



## ความสำคัญของปัญหา

ห้องสมุดเป็นแหล่งรวมทรัพยากรสารสนเทศที่มีการจัดอย่างเป็นระบบเพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงแหล่งสารสนเทศนั้นๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว แต่ก็มีอุปสรรคข้อขัดข้องซึ่งผู้ใช้อาจไม่ทราบว่ามีอะไรที่จะเป็นประโยชน์ หรือไม่ทราบว่าจะค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างไร ประกอบกับปัจจุบันมีแหล่งสารสนเทศอื่นๆ ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้สะดวก จนทำให้มองข้ามห้องสมุดไป (Aitufe, 1993) การที่ห้องสมุดจัดหาทรัพยากรสารสนเทศมาให้บริการ ถ้าไม่ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ก็เท่ากับเป็นการสูญเสียเงินในการลงทุน วิธีการหนึ่งที่จะเรียกผู้ใช้ คือ การประชาสัมพันธ์ หากเทคนิคการประชาสัมพันธ์ดีก่อให้เกิดความสนใจ บังเกิดความประทับใจที่จะนำมาสู่การใช้บริการห้องสมุดในที่สุด

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด คือ การจัดการอย่างหนึ่งที่สร้างและส่งเสริมการติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับชุมชน ซึ่งการจัดการนี้เกี่ยวกับการแก้ปัญหา การเผยแพร่และการรับข้อคิดเห็นจากชุมชน การให้บริการในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน โดยเฉพาะสิ่งที่กำลังเป็นที่สนใจในช่วงเวลานั้น และยังใช้เป็นเครื่องมือในการคาดการณ์ล่วงหน้าด้วย โดยใช้การวิจัย สื่อต่างๆ และเทคนิคในการสื่อสารเป็นหลักสำคัญ (Roberts, 1989)

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะมุ่งเน้นด้านการเสริมสร้างภาพพจน์และความเข้าใจอันดีต่อห้องสมุด โดยเฉพาะห้องสมุดซึ่งเป็นแหล่งสรรพวิทยาการต่างๆ ที่ต้องให้บริการสารสนเทศที่ถูกต้อง รวดเร็วและตรงตามความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด โดยเฉพาะห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่ต้องเป็นห้องสมุดที่ไม่อยู่กับที่ รอให้ผู้ใช้มาขอใช้บริการเท่านั้น แต่ต้องเสนอสารสนเทศออกไปสู่ผู้ใช้ (ชวนพิศ สุขันสนีย์, 2533) จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์งานห้องสมุดให้ผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องทราบและต้องทำอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เพราะนอกจากจะช่วยให้ผู้ใช้ห้องสมุดให้ความสนับสนุนและ เข้าใช้บริการห้องสมุดมากขึ้นแล้ว

ยังเป็นการช่วยสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแก่บรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย (วิสัย อัครคิซยา, 2533)

ทบวงมหาวิทยาลัย (2530) ได้กำหนดมาตรฐานห้องสมุดมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2529 โดยให้มีแผนกประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและมีบุคลากรรับผิดชอบโดยตรง แต่จากงานวิจัยของพัชรี ภูริเทเวศร์ (2532) ได้ศึกษา เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย : ศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในด้านสภาพงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่มีนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และไม่มีผลการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น จากการสอบถามกับบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง ไม่มีหน่วยงานและบุคลากรรับผิดชอบโดยตรง และมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกันเพียงไม่กี่รูปแบบเท่านั้น ซึ่งไม่อาจเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ได้เต็มที่ ทำให้ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับห้องสมุดไม่เต็มที่ และอาจมีผลต่อการเข้าใช้ห้องสมุด ดังผลการวิจัยของ ประกอบ คุปรัตน์ (2533) ซึ่งได้ศึกษาบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในด้านบริการทางวิชาการ พบว่านักศึกษาใช้เวลาค้นคว้าในห้องสมุดเฉลี่ย สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ใช้หนังสือของห้องสมุดในระดับตำ และความพอใจในด้านห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมาน ลอยฟ้า (2525) ซึ่งได้ศึกษาถึงการเข้าใช้ห้องสมุดของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่านักศึกษาเข้าใช้ห้องสมุดในระดับตำเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ กิ่งกนก ศิวาทินทรา (2526) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายและแนวโน้มนการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่าปัญหาอย่างหนึ่งของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน คือ ปัญหาเกี่ยวกับการใช้ห้องสมุดของนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษายังขาดความรู้ ความเข้าใจในการใช้ห้องสมุด มีการใช้ห้องสมุดเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ห้องสมุดไม่มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่ยกมาข้างต้นทำให้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยเฉพาะห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษา

เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน รวมถึงศึกษาถึงความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อให้ทราบถึงสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ปัญหา เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และทำให้ทราบความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของผู้ใช้ เพื่อเป็นแนวทางจัดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่เข้าถึงผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่ยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ในด้าน
  - 1.1 หน่วยงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
  - 1.2 บุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
  - 1.3 งบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
  - 1.4 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อและ เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อสื่อและ เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

### สมมติฐานการวิจัย

1. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงาน บุคลากรและ งบประมาณในการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ
2. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจต่อสื่อและ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน



## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาถึง

1. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย จำนวน 12 แห่ง ประจำปีการศึกษา 2537
2. ความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาต่อสื่อและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จากกลุ่มตัวอย่างอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย จำนวน 12 แห่ง ประจำปีการศึกษา 2537

คำนวณหากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

$$n = N/1+Ne^2 \quad (\infty = 0.05)$$

n = กลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่จะยอมรับได้ ( $\pm 5$ )

(ประกอบ กรรณสูตร, 2528)

กลุ่มอาจารย์ มีจำนวนประชากร 4,028 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 366 คน  
 กลุ่มนักศึกษา มีจำนวนประชากร 111,249 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 406 คน  
 (ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจะต้องไม่ต่ำกว่า 10 คน)

โดยแยกตามมหาวิทยาลัยได้ดังนี้

มหาวิทยาลัย	อาจารย์		นักศึกษา	
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	696	63	16,991	61
มหาวิทยาลัยเกริก	84	10	4,406	16
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	234	21	6,472	23

มหาวิทยาลัย	อาจารย์		นักศึกษา	
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	295	27	13,481	48
มหาวิทยาลัยพายัพ	268	24	6,407	23
มหาวิทยาลัยรังสิต	648	59	10,375	37
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	311	28	10,002	36
มหาวิทยาลัยสยาม	324	29	12,634	45
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	369	33	14,516	52
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวฯ	107	10	813	10
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	525	47	10,855	39
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	<u>167</u>	<u>15</u>	<u>4,342</u>	<u>16</u>
รวม	4,028 =====	366 ===	111,249 =====	406 ===

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
2. สurveการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้แบบสอบถาม  
แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน ดังนี้  
ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของห้องสมุด  
ตอนที่ 2 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด  
ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
3. สurveความพึงพอใจต่อสื่อและ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้แบบสอบถาม  
แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 2 ตอน ดังนี้  
ตอนที่ 1 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด  
ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า T-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+
5. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล รายงานผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสภาพและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย เอกชน เพื่อจัดหาแนวทางแก้ไข ปรับปรุง การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ทำให้ทราบรูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่อาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัย เอกชนพึงพอใจ เพื่อนำมาพิจารณารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุด

#### คำอธิบายศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	หมายถึง	การเผยแพร่ให้ผู้ใช้บริการทราบถึงกิจกรรมและบริการที่ห้องสมุดจัดขึ้น ตลอดจนการดำเนินงานของห้องสมุด
รูปแบบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	หมายถึง	วิธีการแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงกิจกรรมบริการ การดำเนินงานของห้องสมุด โดยอาศัยสื่อต่างๆ เป็นเครื่องมือ