อความสะดวก นอกจากนี้ยังอยากให้ห้องสมุดมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น

3.4 ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ ผู้ใช้บริการเสนอว่า ควรพัฒนาแหล่งข้อมูลออนไลน์ห้องสมุดให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับการศึกษาทางไกล ห้องสมุดมีการจัดบริการที่ดีอยู่แล้ว เน้นให้ห้องสมุดจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการใช้งาน เช่น การอบรมการใช้บริการต่างๆ การแนะนำ หรือการให้คำปรึกษา และต้องการเนื้อหาที่ทันสมัยและงานวิจัยใหม่ ๆ

3.5 ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการเสนอว่า ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการสำหรับนักศึกษาทางไกล เช่น เพิ่มปลั๊ก และจัดให้มีบริการด้านไอทีหรืออุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้

การวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1. กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก 12 กลยุทธ์ย่อย ดังนี้

1.2 กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

1.2.1 กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมบทบาทห้องสมุดให้เป็นแหล่งพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (จับคู่ปัจจัย S1, S2 และ O5)

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตและสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งในด้านการศึกษา การพัฒนาตนเอง และการฝึกทักษะในชีวิต

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะ
2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการห้องสมุดแห่งชีวิต Library for Life @Anywhere
2. โครงการส่งเสริมการเข้าถึงบริการสารสนเทศให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. โครงการพัฒนาทักษะการใช้บริการ
4. โครงการคู่มือการเริ่มต้นใช้บริการสารสนเทศสำหรับผู้บริการรายใหม่

1.2.2 กลยุทธ์ SO2 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายความร่วมมือการสื่อสารภายในองค์กร (จับคู่ปัจจัย S2 และ O5)

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับคณาจารย์และหน่วยงานภายในองค์กรในการสื่อสารประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

ตัวชี้วัด

1. จำนวนสาขาวิชาหรืออาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือสื่อสารบริการห้องสมุด
2. จำนวนรายวิชาที่มีการใช้บริการห้องสมุดเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน
3. ร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมห้องสมุดของนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการบูรณาการบริการสารสนเทศกับการเรียนการสอนผ่านความร่วมมือทางวิชาการ

2. โครงการประสานงานและสื่อสารร่วมกับหน่วยงานภายใน

1.2.3 กลยุทธ์ SO3 กลยุทธ์สร้างเครือข่ายพันธมิตรประชาสัมพันธ์ (จับคู่ปัจจัย S1, S2, O1, O4 และ O5)

วัตถุประสงค์

เพื่อขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์และการให้บริการของห้องสมุดผ่านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ห้องสมุดในเครือ และห้องสมุดภายนอก

ตัวชี้วัด

1. จำนวนหน่วยงานภายนอกที่ร่วมเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
2. จำนวนกิจกรรม หรือ บริการที่มีความร่วมมือกันระหว่างห้องสมุด

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการเครือข่ายความร่วมมือบริการห้องสมุด

1.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

1.2.1 กลยุทธ์ WO1 ส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดผ่านช่องทางดิจิทัล(จับคู่ปัจจัย W1, W2, W3, W5, O2, O3 และ O4)

วัตถุประสงค์

ส่งเสริมการรับรู้และการเข้าถึงบริการสารสนเทศของห้องสมุด ผ่านช่องทางดิจิทัลที่หลากหลาย โดยออกแบบเนื้อหาและวิธีการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อในปัจจุบัน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. ร้อยละของผู้ใช้ที่พึงพอใจในความน่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่ายของสื่อ

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการการสร้างการรับรู้บริการห้องสมุดผ่านสื่อสร้างสรรค์ออนไลน์

2. โครงการพัฒนาสื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการใช้งานบริการสารสนเทศ

3. โครงการรู้เร็ว ใช้เป็น บริการสารสนเทศใน 1 นาที

4. โครงการสื่อสารข่าวสารและบริการห้องสมุด

1.2.2 กลยุทธ์ WO2 กลยุทธ์พัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ (จับคู่ปัจจัย W4 และ O1)

วัตถุประสงค์

เพิ่มทักษะและสมรรถนะของบุคลากรห้องสมุดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเสริมศักยภาพในการผลิตสื่อดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของบุคลากรห้องสมุดที่เข้าร่วมการอบรม
2. จำนวนครั้งของกิจกรรมที่จัดขึ้นต่อปี
3. จำนวนนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตโดยบุคลากร

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการพัฒนาทักษะการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

1.2.3 กลยุทธ์ WO3 กลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้การใช้บริการห้องสมุด (จับคู่ปัจจัย W1 และ O1)

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการผ่านกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นการใช้บริการสารสนเทศ และพัฒนาภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้เรียนยุคดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์และออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น
2. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
3. จำนวนกิจกรรมที่จัดต่อปี

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการเปิดประสบการณ์กับห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต
2. โครงการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมออนไลน์กับห้องสมุด

1.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST1)

1.3.1 กลยุทธ์ ST1 สร้างความเชื่อมั่นผ่านประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (จับคู่ปัจจัย S1, S2, T1 และ T2)

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวกของห้องสมุดผ่านประสบการณ์ตรงของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. ระดับการรับรู้ที่ห้องสมุดเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการเสียงจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

1.3.2 กลยุทธ์ ST2 สร้างความน่าเชื่อถือด้วยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (จับคู่
ปัจจัย S1, S2, S3, T1, T2, T3 และ T4)

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริการห้องสมุด โดยอาศัยการ
สื่อสารผ่านผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และใช้บริการ

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
2. จำนวนบุคคลหรือผู้ทรงอิทธิพลที่เข้าร่วมผลิตสื่อกับห้องสมุด
3. ร้อยละการเข้าใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการ Library Influencer
2. โครงการถามตอบบริการออนไลน์ Librarian LIVE

1.3.3 กลยุทธ์ ST3 พัฒนาสื่อแนะนำบริการแบบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (จับคู่
ปัจจัย S2, S5 และ T4)

วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละ
กลุ่มเป้าหมาย

ตัวชี้วัด

1. จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ที่จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย
2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการสื่อสารบริการห้องสมุดเพื่อตอบโจทย์ทุกวัย

1.4 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)

1.4.1 กลยุทธ์ WT1 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เชิง
ความรู้ (จับคู่ปัจจัย W1, T1 และ T6)

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมบทบาทของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยการผลิตและ
เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงให้ความรู้ที่เข้าถึงง่าย ฟรี และตอบโจทย์การเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

ตัวชี้วัด

1. จำนวนการผลิต /แนะนำแหล่งเรียนรู้
2. จำนวนการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับแหล่งเรียนรู้

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้รู้สู่แหล่งเรียนรู้ร่วมสมัย

1.4.2 กลยุทธ์ WT2 คัดสรรแหล่งเรียนรู้คุณภาพเพื่อผู้ให้บริการ (จับคู่ปัจจัย W1, W3, W4, T1 และ T2)

วัตถุประสงค์

เพื่อขยายบทบาทจากผู้ให้บริการสู่การคัดสรรแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพจากภายนอกแก่ผู้ให้บริการห้องสมุด

