

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ในด้านหน่วยงานที่รับผิดชอบ บุคลากรผู้รับผิดชอบงบประมาณในการดำเนินงาน รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและศึกษาถึงความพึงพอใจต่อสื่อและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีสมมติฐานการวิจัย คือ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงาน บุคลากร และงบประมาณในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน และความพึงพอใจต่อสื่อและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษาแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน 12 คน และกลุ่มตัวอย่างของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 366 และ 406 คน ตามลำดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม 3 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน ได้แก่ 1) สภาพทั่วไปของห้องสมุด 2) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และ 3) ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน ประกอบด้วยคำถาม 2 ตอน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อสื่อและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด 2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด แบบสอบถามชุดที่ 3 สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ประกอบด้วยคำถาม 2 ตอน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อสื่อและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด 2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 10 มีนาคม 2538 โดยนำแบบสอบถามไปส่งด้วยตัวเอง ให้กับผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน 12 แห่ง พร้อมทั้งขอความร่วมมือจากห้องสมุดในการแจกแบบสอบถามให้กับอาจารย์และนักศึกษาที่เข้าใช้ห้องสมุด

หลังจากนั้นจึงขอรับแบบสอบถามทั้งหมดคืนด้วยตนเอง ยกเว้นมหาวิทยาลัยพายัพจังหวัด เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ส่งและรับคืนแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคือจากผู้บริการห้องสมุด 12 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด ส่วนแบบสอบถามของอาจารย์และนักศึกษา ได้รับกลับคืนมา 265 และ 312 ชุด ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 72.40 และ 76.85 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมดตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของห้องสมุด

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 7 แห่ง (ร้อยละ 58.33) มีสถานภาพเป็นหอสมุดกลาง มีห้องสมุดคณะซึ่งขึ้นกับหอสมุดกลาง รองลงมา คือ มีสถานภาพเป็นหอสมุดกลาง ไม่มีห้องสมุดคณะ มีจำนวน 4 แห่ง (ร้อยละ 33.4) และมีเพียงแห่งเดียวที่มีสถานภาพเป็นหอสมุดกลาง มีห้องสมุดคณะซึ่งไม่ขึ้นกับหอสมุดกลาง 1 แห่ง (ร้อยละ 8.3) ได้แก่ มหาวิทยาลัยสยาม จะเห็นว่าห้องสมุดส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นหอสมุดกลาง มีห้องสมุดคณะซึ่งขึ้นกับหอสมุดกลาง ซึ่งส่วนนี้อาจมีผลต่อการจัดประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะของห้องสมุดคณะ เนื่องจากต้องใช้งบประมาณของหอสมุดกลางทำให้จัดการได้ไม่เต็มที่ หรือล่าช้าเพราะต้องผ่านขบวนการพิจารณาหลายขั้นตอน ทำให้จัดการประชาสัมพันธ์ได้ไม่คล่องตัว

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีสายการบังคับบัญชาที่ขึ้นกับอธิการบดี ขึ้นกับฝ่ายวิชาการ มีจำนวนอย่างละ 3 แห่ง (ร้อยละ 25) ห้องสมุดที่มีสายการบังคับบัญชาที่ขึ้นกับสำนักงานอธิการบดี มีจำนวน 2 แห่ง (ร้อยละ 16.8) และห้องสมุดที่มีสายการบังคับบัญชาที่ขึ้นกับรองอธิการบดี ขึ้นกับฝ่ายวางแผน ขึ้นกับฝ่ายสนับสนุนการศึกษา และขึ้นกับฝ่ายอื่น มีจำนวนอย่างละ 1 แห่ง (ร้อยละ 8.3) จากการสอบถามกับผู้บริหารห้องสมุดพบว่าสายการบังคับบัญชาที่ขึ้นตรงกับคนๆ เดียว เช่น อธิการบดี รองอธิการบดี จะมีการบริหารงานที่คล่องตัวกว่ามีสายการบังคับบัญชาที่ขึ้นกับฝ่าย ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

