

## บทที่ 2

### ปรัชญาบรรณกรรม

ในบทที่ 2 นี้ จะนำเสนอวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดตามลำดับดังนี้ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กระบวนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้มากมาย เช่น

การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรกับชุมชน แสดงให้ทราบถึงนโยบาย ส่งเสริมผลงานหรือบริการ หรือเพื่อรับการสนับสนุนจากชุมชนในด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Aitufe, 1993)

การประชาสัมพันธ์ คือ การจัดการที่สร้างและคงไว้ซึ่งการติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจ การยอมรับและความร่วมมือระหว่างองค์กรกับชุมชน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหา การรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน ตอบสนองในสิ่งที่เป็นที่สนใจของชุมชน เป็นเครื่องมือในการคาดการณ์ โดยใช้การวิจัยและจริยธรรมในการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ (Wilcox, 1986)

การประชาสัมพันธ์ คือ การช่วยให้องค์กรและชุมชนยอมรับและเข้าใจซึ่งกันและกัน (Lesly, 1991)

การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามในการสร้างและคงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีและความเข้าใจส่วนรวมระหว่างองค์กรกับประชาชน (Baker, 1990)

การประชาสัมพันธ์ คือ รูปแบบหนึ่งของการส่งเสริมที่ใช้การติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึก ความเชื่อถือในบริษัท ในสินค้าหรือบริการ ต่อผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมาย (Bennett, 1988)

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับชุมชน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจหรือการยอมรับ สร้างภาพพจน์ที่ดี เพื่อความร่วมมือ และให้การสนับสนุนอันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร

### การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

คนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในทางธุรกิจเท่านั้น แต่ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทในหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างมาก รวมทั้งห้องสมุดด้วย เนื่องจากการดำเนินงานของห้องสมุดก็ต้องมีการลงทุน มีการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศมาให้บริการ ถ้าหากไม่มีผู้ใช้หรือมาใช้น้อยกว่าที่ควร ย่อมหมายถึงความล้มเหลวและสูญเสียเปล่าในการลงทุน ดังนั้น เพื่อให้บริการห้องสมุดเป็นไปอย่างคุ้มค่า จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้ทราบ อันจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอันดี และนำมาสู่การมาใช้ห้องสมุดในที่สุด

ผู้ใช้ห้องสมุดโดยทั่วไปแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ ผู้ที่รู้จักและเข้าใช้ห้องสมุดและผู้ที่ไม่ควรเข้าใช้ห้องสมุดแต่ไม่รู้จักหรือไม่เคยเข้าใช้ห้องสมุด ดังนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจึงต้องกระทำเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ทั้ง 2 กลุ่ม คือ ต้องทำการประชาสัมพันธ์ภายในและประชาสัมพันธ์ภายนอก (อัญชลี ภูมิดิษฐ์, 2533)

การประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มผู้ใช้หลักของห้องสมุดหรือบุคลากรของห้องสมุด เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับห้องสมุดในด้านการดำเนินงานของห้องสมุด บริการของห้องสมุด ผลงานของห้องสมุด ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นการประชาสัมพันธ์แก่บุคคลทั่วไป ซึ่งไม่รู้จักห้องสมุด ไม่เห็นความสำคัญของห้องสมุด จึงต้องสร้าง

ความเข้าใจนอกเหนือจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในแล้ว คือ ในด้านความสำคัญ ของห้องสมุด ที่ต้องชี้ให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าใช้ห้องสมุด โดยการ ประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 ลักษณะสามารถทำได้ทั้งแบบไม่มีการเตรียมการ โดยผ่านทาง การปฏิบัติงานประจำวัน เช่น การที่เจ้าหน้าที่ห้องสมุดให้บริการดี กระตือรือร้นในการช่วยผู้ใช้ ห้องสมุด การจัดวางวัสดุครุภัณฑ์ และแบบมีการเตรียมการ ซึ่งต้องมีหน่วยงานผู้รับผิดชอบ ในการจัดดำเนินการ มีบุคลากรปฏิบัติงานและมีงบประมาณโดยเฉพาะ ต้องมีการวางแผน และต้องทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา โดยใช้สื่อและเทคนิคในการสื่อสารเข้าช่วย (วิไล อัครคิทยา, 2533)

### รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด คือ วิธีการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบกิจกรรม บริการ การดำเนินงานของห้องสมุด โดยอาศัยสื่อต่างๆ เป็นเครื่องมือในการแจ้งข่าวสาร ซึ่งสื่อที่ใช้ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ประเภท (วิจิตร อวาระกุล, 2534) คือ

1. สื่อประเภทคำพูด
2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์
3. สื่อประเภทโสตทัศน
4. สื่อประเภทกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษ

**สื่อประเภทคำพูด** เป็นสื่อด้วยคำพูดซึ่งจัดเป็นการสื่อพื้นฐาน สามารถกระทำ ได้ในรูปของการสนทนา การบรรยาย การปราศรัย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อโดยตรง ในขณะปฏิบัติงานประจำวัน การใช้สื่อประเภทนี้มีข้อดี คือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สามารถดัดแปลงให้เหมาะสมกับผู้ฟัง เป็นการสื่อสารสองทาง สามารถรับความคิดเห็นของ ผู้ฟังและให้คำชี้แจงได้ทันที ส่วนข้อเสีย คือ ขาดความคงทนถาวร มีขอบข่ายครอบคลุมจำกัด และต้องใช้ความสามารถหรือทักษะในการพูด



**สื่อประเภทสิ่งพิมพ์** สื่อประเภทนี้สามารถใช้ได้ในขอบเขตกว้างกว่าประเภทแรก โดยมีสิ่งพิมพ์ที่สำคัญ ได้แก่

1. คู่มือการใช้ห้องสมุด เป็นสิ่งพิมพ์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ห้องสมุด เพื่อให้ผู้ใช้มีความรู้เกี่ยวกับห้องสมุดและสามารถใช้ห้องสมุดได้อย่างถูกต้อง โดยปกติคู่มือการใช้ห้องสมุดจะประกอบด้วย ประวัติห้องสมุด การจัดแบ่งหน่วยงาน แผนผังห้องสมุด ทรัพยากรห้องสมุด บริการของห้องสมุด เครื่องมือช่วยค้นหา ระเบียบการใช้ห้องสมุด ตลอดจนสถิติต่างๆ ของห้องสมุด
2. จดหมายข่าวหรือวารสารของห้องสมุด เป็นสิ่งพิมพ์ต่อเนื่องเพื่อแจ้งข่าวสารของห้องสมุดทั้งแก่บุคลากรของห้องสมุดและผู้ใช้ ประกอบด้วยหัวข้อ ผลงานของบุคลากรภายในห้องสมุดแผนการปรับปรุงห้องสมุด วิจารณ์ แนะนำหนังสือ บทความ แนะนำบริการใหม่ของห้องสมุด (จ้อย นันทิวชิรินทร์, 2532)
3. เอกสารแนะนำหนังสือ เป็นเอกสารแจ้งรายชื่อหนังสือ บทความหรือหน้าสารบัญวารสารหรือทรัพยากรห้องสมุดใหม่ๆ หรือที่กำลังเป็นที่สนใจในขณะนั้น อาจมีบรรณนิทัศน์สาระสังเขปหรือบทวิจารณ์ประกอบด้วย
4. ป้ายชี้แนะ ใช้ในการบอกทิศทางในห้องสมุด การจัดวางทรัพยากรห้องสมุดหรือแนะนำวิธีปฏิบัติตัวในห้องสมุด
5. ป้ายประกาศ ใช้ติดประกาศต่างๆ ของห้องสมุด ระเบียบของห้องสมุด ตลอดจนแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับห้องสมุด
6. โปสเตอร์ เป็นการให้ข่าวสารที่สามารถดึงดูดความสนใจได้รวดเร็ว มักใช้ในเทศกาลสำคัญ แนะนำบริการหรือสิ่งพิมพ์ใหม่ กิจกรรมพิเศษ (Garvey, 1969)