ตัวชี้วัด

1. จำนวนแหล่งเรียนรู้ที่คัดสรรและเผยแพร่
2. จำนวนผู้เข้าชมหรือดาวน์โหลดข้อมูลที่แนะนำ

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการคัดสรรแหล่งเรียนรู้

1.4.3 กลยุทธ์ WT3 ประเมินผลและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ (จับคู่ปัจจัย W1, W2, W3, T2 และ T3)

วัตถุประสงค์

เพิ่มประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสาร ผ่านการติดตามผลและการประเมินผล เพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ให้บริการ

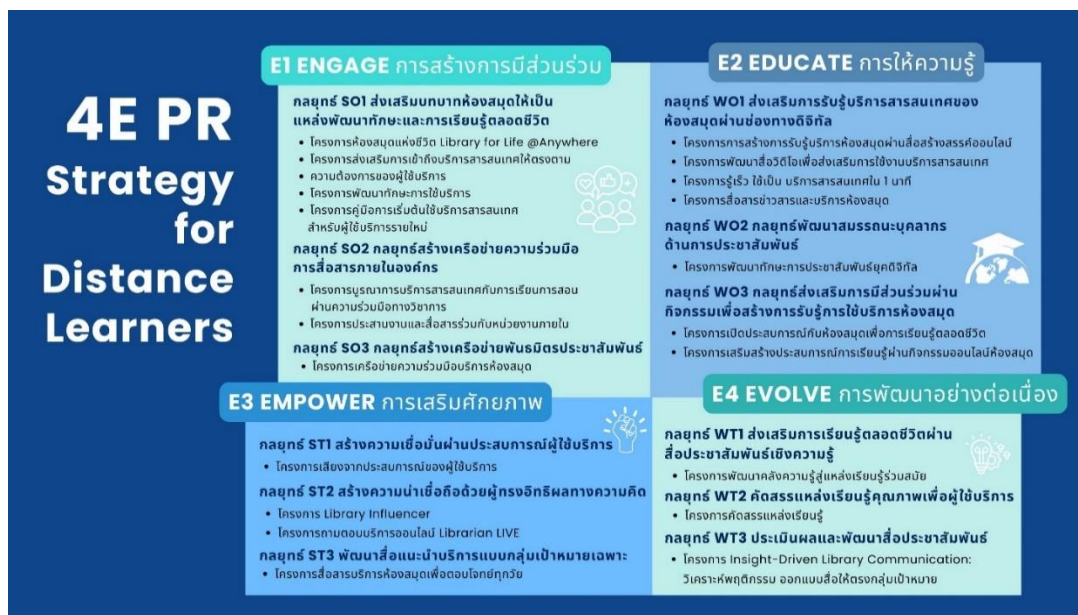
ตัวชี้วัด

1. จำนวนช่องทางที่มีการประเมินผลหรือปรับตามพฤติกรรม
2. การเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์
3. จำนวนการปรับปรุงสื่อ /ตารางเผยแพร่ตามข้อมูลวิเคราะห์

ประกอบด้วยโครงการ

1. โครงการ Insight-Driven Library Communication: วิเคราะห์พฤติกรรม ออกแบบสื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
2. กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ภายใต้กรอบแนวคิด 4E PR Strategy for Distance Learners

จากผลการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มกลยุทธ์ทั้ง 12 ข้อโดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด 4E PR Strategy for Distance Learners (Engage, Educate, Empower, Evolve) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะไม่ได้อยู่ในพื้นที่และมีข้อจำกัดในการเข้าถึงห้องสมุดทางกายภาพ



ภาพประกอบ 2 4E PR Strategy for Distance Learners

จากภาพประกอบ 1 แสดงแผน 4E PR Strategy for Distance Learners การวางกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์แบบวงจร โดยเน้นการตอบสนองพฤติกรรมการรับรู้ของนักศึกษาทางไกลที่อาศัยการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหลัก ดังนี้

1. E1 Engage การสร้างการมีส่วนร่วม มุ่งเน้นการเปิดพื้นที่ให้ผู้เรียนทางไกลมีส่วนร่วมกับการบริการห้องสมุด แม้จะอยู่ห่างไกล เช่น การสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เข้าถึงได้จากทุกที่ และการจัดทำกิจกรรมฝึกทักษะออนไลน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงเครือข่ายความร่วมมือที่สามารถเข้าถึงผู้เรียนผ่านวิชาการเรียนการสอน

2. E2 Educate การให้ความรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับบริการห้องสมุดผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น วิดีโอสื่อสารการใช้บริการในเวลา 1 นาที หรือการใช้สื่อออนไลน์สร้างความ

เข้าใจในรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียนทางไกล พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานในการสร้างสรรค์สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. E3 Empower การเสริมศักยภาพ สร้างความเชื่อมั่นของผู้เรียนทางไกลผ่านประสบการณ์การใช้งานบริการห้องสมุดจากผู้เรียนที่ใช้งานจริงและการใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดซึ่งสามารถสร้างความผูกพันระหว่างห้องสมุดกับผู้เรียนที่อาจไม่เคยใช้บริการห้องสมุดมาก่อน

4. E4 Evolve การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้วยข้อมูล เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานบริการของผู้เรียนทางไกล เพื่อพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมาย (Insight-Driven Communication) และการประเมินผลกลยุทธ์ในระยะยาวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนารูปแบบห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่เข้าถึงง่ายและฟรี เพื่อตอบสนองโจทย์การเรียนรู้ตลอดชีวิต

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังประเด็น ต่อไปนี้

1. การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

1.1. การศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของนักศึกษาทางไกล พบว่า แม้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการจริง ทั้งออนไลน์และที่ตั้งห้องสมุด แต่กลับมีระดับการรับรู้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีทัศนคติเชิงบวกต่อบทบาทของห้องสมุด แต่ส่วนมากไม่เคยใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุด อาจมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดด้านเวลา ระยะเวลา ความคุ้นชินกับเทคโนโลยี หรือการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มผู้เรียนการศึกษาทางไกลมักจะมีภาระงาน จึงต้องอาศัยการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นและการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา (ดวงเดือน แสงแพรว และ ภาวิรัช พรหมเทศ, 2568) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ Khalid Usman and Younus (2023) พบว่า ผู้เรียนทางไกลประสบปัญหาในการเข้าถึงบริการห้องสมุดจากข้อจำกัดด้านระยะเวลา ทักษะเทคโนโลยี และการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ห้องสมุดจึงควรออกแบบบริการให้เหมาะกับผู้เรียนทางไกล

1.2 ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดโดยภาพรวมในระดับมากโดยเฉพาะการใช้บริการเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเพื่อการค้นคว้าทำวิจัย ถึงแม้ว่าผู้ใช้บริการจะรับรู้วัตถุประสงค์การให้บริการเป็นอย่างดีแต่พบว่ายังไม่เกิดการใช้บริการจริง อาจเกิดจากข้อจำกัดด้านเวลา โอกาส หรือ