เพราะสามารถพิจารณาอนุมัติการจัดการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องผ่านขบวนการในการพิจารณาหลายขั้นตอน

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีจำนวนบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ ระหว่าง 21-25 คน มีจำนวน 4 แห่ง (ร้อยละ 33.3) ห้องสมุดที่มีจำนวนบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ ระหว่าง 16-20 คน และ 26 คนขึ้นไป มีจำนวนอย่างละ 3 แห่ง (ร้อยละ 25) และห้องสมุดที่มีจำนวนบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ ระหว่าง 10-15 คน มีจำนวน 2 แห่ง (ร้อยละ 16.7) เมื่อพิจารณาจากมาตรฐานของทบวงมหาวิทยาลัย (2529) ซึ่งกำหนดให้มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ โดยมีบุคลากรประกอบด้วย บรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่อื่น ซึ่งจากภาระงานของบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย จะเห็นว่ามียางประจำที่ต้องรับผิดชอบเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และจากการที่ห้องสมุดมีงบประมาณค่อนข้างจำกัด (พัชรี ภูริ เทเวศร์, 2534) ทำให้การสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ทางการประชาสัมพันธ์ เป็นไปได้ยาก

ตอนที่ 2 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนแทบทั้งหมด (11 แห่ง) ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะโดยมีงานบริการ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และไม่มีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เป็นลายลักษณ์อักษร ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและไม่มีการติดตามผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มีเพียงห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแห่งเดียวที่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ มีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ เป็นลายลักษณ์อักษร มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยเป็นแผนระยะสั้นที่มีระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี และมีการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของพัชรี ภูริ เทเวศร์ (2532) ซึ่งพบว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยเฉพาะ ไม่มีการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานไม่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ และไม่มีการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานเห็นว่าทำได้ยาก เพราะ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความเชื่อถือและต้องใช้เวลาในการทำมาก

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนแทบทั้งหมด (11 แห่ง) ไม่มีบุคลากรรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ มีเพียงห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแห่งเดียวที่มีบุคลากรรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ โดยบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดทุกแห่ง ประกอบด้วยบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งไม่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยตรง และห้องสมุดทุกแห่งไม่มีการส่งเจ้าหน้าที่เข้าฝึกอบรมหรือดูงานด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากไม่มีงบประมาณและขาดบุคลากร จะเห็นว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ไม่มีบุคลากรผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยตรง และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประกอบด้วยบรรณารักษ์ และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดซึ่งไม่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Vikki (1985) ซึ่งพบว่าผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเป็นเจ้าหน้าที่จากฝ่ายต่างๆ ของห้องสมุด นอกจากนี้ จะเห็นว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนทุกแห่งไม่มีการส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมหรือดูงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เลย ซึ่งการอบรมหรือดูงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จะทำให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความชำนาญ เพิ่มมากขึ้น

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนแทบทั้งหมด (11 แห่ง) ไม่มีงบประมาณในการจัดประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ มีเพียงห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแห่งเดียวที่มีงบประมาณในการจัดประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ โดยมาจากงบประมาณของห้องสมุด

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนไม่มีการใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อประเภทใดในระดับมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีการใช้ในระดับมาก ได้แก่ คู่มือการใช้ห้องสมุด บ้ายประกาศ การพูดกับผู้ใช้ห้องสมุด เอกสารแนะนำทรัพยากรห้องสมุด การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดหรือการนำชมห้องสมุด บ้ายชี้แนะ และโปสเตอร์ สื่อที่มีการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การพูดในที่ชุมชน จัดหมายข่าวหรือวารสารของห้องสมุด นิทรรศการ และการประชุมหรือสัมมนาผู้ใช้ห้องสมุด สื่อที่มีการใช้ในระดับน้อย ได้แก่ วิดีโอเทป สไลด์ การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ และวิทยุกระจายเสียงหรือเสียงตามสาย และสื่อที่มีการใช้ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การประกวดฟิล์มสตริป และภาพยนตร์ จะเห็นว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์นี้จัดได้ว่าไม่ต้องใช้เงินทุนและการเตรียมการมากนัก (นาภรณ์ อัจฉริยะกุล, 2527) ซึ่งอาจมีผลมาจากการที่ห้องสมุดมีงบประมาณจำกัด แต่สื่อสิ่งประเภทนี้