**สื่อประเภทโสตทัศน** เป็นสื่อทางด้านโสตทัศนอุปกรณ์ ห้องสมุดมักใช้ในโอกาสพิเศษ ได้แก่

1. สไลด์ เป็นภาพนิ่งชนิดโปร่งแสงขนาด 35 มม. ที่จัดทำเป็นชุดต่อเนื่องกัน สามารถคัดลอกหรือเพิ่มเติมได้ง่าย โดยปกติห้องสมุดมักจัดทำเรื่องเกี่ยวกับการแนะนำห้องสมุดวิธีการใช้ห้องสมุด

2. फिल्मสตริป เป็นภาพนิ่งเช่นเดียวกับสไลด์แต่จัดทำติดต่อกันเป็นม้วน ทำให้แก้ไขลำบากกว่าสไลด์

3. ภาพยนตร์ เป็นภาพนิ่งที่ถ่ายทำติดต่อกันเป็นม้วนแล้วนำมาฉายด้วยความเร็วอย่างต่อเนื่องทำให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหว เป็นสื่อที่นิยมใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร เพราะสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี มีการลำดับเรื่องเป็นอย่างดีทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและจดจำ สามารถใช้กับกลุ่มผู้ใช้จำนวนมาก

4. วีดิทัศน์ มีลักษณะคล้ายกับภาพยนตร์ แต่บันทึกลงบนแถบบันทึกภาพที่มีลักษณะคล้ายกับแถบบันทึกเสียงของเทปคาสเซต สามารถจัดทำได้ง่ายและไม่ใช้งบประมาณในการจัดทำมากเท่ากับภาพยนตร์และสามารถใช้กับกลุ่มผู้ใช้จำนวนมากเช่นกัน

5. วิทยุโทรทัศน์ สื่อประเภทนี้อาจไม่อยู่ในความควบคุมของห้องสมุดหรือห้องสมุดจัดทำขึ้นเองไม่ได้ มักใช้แจ้งกิจกรรมพิเศษของห้องสมุด

**สื่อประเภทกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษ** เป็นกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่ทำให้ความรู้พร้อมกับความบันเทิง และเปิดโอกาสให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น (วิรัช ลภิตตกุล, 2532) กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

1. การจัดงานหรือสัปดาห์พิเศษ
2. การจัดการแสดงและนิทรรศการ
3. การประชุมหรือสัมมนา
4. การประกวด
5. การแนะนำสถาบัน การนำชมสถาบัน

จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลายวิธีและใช้สื่อต่างๆ ผสมผสานกัน เพื่อให้กิจกรรมที่จัดขึ้นน่าสนใจ โดยการเลือกใช้สื่ออันมีปัจจัยที่ควรพิจารณา (วิจิตร อวาทกุล, 2534) ดังนี้

1. มีความเหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ประหยัดค่าใช้จ่าย
3. มีลักษณะยืดหยุ่น
4. รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
5. เผยแพร่หน่วยงานได้เต็มที่

### กระบวนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

Kies (1987) ได้กำหนดกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไว้ดังนี้

1. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดอ่อนและจุดแข็งของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดในปัจจุบัน
2. ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ในนโยบายของห้องสมุด
3. วางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยยึดจุดอ่อนและจุดแข็งตามลำดับความสำคัญ เพื่อแก้ไขปรับปรุง
4. จัดเตรียมหน่วยงาน บุคลากร งบประมาณ ระยะเวลา และเทคนิคที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์
5. กำหนดวิธีการประเมินผล
6. เผยแพร่ให้บุคลากรภายในห้องสมุดทราบถึงแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่วางไว้
7. ดำเนินการตามแผนการที่วางไว้
8. ศึกษาผลที่สะท้อนกลับจากการดำเนินการ
9. ประเมินผลการดำเนินงานและทำการประชาสัมพันธ์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง



### การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย

ในอดีตเมื่อก้าวถึงห้องสมุดมหาวิทยาลัยแล้ว การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดดูเหมือนจะไม่ใช่ว่าจำเป็น เนื่องจากการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาเน้นการค้นคว้าด้วยตนเองเป็นหลัก ดังนั้น ผู้สอนและผู้เรียนจำเป็นต้องมาใช้บริการห้องสมุดโดยปริยาย (Aitufe, 1993) แต่ในปัจจุบันมีแหล่งสารสนเทศในรูปแบบอื่นๆ มากขึ้น ที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาเหล่านั้นได้ ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงผู้ใช้กลุ่มนี้ให้มาใช้ห้องสมุดต่อไป

ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมีข้อคำนึงถึง คือ ผู้ใช้ ทรัพยากรห้องสมุด บุคลากร และงบประมาณ (Hamilton, 1990) ดังนี้

ผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัย สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ นักศึกษา อาจารย์และเจ้าหน้าที่ และบุคคลทั่วไป โดยผู้ใช้ 2 กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้ใช้หลักของห้องสมุด (Aitufe, 1993) ซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีลักษณะและความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้น รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่นำมาใช้จึงแตกต่างกันด้วย ซึ่งห้องสมุดจะต้องทราบและจัดดำเนินการเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้แต่ละกลุ่มมากที่สุด ในด้านทรัพยากรห้องสมุด ห้องสมุดต้องจัดหาทรัพยากรให้มีหลากหลายรูปแบบ โดยทรัพยากรเหล่านั้นควรมีทั้งสาระและความบันเทิงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจควบคู่กันไป เช่น หนังสือ วารสาร วัสดุทัศนูปกรณ์ คอมพิวเตอร์ ส่วนด้านบุคลากรนั้น ห้องสมุดควรมีบุคลากรจัดการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ อีกทั้งต้องเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการให้บริการห้องสมุดให้กับบุคลากรภายในห้องสมุด เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่องานบริการของห้องสมุดเสียก่อน จึงจะประชาสัมพันธ์สู่ภายนอกได้ (Leerburgur, 1989) และในด้านงบประมาณ ห้องสมุดควรมีงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ โดยอาจมาจากงบประมาณของห้องสมุดหรือมาจากรายได้อื่นของห้องสมุด

พัชรี ภูริเทเวศร์ (2534) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์  
ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ดังนี้

### 1. ด้านหน่วยงานประชาสัมพันธ์

1.1 ควรกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน โดยเขียนเป็น  
ลายลักษณ์อักษรไว้ในแผนงานห้องสมุด เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์  
นโยบายนี้ควรสอดคล้องและตอบสนองกับนโยบายของหน่วยงาน ควรมีการวางแผน  
ประชาสัมพันธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีส่วนร่วมในการ  
วางแผนกับผู้บริหาร รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลงาน เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงการ  
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

1.2 ควรมีหน่วยงานที่จัดการประชาสัมพันธ์โดยตรง เพราะการ  
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะได้ผลเต็มที่จำเป็นต้องมีหน่วยงานรองรับ โดยขึ้นกับฝ่ายบริหาร  
เพราะผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องชี้แจงข่าวสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ประชาชน  
จึงจำเป็นต้องทราบนโยบายอย่างใกล้ชิด รวดเร็ว และทันต่อความต้องการ เพื่อนำมาปฏิบัติ  
ให้ตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด

1.3. สำหรับห้องสมุดที่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ควรปรับปรุง  
และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยอาศัยมาตรฐานห้องสมุดมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2529  
เป็นเกณฑ์

### 2. ด้านงบประมาณ

ควรกำหนดงบประมาณการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เพื่อให้  
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์คล่องตัว โดยคำนึงถึงค่าวัสดุอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ค่าตอบแทนและ  
ค่าใช้จ่ายอื่นและควรแสวงหาแหล่งเงินทุนอื่นสมทบด้วย