ช่องทางที่ไม่เอื้อต่อการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชจรี เกตุสุวรรณ (2568) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจวัตถุประสงค์ห้องสมุดแต่การให้บริการอยู่ในระดับปานกลางที่เกิดจากข้อจำกัดด้านเวลา ทรัพยากร และความสะดวกในการเข้าถึง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ปันดดา พลคล้าย และภาณุญาดา วงศ์งาม (2563) พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงมีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความสม่ำเสมอของการประชาสัมพันธ์และการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางที่หลากหลายที่ส่งผลต่อการรับรู้และความต้องการใช้บริการ

1.3 ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง เมื่อพิจารณาเป็นรายช่องทาง Facebook คือช่องทางที่รับรู้ในระดับมาก รองลงมา บุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่ ในทั้งสองช่องทางนี้มีลักษณะร่วมกันคือแพลตฟอร์มที่ใกล้ชิดตัวผู้ให้บริการในเชิงพฤติกรรมออนไลน์และอิทธิพลทางสังคม เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ การรับรู้จากบุคคลที่ไว้วางใจ มักมาในรูปแบบการแนะนำ การพูดถึง หรือการแชร์ข้อมูลภายในกลุ่มการเรียนรู้ (ศรวีย์ สมสวัสดิ์ และคณะ, 2568) กลายเป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเข้าถึงบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้ววราภรณ์ กรแก้ว (2564) พบว่านักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเปิดรับข่าวสารผ่าน Facebook มากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปติวิธดา สุขุมพร (2568) พบว่า การคล้อยตามกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนและแฟนคลับมีอิทธิพลมากกว่าการสื่อสารจากองค์กรโดยตรง

1.4 ด้านการบริการสารสนเทศ ณ ที่ตั้งของห้องสมุด พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดโดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ห้องสมุดมีบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงได้ ในระดับมาก รองลงมา คือ ห้องสมุดจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและบริการช่วยค้นคว้า สะท้อนให้เห็นว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรทางไกลมีบทบาทสำคัญในฐานะพื้นที่สนับสนุนการเรียนรู้ แม้ผู้เรียนจะอยู่ในระบบการศึกษาทางไกลและไม่เคยใช้บริการแต่ยังมีการรับรู้ในระดับมาก เกิดจากการมีประสบการณ์การใช้บริการห้องสมุดในอดีตและความคาดหวังต่อการให้บริการในอนาคตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (จักรกฤติย์ จันทรา และคณะ, 2567) การพัฒนาบริการควรคำนึงกลุ่มผู้ให้บริการเป็นหลักเพื่อรองรับรูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน (blended learning) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงบริการในรูปแบบออนไลน์และการใช้พื้นที่จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน ไชยยะ (2563) พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการห้องสมุดมหาวิทยาลัยมุ่งเน้นในการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการ

เรียนรู้และห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของ นิสิตและรองรับพฤติกรรมการเรียนรู้ยุคใหม่

1.5 ด้านการบริการสารสนเทศออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการ สารสนเทศของห้องสมุดโดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ห้องสมุดมีบริการ ฐานข้อมูลออนไลน์ ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความพร้อมของห้องสมุดใน รูปแบบออนไลน์ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้การศึกษาทางไกล (ชนันนา รอด สุทธิ, 2561) แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับข้อเสนอแนะยังพบว่าผู้ใช้บริการต้องการการสนับสนุน เช่น การอบรมการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของวสันต์ สระพัง (2564) ประเมินความต้องการ จำเป็นในการใช้บริการห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดระบบทางไกล พบว่า การศึกษา ด้านบริการห้องสมุดออนไลน์มีความต้องการจำเป็นในระดับสูงและมีความต้องการรองจากด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก ถึงแม้ผู้ใช้บริการจะรับรู้การมีอยู่ของบริการออนไลน์ แต่ยังต้องการให้มีการ พัฒนาและสนับสนุนให้ใช้งานบริการได้ดีขึ้น

1.6 ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้บริการ สารสนเทศของห้องสมุดภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ห้องสมุดมีเทคโนโลยี สารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ช่วยสืบค้นที่ ทันสมัย ระบบบริการผ่านออนไลน์ ช่องทางการเข้าใช้บริการที่หลากหลาย ในระดับมาก รองลงมา คือ ห้องสมุดมีบริการรองรับการศึกษาและค้นคว้าสำหรับการเรียนการสอนทางไกล แสดงให้เห็น ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญสำหรับผู้เรียนที่มีข้อจำกัดเรื่องการเดินทาง และเมื่อพิจารณาร่วมกับ ข้อเสนอแนะมีต้องการคู่มือการใช้งานที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมและมีประสิทธิภาพ ลดความเหลื่อมล้ำทางการเข้าถึง ความรู้ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาส พาวินันท์ (2566) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการพัฒนาบริการทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารและการ ให้บริการสารสนเทศให้เข้าถึงง่ายและสะดวกต่อการใช้บริการ เช่น การจัดทำคู่มือการใช้เครื่องมือ คำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชันสื่อสารสังคมออนไลน์

2. กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของ ผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลได้กลยุทธ์หลัก 4 ด้านและ กลยุทธ์ย่อย 12 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของผู้เรียนทางไกลในด้าน

เทคโนโลยี ความหลากหลายในช่วงวัย การสร้างเครือข่ายทางพื้นที่ และความคาดหวังต่อการให้บริการ ในกลยุทธ์หลัก 4 ด้าน ถูกวางแผนให้สอดคล้องกันเพื่อสร้างบทบาทใหม่ของห้องสมุดที่ไม่ใช่เพียงผู้ให้บริการ แต่เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น เชื่อมโยง และมีปฏิสัมพันธ์ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) สร้างภาพลักษณ์ห้องสมุดในบทบาทใหม่ให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ร่วมสมัย ส่งเสริมให้ผู้เรียนทางไกลมีส่วนร่วมมากขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในและภายนอกองค์กร เช่น การทำงานร่วมกับสาขาวิชาเพื่อแนะนำบริการห้องสมุดในกลุ่มเรียน การสร้างเครือข่ายกับห้องสมุดอื่น เพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงบริการ ไม่ใช่เพียงแค่สร้างการรับรู้เท่านั้นแต่เป็นการเชื่อมโยงผู้ใช้บริการเข้ากับห้องสมุดอย่างมีปฏิสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wakimoto (2021) พบว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยความร่วมมือภายในหน่วยงาน การมีช่องทางหลากหลายทั้งทางการและไม่ทางการ รวมถึงการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ และงานวิจัยของ Charles (2019) เน้นย้ำบทบาทความร่วมมือระหว่างอาจารย์และบรรณารักษ์ในการร่วมออกแบบทักษะการรู้สารสนเทศเข้ากับวิชาเรียนช่วยให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการค้นคว้าและการประเมินข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่งานวิจัยของอรสา สถาพงษ์ (2563) พบว่า รูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และสื่อสารรูปแบบทางการและไม่ทางการเพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกและการรับรู้สารได้อย่างทั่วถึง แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารที่ดีไม่ใช่เพียงการกระจายข้อมูลให้รับรู้ แต่ต้องเป็นการที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมเพื่อช่วยเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือและส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นอย่างมาก นอกจากนี้งานวิจัยของพิมพ์พรภัสร์ ลักษณะวิเชียร (2566) ให้การสนับสนุนการพัฒนาห้องสมุดเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นบทบาทความร่วมมือระหว่างห้องสมุดและชุมชน สามารถจัดกิจกรรมในพื้นที่เชื่อมโยงกับบริบทได้อย่างเหมาะสม ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างเครือข่ายที่เชื่อถือและทำให้เกิดการยอมรับการมีส่วนร่วมจากชุมชน บทบาทของห้องสมุดจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่แหล่งให้บริการข้อมูล แต่ยังขยายไปสู่การเป็นพื้นที่กลางของการเรียนรู้ร่วมเชื่อมโยงคนในชุมชนกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เชิงผสมผสานทั้งในด้านความรู้ทางวิชาการและความบันเทิงกันให้มีความทันสมัย เข้าถึงง่าย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อในปัจจุบัน ซึ่งจากสถิติการใช้สื่อของสังคมไทยรายงานว่าผู้คนมีการเปิดรับข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น อย่างไรก็ตามการรับรู้บริการของห้องสมุดผ่านสื่อโซเชียลมีเดียยังอยู่ในระดับปานกลาง จึงจำเป็นต้องปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมเดช เทศเรียน และเบญจมาศ แสนหลวง (2566)

พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้มากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพร บ้อมจัตุรัส และคณะ (2565) พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ความบันเทิง การสื่อสาร และรูปแบบห้องสมุดที่ต้องการมากที่สุดคือ ห้องสมุดดิจิทัล สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว มีอินเทอร์เน็ตที่เสถียร ฐานข้อมูลออนไลน์ และเนื้อหาในรูปแบบมัลติมีเดีย นอกจากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ยังต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อสามารถผลิตสื่อดิจิทัลให้เท่าทันยุคสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xwayi (2025) พบว่า บรรณารักษ์ส่วนใหญ่มีทักษะดิจิทัลระดับพื้นฐาน ในการสืบค้น การประเมินข้อมูล และการใช้เทคโนโลยี แต่ส่วนหนึ่งยังขาดทักษะการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล แอปพลิเคชัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) พบว่า การดำเนินงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนยังประสบปัญหาด้านบุคลากรในด้านทักษะและความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ จึงควรพัฒนาทักษะบุคลากรเพื่อรองรับการใช้งานในปัจจุบัน

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) มุ่งเน้นการเสริมศักยภาพห้องสมุดโดยการสร้างความน่าเชื่อถือของห้องสมุดในบทบาทแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ใช้ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เช่น อาจารย์ ศิษย์เก่า ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้เรียนทางไกลที่ยังไม่มั่นใจในการใช้บริการ เนื่องจากการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ผู้เรียนทางไกลจะรับรู้จากบุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่ ะดับมาก การสื่อสารที่มีความเป็นกันเอง และมาจากบุคคลที่คุ้นเคยจะช่วยเพิ่มความรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจต่อข้อมูลที่ได้รับส่งผลให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยและมีแนวโน้มที่จะถูกยอมรับนำไปสู่การใช้บริการ จึงควรคัดเลือกบุคคลที่มีบทบาทในกลุ่มผู้เรียนเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกมีประสบการณ์ร่วม (สุดารัตน์ แสงแก้ว และคณะ, 2561) สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของอนัญญา นาคศรี และวสันต์ สกุลกิจกาญจน์ (2566) พบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะด้านความไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ และการมีประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่นเดียวกับงานวิจัยของพลอย ศรีสุโร (2563) และงานวิจัยของชินสมล บุนนาค (2565) ที่ให้ความสำคัญกับอิทธิพลตัวบุคคลในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีคุณลักษณะในความเชี่ยวชาญ และด้านความเหมือนกับกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชิสา ธนาวิมลวรรณ และชุตินา เกศดาญรัตน์ (2568) พบว่า ผู้มีอิทธิพลที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกับคุณค่าของแบรนด์ จะสร้างการมีส่วนร่วมสูงกว่าการกดไลค์ กดแชร์ สามารถสร้างมูลค่าในความไว้วางใจและกระตุ้นพฤติกรรมการทำซ้ำจากเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเริงใจ

เชียวอ่อน และเกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562) พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการ รับรู้ว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความเหมาะสม เป็นมิตร เต็มใจให้บริการมากที่สุด สามารถให้คำแนะนำตาม ความต้องการ การแนะนำจากบุคคลโดยตรงจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้และ ความพึงพอใจในการใช้บริการ

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันอุปสรรคจากความ หลากหลวมและการแข่งขันของแหล่งเรียนรู้ที่สูงขึ้น พฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงไป หาก ห้องสมุดไม่มีการปรับตัวจะส่งผลให้ห้องสมุดถูกลดบทบาทลง สอดคล้องกับงานวิจัยของอุทิศ สังข รัตน์และประวีณ ถาวรจิตร (2565) พบว่า แนวทางการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเพื่อ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ต้องเปลี่ยนแปลงจากห้องสมุดรูปแบบเดิมสู่ห้องสมุดที่มีชีวิตใช้ ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าผ่านการจัดกิจกรรม หรือผลิตสื่อออนไลน์ให้เข้าถึงง่าย และงานวิจัย ของอัษฎา วรรณกายนต์ (2565) พบว่า การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์โดยตรงจาก กลุ่มเป้าหมาย เป็นแนวทางที่ช่วยปรับปรุงสื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ขณะที่ งานวิจัยของ Zou, Chen and Dey (2020) and Prasad (2022) สนับสนุนว่าการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จะช่วยสร้างความผูกพัน ความไว้วางใจ และส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในระยะยาว ดังนั้น กลยุทธ์กลุ่มนี้จึงเป็นกลไก สำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่พร้อมเรียนรู้กับผู้ให้บริการในยุคสมัยใหม่และสามารถสร้าง ความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้เรียนทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ถูกพัฒนาขึ้นให้สามารถตอบสนองของลักษณะของผู้เรียน การศึกษาทางไกล โดยใช้วิธีการการสร้างการมีส่วนร่วม การให้ความรู้ การเสริมความเชื่อมั่น และ การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลที่ไม่ใช่เพียงการ สื่อสารข้อมูลแต่ต้องสร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ร่วมกับผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการ สารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลสามารถนำกลยุทธ์ ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการส่งเสริมการรับรู้งานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดตรงตามบริบทของกลุ่ม ผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนักศึกษาทางไกลส่วนมากมีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่

กลยุทธ์นี้ไม่เพียงแต่ช่วยในเรื่องการสื่อสาร แต่ยังสามารถช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

1.2 ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลสามารถนำผลการศึกษาวิจัยระยะที่ 1 ไปใช้ในการวางแผนวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของนักศึกษาทางไกล เพื่อกำหนดทิศทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก รวมถึงพัฒนารูปแบบให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการให้ตรงต่อพฤติกรรมผู้ให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของนักศึกษาทางไกล เพื่อให้เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้ การเข้าถึง และการใช้งานบริการ ซึ่งจะช่วยให้อาจระบุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และนำไปใช้ในการออกแบบแนวทางการให้บริการห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 การเก็บข้อมูลอาจมีเพิ่มเติมในส่วนการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยเสริมข้อมูลจากแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

บรรณานุกรม

Alsem, K. J. (2024). *Strategic marketing planning* Routledge.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sukhothai-ebooks/detail.action?docID=30738846>

Association of College and Research Library. (2023). *Standards for Distance and Online Learning Library Services*.

<https://www.ala.org/acrl/standards/standardsdistancelearning>

Bernays, E. L. (1923). *Crystallizing public opinion*. Liveright Publishing Corporation.

Charle, C. (2019). *Faculty Librarian Collaboration: Information Literacy Integration in Second Year English Writing and Composition* College of Education].

https://digitalcommons.csp.edu/cup_commons_grad_edd/346/

Cote, C. (2020). *4 key elements of strategic goals*. Harvard Business School. Retrieved July 5 from <https://online.hbs.edu/blog/post/strategic-planning-goals>

Engel, W., & Kinneer. (1994). *Promotional Strategy*. McGraw Hill.

Hendrayani, Y., Alkautsar, M. S., & Manihuruk, H. (2022). Marketing public relation strategy of coffe shop business during COVID-19 pandemic. *PRofsi Humas*, 7(1), 93-108.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/profhum.v7i1.6719>

Hines, A., Elrod, R., Huet, H., Ewing, S., & Freund, L. (2019). Putting the Audience in Charge of the Message: Assessment of Student-Generated Public Relations Campaigns in an Academic Library. *Marketing Libraries Journal*, 64-78.

Hossain, M. J. (2016). Determining the Key Dimensions for Evaluating Service Quality and Satisfaction in Academic Libraries. *International Information & Library Review*, 48(3), 176-189. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10572317.2016.1205350>

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 93-108.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Kriek, D. (2019). *Team Leadership*. KR Publishing.

Ozioko, R. E. (2019). Public relations practices for enhanced service delivery and

- librarians' image in school libraries in Abia State, South East Nigeria. *Library Philosophy and Practice*.
<https://doi.org/https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2288/>
- Robbins, S. P. (2005). *Organizational behavior: Concepts, controversies, and applications*. Prentice Hall.
- S, M., & Pub, R. (2022). The Impact of Social Media on Library Engagement. *International Journal of Library and Information Science*, 11, 97-108.
https://doi.org/10.34218/IJLIS_11_01_012
- Schiffman, G., & Kanuk, L. (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- The Kommon. (2564, 23 กุมภาพันธ์ 2564). การปรับตัวของห้องสมุด บทบาทใหม่ในยุคดิจิทัล.
<https://www.thekommon.co/library-adaptation/>
- University at Albany Libraries. (n.d.). *Library services for online and distance learning*.
 University at Albany. Retrieved July 6 from
<https://library.albany.edu/services/distance>
- Usman, K., & Younus, M. (2023). Examine the Challenges and Barriers Hindering Distance Learners' Access to Academic Library Resources. *Journal of Education and Social Studies*, 4(3), 813-820. <https://doi.org/https://doi.org/10.52223/jess.2023.4342>
- Wakimoto, D. K. (2021). Exploring Internal Communication in Public Libraries: Challenges and Opportunities for Library Leaders. *Library Leadership & Management*, 35(2).
<https://doi.org/10.5860/llm.v35i2.7466>
- Xwayi, N. (2025). *Digital literacy skills of librarians in the 21st century: A case study of the University of the Western Cape University of the Western Cape*].
- Zou, H., Chen, H., & dey, S. (2020). *Engaging Users through Social Media in Public Libraries*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2003.04204>
- แก้ววราภรณ์ กรแก้ว. (2564). การเปิดรับและความคิดเห็นที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). หลักสูตร. ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา บุญภักดี. (2563). บทความปริทัศน์ เรื่อง การจัดการเรียนรู้ ยุค New Normal. วารสารครู

- ศาสตร์อุตสาหกรรม, 19(2), 1-6. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/JIE/article/view/242540>
- จักรกฤติย์ จันซารา, วัธสาตรี ดิถียนต์, และ บุญรัตน์ แผลงศร. (2567). การศึกษาความต้องการลักษณะบริการสารสนเทศของห้องสมุดในยุคดิจิทัลของนักศึกษา อาจารย์ในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม, 10(1), 55-74. https://mitij.mju.ac.th/Retrospective_Edition_Detail.aspx?Article_ID=10%201
- เฉลิมเดช เทตเรียน และ เบญจมาศ แสนหลวง. (2566). การสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมการเข้าถึงสารสนเทศจากคลังความรู้ดิจิทัล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. *PULINET Journal*, 10(2), 81-93. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/PJ/article/view/458>
- ชนันนา รอดสุทธิ. (2561). เทคนิคการมีส่วนร่วมเพื่อสร้าง “ประสบการณ์ผู้ใช้” ในงานบริการห้องสมุดยุค 4.0. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. , 11(1), 210-219. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/issue/view/1037>
- ชนินทร์ ชุมพพันธุ์รักษ์, ชัยยุทธ ชินกุล, ปภาวดี มนต์วิวัฒน์, ภูริพัฒน์ ชาญกิจ, สุรเดช หวังทอง, กัลย นุช กิตติพงศ์พิทยา, สุนทร วงศ์ไวยศวรรณ, วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ, สุรเดช หวังทอง, กัลย นุช กิตติพงศ์พิทยา, กิ่งพร ทองใบ, ชนินทร์ ชุมพพันธุ์รักษ์, ชัยยุทธ ชินกุล, บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, ภาณุ มะนะเวศ, บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, วรณิ ชลนภาสธิตย์, ศรัธนา บุญญเศรษฐ์, และ ปริญ ลักษิตานนท์. (2560). เอกสารการสอนชุดวิชาองค์การและการจัดการและการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. <http://ebook.stou.ac.th/search/32210>
- ชื่นสมมล บุณนาค, สุนันทา ศิริโวหาร, และ ชฎารัตน์ อนันตกุล. (2565). คุณลักษณะของผู้มีอิทธิพลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 19(1), 83-105.
- ดวงเดือน แสงแพรว, และ ภาวิรัช พรหมเพศ. (2568). การเรียนรู้แบบยืดหยุ่น: การเพิ่มโอกาสการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาในยุคดิจิทัล. วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี, 36(1), 25-36. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edupsu/article/view/267420>
- ดารณี ธีบุญศิริ, และ จุติพร ปริญญกุล. (2563). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 13(2), 85-59.

- เตือนใจ เขียนชานาจ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในระบบ
การศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน. วารสารมหาจุฬานาครพรรณ์,
8(8), 311-324.
- ธนาพันธ์ ชัยเทพ, และ กิตติมา ชาญวิชัย. (2564). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ. *Journal of Business, Innovation and Sustainability*
(JBIS), 16(2), 97-106. [https://so02.tci-](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/241594)
[thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/241594](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/241594)
- นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2558). ทฤษฎีองค์การและการออกแบบในคริสต์ศตวรรษที่ 21. สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิษฐา หรุ่นเกษม, วรชัย คุรุจิต, รสขงพร โกมลเสวิน, ปิยฉัตร ล้อมชวกร, อภิขญา อยู่ในธรรม, พนม
คลี่ฉายา, กมลรัฐ อินทรทัศน์, บุษบา สุธีธร, อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา, วิไลรักษ์
สันติกุล, สกนธ์ ภู่งามดี, รุ่งนภา พิตรปรีชา, บุษบา สุธีธร, รสขงพร โกมลเสวิน, สุภาภรณ์ ศรี
ดี, และ ธาวันภูมิ สืบเชื้อ. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการประชาสัมพันธ์และ
โฆษณา. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. <http://ebook.stou.ac.th/search/15205>
- นุชจรี เกตุสุวรรณ. (2568). พฤติกรรมการเข้าใช้บริการห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ศูนย์
วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 11(3),
448-450. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/issue/view/16799>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10.). สุวีริยาสาส์น.
- บุษบา สุธีธร, สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, นิษฐา หรุ่นเกษม, อภิขญา อยู่ในธรรม, อัจฉราวรรณ อิศ
รางกูร ณ อยุธยา, ปรียา สมพีช, พรพรม ชมงาม, ส. ศ., พนม คลี่ฉายา, อมรรักษ์ เจริญ
โชติธรรม, หัสพร ทองแดง, ก. ห., อโณทัย อุดมศิลป์, และ นันทพร วงษ์เชษฐา. (2563).
เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปติวรรดา สยมพร, ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, และ วราพรรณ อภิศุภะโชค. (2568). อิทธิพลของการ
เปิดรับการสื่อสารการตลาด ทศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้
แอปพลิเคชันติดตามศิลปินเกาหลี. วารสารสังคมพัฒนศาสตร์, 8(4), 153-168.
<https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JSSD/issue/view/525>
- ปนัดดา พลคล้าย, และ ภาณุญาดา วงศ์งาม. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อนักศึกษาวิทยาลัยการจัดการ
และพัฒนาท้องถิ่นในการเข้าใช้สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณสงครม. วารสารอักษราพิบูล, 1(1), 69-79. <https://so02.tci->

thaijo.org/index.php/APBJ/issue/view/16903

ประภาส พาวินันท์. (2566). แนวทางการพัฒนาบริการห้องสมุดประชาชนเพื่อส่งเสริมการศึกษานอกระบบ

และการศึกษาตามอัธยาศัยในวิถีใหม่. วารสารห้องสมุด, 67(2), 146-166. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/issue/view/17784

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน. (2564). การพัฒนากิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].

ปริญญา ขวัญเรียง. (2563). สภาพการให้บริการสารสนเทศห้องสมุดมหาวิทยาลัยเปิดในประเทศไทย.

วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 33(3), 119-131. [https://so05.tci-](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/download/236450/168799/871018)

[thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/download/236450/168799/871018](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/download/236450/168799/871018)

ปิยวรรณ วิเศษสุวรรณภูมิ. (2566). การเสริมสร้างแรงจูงใจสำหรับผู้เรียนในยุคดิจิทัล. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรพรรณ วันทอง, กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย, พิชยา ชวากร, สุวิดา นวมเจริญ, จุมพล หนิมพานิช,

กาญจนา บุญยัง, เสน่ห์ จัยโต, ภาส ภาสสัทธา, สุปัญญา สุนทรนนท์, จีระ ประทีป, ภาส ภาสสัทธา, เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, ปรัชญา ชูมนาเสียว, นรินทร์ สังข์รักษา, และ สุวิดา นวมเจริญ. (2567). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารองค์กรภาครัฐและเอกชน.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พลอย ศรีสุโร, ทินวุฒิ ลิวานัน, และ สิริญา พิษฐ์รัตน์. (2566). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของขบวนการนักเรียนนักศึกษาในภาวะวิกฤตการเมืองไทย พ.ศ. 2563.

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร, 2(2), 1-20. <https://doi.org/10.60101/jimc2023.841>

พิบูล ทีปะปาล, และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2559). การจัดการเชิงกลยุทธ์. อมรการพิมพ์.

พิมพ์พรภัส ลักษณะวิเชียร. (2566). การพัฒนาห้องสมุดเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นความร่วมมือระหว่างห้องสมุดวิทยาลัยและชุมชน ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง

จังหวัดสุโขทัย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 29(2), 194-209. [https://so05.tci-](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/255174)

[thaijo.org/index.php/tgt/article/view/255174](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/255174)

เพียงกมล เกิดสมศรี, และ ปรีชา พันธุ์เนน. (2563). แนวทางการพัฒนากิจกรรมการสื่อสารการ

ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย.

วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก, 38(1), 22-33.

มหาวิทยาลัยเกริก. (2562). *Krirk Online*. มหาวิทยาลัยเกริก. <https://online.krirk.ac.th/เข้าเรียน>

ออนไลน์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2565). เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

<https://www.ru.ac.th/th/firstpage/page?view=AboutUs>

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2567). คู่มือนักศึกษา ปีการศึกษา 2567.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. <https://reg.stou.ac.th/wp-content/uploads/manual-stou67.pdf>

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2565). *UTCC Lifelong Learning*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

<https://www.utcconline.com/>

รชงพร โกมลเสวิน, สุมณ อยู่สิน, บุษบา สุธีธร, ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, สุกัญญา เสรีนนท์ชัย, สิริ นนทร พิบูลภานุวัฒน์, กำจร หลุยยะพงศ์, บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย, สุชาดา พงษ์กิตติวิบูลย์, สมัชชา นิลปัทม์, กมลรัฐ อินทรทัศน์, สันหัตถ์ ทองรินทร์, เสาวนี ชินนาลอง, อัศวิน เนตรโพธิ์ แก้ว, พัทธศักดิ์ ทัศมาศย์, กำจร หลุยยะพงศ์, และ ปิยะฉัตร ล้อมขจร. (2561).

ประมวลสาระชุดวิชาการบูรณาการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

<http://ebook.stou.ac.th/search/15717>

รัฐนันท์ รททอง, และ มลรัศม์ เลิศวิสัย. (2565). การศึกษาออนไลน์และการศึกษาแบบผสมผสาน.

Journal of Roi Kaensarn Academi, 7(1), 417-429. [https://so02.tci-](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/251650)

[thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/251650](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/251650)

ราชบัณฑิตยสถาน. (2553). พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์: อักษร M-Z ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.

ราชบัณฑิตยสถาน.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). พลังแห่งการประชาสัมพันธ์. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุจโรจน์ แก้วอุไร, และ ชโรชนีย์ ชัยมินทร์. (2562). พื้นที่การเรียนรู้สำหรับผู้เรียนยุคดิจิทัลในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 21(4), 366-378.

https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/152965

เริงใจ เขียวอ่อน, และ แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี. (2562). พฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ. วารสารวิชาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(2), 26-34. [https://so05.tci-](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/210629)

[thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/210629](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/210629)

ลักษณะ ศิริวรรณ, เสน่ห์ จุ้ยโต, เฉลิมพงศ์ มีสมนัย, ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์, วันชัย มีชาติ, เพ็ญศรี มี

- สมนัย, ปภาวดี มนตรีวัต, เพ็ญศรี มีสมนัย, นราธิป ศรีราม, ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์, จิรวัฒน์ เมธาสุทธิรัตน์, จำเนียร ราชแพทยาคม, พนมพัทธ์ สมิตานนท์, และ กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย. (2562). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการองค์การและพฤติกรรมองค์การ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วราพรรณ อภิศุภะโชค. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์ของ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ [รายงานวิจัย].
- วสันต์ สระพัง, แวตา เตชาทวีวรรณ, และ ศศิพิมล ประพินพงศกร. (2564). การประเมินความต้องการจำเป็นในการบริการห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิด ที่มีระบบการศึกษาทางไกล. วารสารบรรณศาสตร์มศว, 14(1), 95-111.
- วิไลรักษ์ สันติกุล, อัจฉรวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา, นิษฐา หุ่นเกษม, วรัชญ์ ครุจิต, รสขงพร โกมลเสวิน, ปิยฉัตร ล้อมชวการ, อภิชาญา อยู่ไธธรรม, พนม คล้ายยา, กมลรัฐ อินทรทัศน์, บุชบา สุธีธร, สกนธ์ ภู่งามดี, รุ่งนภา พิตรปรีชา, สุภาภรณ์ ศรีดี, และ ธาราวุฒิ สืบเชื้อ. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการประชาสัมพันธ์และโฆษณา. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. <http://ebook.stou.ac.th/search/15205>
- วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. (2563). ปริญญาตรีออนไลน์ จบได้จากที่บ้าน. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. <https://cls.ssru.ac.th/news/view/activities1607>
- วิรัช ลภิตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 12.). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรวิทย์ สมสวัสดิ์, สุพรรณรัตน์ มาศรีรัตน์, และ หัสยา วงศ์วัน. (2568). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 9(3), 198-215. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/issue/>
- สมประสงค์ วิทย์เกียรติ, ประยูร ศรีประสาธน์, นฤมล ตันธสุเรศรัจ, และ อัมพร อู่รัชตมาศ. (2544). การศึกษาทางไกลในระดับอุดมศึกษาของไทย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมิทธิ บุญชุตติมา. (2561). การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ศูนย์หนังสือจุฬา.
- สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2566). การพัฒนารูปแบบบริการสารสนเทศแบบเน้นผู้ให้บริการของหอสมุดแห่งชาติ. สำนักหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร.
- สิริพร ป้อมจตุรัส, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, และ วรณนัญญา ขนิษฐบุตร. (2565). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับความต้องการรูปแบบห้องสมุด ที่พึงประสงค์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *Suan Sunandha Asian Social Science*, 16(2), 91-

107. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssajournal/article/view/257907>
- สิริภัส กองตระการ. (2564). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่าน *SOCIAL MEDIA* ของละครหลังข่าวช่อง 7HD มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- สีปาน ทรัพย์ทอง, มาลี ล้าสกุล, เสาวภา หลิมวิจิตร, จิรบดี เตชะเสน, อารีย์ ชื่นวัฒนา, สมพร พุทธาพิทักษ์ผล, สมศักดิ์ ศรีบริสุทธิสกุล, สุวีรัตน์ ประจันปัจฉินีก, ทรงพันธ์ เจริมประยงค์, และพิมพ์พจน์ สีลาเขต. (2564). ประมวลสาระชุดวิชาพฤติกรรมสารสนเทศและการบริการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุดใจ วันอุดมเดชาชัย. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์. สามลดา.
- สุดาร์ตน์ แสงแก้ว, ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์, และ ปรีดา ศรีนฤวรรณ. (2561). คุณลักษณะและความชัดเจนของผู้มีอิทธิพลทางการตลาด: กลุ่มผู้นำทางความคิด. *Creative Business and Sustainability Journal*, 40(3), 1-24. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CBSReview/article/view/151560>
- สุบิน ไชยยะ, พงษ์ศิริ ภิรมรรณพิทักษ์, และ ปิยพงษ์ สุขเมตติกุล. (2563). กลยุทธ์การบริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนิสิตนักศึกษา. *วารสารครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 48(2), 260-279. <https://doi.org/10.58837/CHULA.EDUCU.48.2.15>
- หลักสูตรออนไลน์ มหาวิทยาลัยรังสิต. (2562). ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ. มหาวิทยาลัยรังสิต. <https://cyberuonline.rsu.ac.th/philosophy/>
- อนัญญา นาคศรี, และ วสันต์ สกุลกิจกาญจน์. (2566). การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและคุณค่าตราสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแบรนด์ไทยของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 13(2), 40-58. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/view/263789>
- อรสา สภาพพงษ์. (2563). การสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของคณาจารย์ ของมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. *วารสารสังคมศาสตร์*, 9(2), 119-127.
- อัญชิสา ธนาวิมลวรรณ, และ ชุตินา เกศดาญรัตน์. (2568). การเปรียบเทียบเนื้อหาโฆษณาผู้มีอิทธิพลทางความคิดแบรนด์ Dr.JILL ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลช่องทางเฟสบุ๊กที่ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้า: กรณีศึกษาระหว่างบูม ปนัดดา และอาร์ต พศุทธิ์. *สหวิทยาการและ*

ความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย, 14(1), 2-9. <https://doi.org/10.14456/tisr.2025.16>

อัษฎา วรรณกายนต์, นิคม ลนชุดทด, สุชาติ ดุมนิล, และ อภิชัย ไพรสรินทร์. (2565). การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก. วารสารมหาวิทยาลัยพนาครินทร์, 9(12), 60-76.

อุทิศ สังขรัตน์, และ ประวีณ ถาวรจิตร. (2564). แนวทางการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในยุคสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17840>





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์
เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุด
มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศ ของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวทาง แผนการ แบบแผน หรือรูปแบบของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้การส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกลบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย
2. การรับรู้บริการสารสนเทศ หมายถึง การรับรู้บริการข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมและบริการสารสนเทศของห้องสมุด ทุกรูปแบบและทุกช่องทาง ใน 5 ด้าน ดังนี้
 - 2.1 วัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ
 - 2.2 ช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ
 - 2.3 การบริการสารสนเทศทางกายภาพ
 - 2.4 การบริการสารสนเทศทางออนไลน์
 - 2.5 เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก
3. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล หมายถึง ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนทางไกล และมีการบริการห้องสมุดสำหรับนักศึกษาทางไกล จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 5) มหาวิทยาลัยรังสิต และ 6) มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
4. ผู้ใช้บริการ หมายถึง นักศึกษาทางไกลที่ใช้บริการห้องสมุด ซึ่งลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2567 จากมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 4) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 5) มหาวิทยาลัยรังสิต และ 6) มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

คำอธิบาย

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง "การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล" จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นและการรับรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้ตรงความต้องการ

2. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อผู้ทำแบบสอบถามแต่อย่างใด

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ รหัส 64199130206 นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อีเมล Paweetida.Netharn@g.swu.ac.th

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. อายุ
 - ☐ 18-22 ปี ☐ 23-27 ปี ☐ 28-32 ปี ☐ 33 ปีขึ้นไป
2. กำลังศึกษาอยู่ในระดับใด
 - ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
 - ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
3. สถาบันการศึกษา
 - ☐ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 - ☐ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - ☐ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 - ☐ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
 - ☐ มหาวิทยาลัยรังสิต
 - ☐ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
 - ☐ มหาวิทยาลัยเกริก
4. สาขาวิชา (ระบุเอง)

.....
5. ความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศทางออนไลน์ของห้องสมุด
 - ☐ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง
 - ☐ สัปดาห์ละครั้ง
 - ☐ เดือนละครั้ง
 - ☐ น้อยกว่าเดือนละครั้ง
 - ☐ ไม่เคย
6. ความถี่ในการใช้บริการสารสนเทศทางกายภาพของห้องสมุด
 - ☐ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง
 - ☐ สัปดาห์ละครั้ง
 - ☐ เดือนละครั้ง
 - ☐ น้อยกว่าเดือนละครั้ง
 - ☐ ไม่เคย

ตอนที่ 2 การรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรการศึกษาทางไกล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1

คำตอบ

เกณฑ์การให้คะแนน 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การรับรู้บริการสารสนเทศ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการรับรู้บริการสารสนเทศ ท่านรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดเพื่อวัตถุประสงค์ต่อไปนี้					
1.1 ต้องการทราบเกี่ยวกับบริการและกิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุด					
1.2 ต้องการทราบสิทธิประโยชน์ของท่านในการใช้บริการห้องสมุด					
1.3 เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง					
1.4 เพื่อค้นคว้าสำหรับการทำวิจัย					
1.5 เพื่อการทำงานและประกอบอาชีพ					
1.6 เพื่อการติดตามข่าวสารและความรู้ทั่วไป					
1.7 เพื่อการพักผ่อนและความบันเทิง					
1.8 อื่น ๆ ระบุ.....					
2. ด้านช่องทางที่รับรู้บริการสารสนเทศ ท่านรับรู้บริการสารสนเทศของห้องสมุดผ่านช่องทางใดต่อไปนี้					
2.1 เว็บไซต์ห้องสมุด					
2.2 Facebook					
2.3 Instagram					
2.4 Line					
2.5 Twitter					
2.6 YouTube					
2.7 TikTok					
2.8 อีเมล					
2.9 บุคคลที่รู้จัก เช่น อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่					
2.10 ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือ โปสเตอร์					
2.11 อื่น ๆ ระบุ.....					
3. ด้านการบริการสารสนเทศทางกายภาพ					

การรับรู้บริการสารสนเทศ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ท่านรับรู้การบริการสารสนเทศทางกายภาพของห้องสมุดดังต่อไปนี้					
3.1 ห้องสมุดจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและบริการช่วยค้นคว้า					
3.2 ห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้ เช่น การฝึกอบรมวิชาการกับห้องสมุด					
3.3 ห้องสมุดมีบริการห้องสมุดสาขาต่างจังหวัด หรือสถาบันอื่นที่อยู่ในข่ายความร่วมมือ					
3.4 ห้องสมุดมีบริการพื้นที่อ่านหนังสือและทำงาน ตามห้องสมุดสาขา หรือ จุดให้บริการในพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้					
3.5 อื่น ๆ ระบุ.....					
4. ด้านการบริการสารสนเทศทางออนไลน์					
ท่านรับรู้การบริการสารสนเทศทางออนไลน์ของห้องสมุดดังต่อไปนี้					
4.1 ห้องสมุดมีบริการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้ทางออนไลน์					
4.2 ห้องสมุดมีบริการฐานข้อมูลออนไลน์					
4.3 ห้องสมุดมีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้ใช้ เช่น การฝึกอบรมวิชาการออนไลน์					
4.4 ห้องสมุดมีการให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล					
4.5 ห้องสมุดมีบริการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์					
4.6 อื่น ๆ ระบุ.....					
5. ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก					
ท่านรับรู้ว่าห้องสมุดมีเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกต่อไปนี้					
5.1 ห้องสมุดมีเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ช่วยสืบค้นที่ทันสมัย ระบบบริการผ่านออนไลน์ ช่องทางการเข้าใช้บริการที่หลากหลาย					
5.2 ห้องสมุดมีบริการรองรับการศึกษาและค้นคว้าสำหรับการเรียนการสอนทางไกล					
5.3 ห้องสมุดมีบริการคู่มือการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์					
5.4 ห้องสมุดมีบริการวิดีโอสอนการใช้งานฐานข้อมูล หรือ เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์					
5.5 ห้องสมุดมีบริการช่วยเหลือด้านเทคนิคออนไลน์					
5.6 ห้องสมุดมีบริการซอฟต์แวร์เฉพาะทาง เช่น โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โปรแกรมช่วยจัดการบรรณานุกรม					

การรับรู้บริการสารสนเทศ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5.7 อื่น ๆ ระบุ.....					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของห้องสมุด

.....

.....

.....

.....







AF19-03-03.1
August, 2023

หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาหลักสูตรประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัย
ที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ

หน่วยงานต้นสังกัด : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หมายเลขรับรองโครงการวิจัย : SWUEC-672536

รายการเอกสารที่รับรอง :

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณา | ฉบับที่ 3 ลงวันที่ 5 พฤศจิกายน 2567 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ | ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 3 ตุลาคม 2567 |
| 3. เอกสารข้อมูลและขอความยินยอมสำหรับอาสาสมัคร | ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 3 ตุลาคม 2567 |
| 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 20 สิงหาคม 2567 |
| 5. ประวัติผู้วิจัย | |

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยยึดหลักเกณฑ์ตาม Declaration of Helsinki, Belmont Report, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP), International Guidelines for Human Research ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามโครงการวิจัยนี้ได้

วันที่รับรอง : 9 พฤศจิกายน 2567

วันที่หมดอายุ : 8 พฤศจิกายน 2568

(ลงชื่อ).....


(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

ชุดสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ (ชุดที่ 2)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หน่วยจริยธรรมและมาตรฐานการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาคารนวัตกรรม ศ.ดร.สาโรช บัวศรี ชั้น 17

โทร. (02) 6495000 ต่อ 17503, 17506 โทรสาร (02) 2042590



ภาคผนวก ค
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ

ที่ อว 8718/1325



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

19 กันยายน 2567

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส พาวินันท์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขออนุมัติขอความเห็นชอบบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702



ที่ อว 8718/1325

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

19 กันยายน 2567

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ นางกรรณิการ์ ภูผาธรรม เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/735



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์กฤติกา จิวาลักษณ์

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/735



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ดร.มลิวัดย์ ประดิษฐ์ธีระ

เนื่องด้วย นางสาวปวีณิธิตา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณิธิตา เนตรหาญ และ ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/735



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุมัติโครงการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชศรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร.กิตติยา สุทธิประภา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขออนุมัติโครงการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/735



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
14 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ นางสาวเพ็ญพรรณ จารุสาร เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/735



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนว และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ นายนิติ พานนาค เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจร่างกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ที่ อว 8718/1325



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

19 กันยายน 2567

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

เนื่องด้วย นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ สำหรับส่งเสริมการรับรู้บริการสารสนเทศของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรการศึกษาทางไกล” โดยมี อาจารย์ ดร.ศุภรชตรา แสนวา และอาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ นางนฤมล พงษ์ศิลป์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้ นางสาวปวีณธิดา เนตรหาญ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 086 150 9702

ประวัติผู้เขียน