เข้าถึงผู้ใช้ได้ค่อนข้างจำกัดเฉพาะผู้เข้าใช้ห้องสมุดเท่านั้น ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารของห้องสมุดอยู่ในวงแคบ โดยไม่เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ดังนั้น ห้องสมุดควรใช้สื่ออื่นควบคู่กันที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้อย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเฉพาะผู้เข้าใช้ห้องสมุดเท่านั้น เช่น วิทยุกระจายเสียง หรือเสียงตามสาย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้พบว่ามีการใช้ในระดับน้อยเท่านั้น ส่วนสื่อโสตทัศนประเภทต่างๆ ก็มีการใช้ในระดับน้อยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรี ภูริ เทเวศร์ (2532) ซึ่งพบว่าสื่อโสตทัศนประเภทต่างๆ มีการใช้น้อย เนื่องจากข้อจำกัดในด้านงบประมาณ บุคลากร สถานที่ ความสามารถเฉพาะด้าน รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น ยากต่อการควบคุมข้อบกพร่อง

ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ที่ผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัย เอกชนเห็นว่ามีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ และงบประมาณในการจัดประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ และปัญหาที่ผู้บริหารห้องสมุดเห็นว่ามีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยไม่ให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด วัสดุอุปกรณ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ไม่ได้รับความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจากหน่วยงานอื่น และสภาพและสถานที่ตั้งห้องสมุดไม่เอื้ออำนวยในการจัดการประชาสัมพันธ์ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของพัชรี ภูริ เทเวศร์ (2532) ซึ่งพบว่าการขาดบุคลากรผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และผู้มีความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัญหาในระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากสามารถมอบหมายให้บุคลากรอื่นในห้องสมุดเป็นผู้รับผิดชอบ ส่วนปัญหาในด้านงบประมาณซึ่งพบว่าเป็นปัญหาในระดับมากเช่นกัน และเกี่ยวเนื่องไปถึงปัญหาต่างๆ ด้วย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะจึงไม่มีงบประมาณในส่วนนี้ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

อาจารย์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อประเภทต่างๆ เรียงตามลำดับดังนี้ โปสเตอร์ (3.64) คู่มือการใช้ห้องสมุด (3.59) การประชุมหรือสัมมนาผู้ใช้ (3.53) บ้ายประกาศ (3.50) การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดหรือการนำชมห้องสมุด (3.43) การพูดกับผู้ใช้ห้องสมุด (3.40) เอกสารแนะนำทรัพยากรห้องสมุด (3.32)

การพูดในที่ชุมชน (3.18) บ้ายชี้แนะ (3.15) วิทยุกระจายเสียงหรือเสียงตามสาย (3.13) นิทรรศการ (3.12) จดหมายข่าวหรือวารสารของห้องสมุด (2.91) การจัดหรือสัปดาห์พิเศษ (2.66) ภาพยนตร์ (2.14) สไลด์ (1.68) วิดีโอเทป (1.67) การประกวด (1.46) และฟิล์มสตริป (1.32)

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อประเภทต่างๆ เรียงตามลำดับดังนี้ โปสเตอร์ (3.77) คู่มือการใช้ห้องสมุด (3.64) บ้ายประกาศ (3.51) การพูดกับผู้ใช้ห้องสมุด (3.49) การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดหรือการนำชมห้องสมุด (3.31) เอกสารแนะนำทรัพยากรห้องสมุด (3.30) การพูดในที่ชุมชน (3.24) วิทยุกระจายเสียงหรือเสียงตามสาย (3.21) สไลด์ (3.19) บ้ายชี้แนะ (3.19) นิทรรศการ (3.17) การประชุมหรือสัมมนาผู้ใช้ (3.13) จดหมายข่าวหรือวารสารของห้องสมุด (3.02) การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ (2.76) วิดีโอเทป (2.56) ฟิล์มสตริป (2.46) การประกวด (2.26) และภาพยนตร์ (2.20)

การทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานและไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงาน บุคลากรและงบประมาณในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนแทบทั้งหมด (11 แห่ง) ไม่มีหน่วยงาน บุคลากรและงบประมาณในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ดังตารางที่ 5 จะเห็นว่าความถี่ของระดับการใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยสื่อแต่ละประเภท ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับใดระดับหนึ่งมาก แสดงว่าห้องสมุดมีการใช้สื่อประเภทนั้นในระดับเดียวกันหรือไม่แตกต่างกันหลายแห่ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. อาจารย์และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย T-test พบว่า อาจารย์และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อต่างๆ เกือบทุกประเภท ไม่แตกต่างกัน (13 ประเภท ดังนี้ การพูดกับผู้ใช้ห้องสมุด (ตารางที่ 7) การพูดในที่ชุมชน (ตารางที่ 8) คู่มือการใช้ห้องสมุด (ตารางที่ 9) จดหมายข่าวหรือวารสารของห้องสมุด (ตารางที่ 10) บ้ายชี้แนะ (ตารางที่ 11) บ้ายประกาศ (ตารางที่ 12) โปสเตอร์ (ตารางที่ 13) เอกสารแนะนำทรัพยากรห้องสมุด (ตารางที่ 14) ภาพยนตร์ (ตารางที่ 17) วิทยุกระจายเสียงหรือเสียงตามสาย (ตารางที่ 19) การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ (ตารางที่ 20) นิทรรศการ (ตารางที่ 21) การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดหรือการนำชมห้องสมุด (ตารางที่ 23)) และอาจารย์และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้สื่อต่างๆ แตกต่างกัน (5 ประเภท ดังนี้ สไลด์ (ตารางที่ 15) फिल्मสตริป (ตารางที่ 16) วิดีโอเทป (ตารางที่ 18) การประชุมหรือสัมมนาผู้ใช้ห้องสมุด (ตารางที่ 22) และการประกวด (ตารางที่ 24)) โดยส่วนใหญ่ นักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่าอาจารย์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ห้องสมุดควรจัดให้มีหน่วยงาน บุคลากรและงบประมาณในการจัดประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ให้มากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานได้ศึกษา อบรม หรือดูงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะ ทำให้สามารถกลับมาพัฒนางานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดให้ดียิ่งขึ้น

2. ห้องสมุดควรกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และควรกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งการติดตามประเมินผล เพื่อให้ทราบข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ห้องสมุดควรเลือกใช้สื่อที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจ เช่น โปสเตอร์ คู่มือการใช้ห้องสมุด บ้ายประกาศ รวมถึงการเลือกเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้นักศึกษา อาจารย์ หรือบุคลากรอื่นๆ ได้ทราบข่าวสารของห้องสมุดได้อย่างทั่วถึงอันจะเป็นการกระตุ้นความสนใจของบุคคลเหล่านั้น และนำมาสู่การมาใช้ห้องสมุดต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการวิจัยดังนี้

1. ในการแจกแจงแบบสอบถาม จะแจกให้ผู้มาใช้บริการยืม-คืนเท่านั้น จึงไม่ครอบคลุมถึงนักศึกษาหรืออาจารย์ที่เข้าใช้ห้องสมุดเพื่อใช้บริการอื่นๆ
2. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล อยู่ในช่วงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งมหาวิทยาลัยเอกชนเริ่มมีการสอบประจำภาค ทำให้นักศึกษาและอาจารย์ไม่ค่อยสนใจที่จะตอบแบบสอบถาม จึงได้แบบสอบถามกลับมาค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดประเภทอื่น