### 3. ด้านบุคลากร

3.1 ควรส่งผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปศึกษา อบรม ดูงาน เพื่อ  
เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับห้องสมุดของตน



3.2 ควรปลูกจิตสำนึกถึงหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากรทุกคน ภายในห้องสมุด มิใช่แต่เพียงผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เท่านั้น ดังนั้น ควรให้ความรู้พื้นฐานแก่บุคลากร เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานและห้องสมุด เพื่อให้บุคลากร เหล่านั้น เป็นสื่อบุคคลในการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอีกทอดหนึ่ง

3.3 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ควรประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านบรรณารักษศาสตร์และบุคลากรที่มีความรู้ทางนิเทศศาสตร์ ร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อใช้ความถนัดและความชำนาญของแต่ละฝ่ายสร้างเสริมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.4 ควรจัดสรรอัตรากำลังด้านการประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอแก่การปฏิบัติงานจัดให้มีผู้ปฏิบัติงานนี้อย่างเต็มเวลา

#### 4. ด้านรูปแบบการประชาสัมพันธ์

4.1 ควรใช้สื่อที่ห้องสมุดมีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น สื่อที่มหาวิทยาลัยจัดทำขึ้น เพื่อช่วยลดขั้นตอนในการผลิตและเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

4.2 ห้องสมุดควรปรับปรุงคุณภาพของสื่อที่จัดทำ ทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการนำเสนอและรูปแบบ ควรเลือกสื่อที่สามารถเข้ากับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเผยแพร่ กระจายข่าวสารมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ทำให้ผู้ใช้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย

4.3 ควรนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถดึงดูด กระตุ้นความรู้สึกได้ดี

4.4 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม

4.5 ควรศึกษากลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติความต้องการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม

4.6 เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารกว้างขวางยิ่งขึ้น และลดช่องว่างในการสื่อสารของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ควรประสานงานกับหน่วยงานอื่นในมหาวิทยาลัยด้วย

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ดังมีรายละเอียดดังนี้

### การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

พัชรา เต็งรังสรรค์ (2532) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประชาชนสังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน โดยศึกษาการดำเนินงานและปัญหาในการจัดประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและ เปรียบเทียบความต้องการของผู้บริหารและบรรณารักษ์ห้องสมุด เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยใช้แบบสอบถาม 2 ชุด สำหรับผู้บริหารห้องสมุด และบรรณารักษ์ห้องสมุดประชาชน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารและบรรณารักษ์มีความคิดเห็นในเรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสอดคล้องกันในเรื่องสื่อการประชาสัมพันธ์ เทคนิคหรือแบบการจัดทำ ภาษาที่ใช้ สถานที่ เนื้อหาและเวลา และมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องค่าใช้จ่ายและกำลังคน สำหรับวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด พบว่าไม่มีวิธีใดเลยที่ใช้ในระดับมากที่สุด และผู้บริหารและบรรณารักษ์มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ในด้านงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ในการประชาสัมพันธ์ บุคลากร สภาพและสถานที่ตั้งของห้องสมุด และการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ

พัชรี ภูริเทเวศร์ (2532) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย : ศึกษาเฉพาะ เขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด สถาบันอุดมศึกษาในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง โดยใช้แบบสอบถาม 3 ชุด สำหรับผู้บริหารห้องสมุด ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และผู้ใช้

ห้องสมุด ได้แก่ อาจารย์และนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงาน  
 ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยเฉพาะ โดยมีบุคลากรจากหลายหน่วยงานร่วมกันจัดทำ ไม่มีการ  
 กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์และไม่มีการ  
 ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ในด้านค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดส่วนใหญ่  
 มีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์น้อยกว่า 3,000 บาทต่อปีและใช้วิธีการขออนุมัติ เป็นครั้งคราว  
 ด้านปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด พบว่าประสบปัญหาในระดับน้อย ส่วนปัญหา  
 ที่ประสบในระดับปานกลาง คือ ขาดบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน

ศุภชัย เชียงทอง (2533) ศึกษาเรื่อง สภาพและปัญหาการประชาสัมพันธ์  
 ห้องสมุดโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 9 โดยศึกษาสภาพและ  
 ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา  
 เขตการศึกษา 9 โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดมีการจัดประชาสัมพันธ์ในด้าน  
 ต่างๆ ในระดับปานกลาง และห้องสมุดส่วนใหญ่มีปัญหาด้านงบประมาณ

Vikki (1985) ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด  
 มหาวิทยาลัยของรัฐ ในสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่  
 ไม่มีแผนการประชาสัมพันธ์และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มาจากหลายหน่วยงานในห้องสมุด  
 ในด้านวิธีการประชาสัมพันธ์ พบว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ใช้วิธีจัดแสดง จัดนิทรรศการ และโปสเตอร์  
 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้สรุปข่าว และวิธีการที่ใช้น้อยที่สุด คือ การโฆษณาโดย  
 เสียค่าใช้จ่าย ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด พบว่า  
 ผู้บริหารห้องสมุดเห็นว่าความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด คือ ช่วยให้ผู้ใช้ทราบข่าวสาร  
 เกี่ยวกับห้องสมุดมากที่สุด รองลงมา คือ เพิ่มการให้บริการของห้องสมุด และน้อยที่สุด คือ  
 คิดว่าไม่มีความสำคัญ และในด้านประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด พบว่าผู้บริหาร  
 ห้องสมุดส่วนใหญ่เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีความเห็นว่ามีผลในระดับสูง และ  
 น้อยที่สุด คือ เห็นว่าไม่มีประโยชน์



### รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

สงครี ดีศรีแก้ว (2525) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยศึกษาความเหมาะสมและความคาดหวังของผู้ใช้ที่มีต่อรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของสำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร 5 รูปแบบ ได้แก่ บ้ายบริการความรู้ทันสมัย บ้ายบอกทิศทางและตำแหน่งวัสดุห้องสมุด การนำชมห้องสมุด การจัดแสดงหนังสือใหม่ และข่าวหนังสือและสารบัญบทความใหม่ โดยการสัมภาษณ์อาจารย์และนิสิต ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้ต่างกลุ่มกันเห็นว่ารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเหมาะสมในการช่วยให้รับข่าวสารแตกต่างกัน และผู้ใช้ต่างกลุ่มกันมีความคาดหวังต่อการรับทราบข่าวสารที่ควรทราบจากรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

อามากร สุวรรณธรรมา (2533) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ในการช่วยให้ผู้รับได้รับข่าวสาร จากอาจารย์ ข้าราชการและนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน 6 รูปแบบ ได้แก่ เอกสารแนะนำการใช้ห้องสมุด สารแจ้งข่าว การจัดแสดงหนังสือใหม่ การนำชมห้องสมุด การจัดนิทรรศการและการจัดป้ายแจ้งข่าวสารภายในหอสมุด โดยการศึกษาสัมภาษณ์อาจารย์ ข้าราชการและนิสิต ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสม โดยในด้านรูปแบบ ผู้ใช้ประเภทอาจารย์และข้าราชการเห็นว่าป้ายแจ้งข่าวสารภายในหอสมุด มีความเหมาะสมมากที่สุด และในด้านเนื้อหา ผู้ใช้ประเภทอาจารย์เห็นว่าเนื้อหาของเอกสารแนะนำการใช้ห้องสมุดและป้ายแจ้งข่าวสาร มีความเหมาะสมมากที่สุด ส่วนผู้ใช้ประเภทนิสิตเห็นว่าเนื้อหาของ การนำชมห้องสมุดมีความเหมาะสมมากที่สุด

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดข้างต้น ในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จะเห็นว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยตรง ไม่มีแผนงานหรือนโยบายการประชาสัมพันธ์อย่างเด่นชัด และปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่คล้ายคลึงกัน คือ ขาดบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ในด้านรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จะเห็นว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ และผู้ใช้ต่างกลุ่มกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน