

1 นาทีกับบรรณสาร ฯ: กลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

One Minute with CLREM (SUT Library): Strategy for Public Relations

สุภารักษ์ เมินกระโทก

ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
e-mail: srisui@sut.ac.th

บทคัดย่อ

“1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการประชาสัมพันธ์ของศูนย์บรรณสาร ฯ โดยการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์ที่มีความยาวประมาณ 1 นาที และกำหนดให้มีการเผยแพร่และนำเสนอในการประชุมประเมินภารกิจการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยทุกครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างช่องทางใหม่ในการประชาสัมพันธ์และใช้เวลาเพียง 1 นาที นอกจากนี้ ยังได้รวบรวมสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวและนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา จากการนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ประโยชน์เป็นสื่อวีดิทัศน์ประกอบการฝึกอบรมการค้นคืนสารสนเทศ และการอบรมการใช้ห้องสมุดผู้ใช้บริการมีความประทับใจ “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” จึงเป็นกลยุทธ์ที่ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพ ประสบผลสำเร็จ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร เนื่องจากเป็นสื่อที่สั้น กระชับ และมีการเผยแพร่ต่อผู้ที่มีอิทธิพลของศูนย์บรรณสาร ฯ ทั้งในด้านนโยบายและงบประมาณ และยังเป็นผู้ใช้บริการอีกด้วย

คำสำคัญ:

ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา, ห้องสมุด-การประชาสัมพันธ์

Abstract

"One Minute with SUT Library" is one of the strategies of the public relations SUT library. By producing and presenting media for public relations. The purpose to enhance the public relations channels and to promote public relations. In addition, we have collected the media and used it in various activities. Such as, Use for a library training. And the library user training has impressed. "One Minute with SUT Library" is a strategy that affects the public relations. This is due to the dissemination to the influential people. Both in policy and budget. "One Minute with SUT Library" is one of the strategies of the public relations of SUT library by producing and presenting One Minute media for public relations. It was the

requirement for university teaching-learning evaluation. The purpose of the project was to increase the public relations channels and to promote university performance. In addition, the medias have been collected for rerunning in various activities such as library training. The result showed that library users who joined the training were impress with. "One Minute with SUT Library". It was indicated that the "One Minute with SUT Library" reached the policy makers. This will affect policy and budget as well as customers.

Keyword:

SUT Library, Library Promotion

บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่เป็นกระบวนการที่มีระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ (นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2545, หน้า 18) และเป็นการสื่อสารระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอกที่มีการติดต่อสื่อสารกับองค์กรหรือเกี่ยวข้องกับองค์กร (Henslowe, 1999) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จึงหมายถึงกระบวนการในการสื่อสารระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้บริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทราบถึงบริการต่าง ๆ ของห้องสมุดและจะนำมาสู่การเข้ามาใช้บริการและทรัพยากรของห้องสมุดมากขึ้น ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อการบริการของห้องสมุด รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อห้องสมุดในระยะยาว การประชาสัมพันธ์จึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของห้องสมุดมีส่วนช่วยในการพัฒนางานห้องสมุดให้ก้าวหน้าและตอบสนองต่อความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น (กชพร ต้นทะสุวรรณ, แววดา เตชาทวีวรรณ และธาดาศักดิ์ วชิรปรีชาพงษ์, 2555) เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุผล จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์คอยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด เรื่องอะไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล ซึ่งความท้าทายของการประชาสัมพันธ์ คือการคิดค้นหากลวิธีในการประชาสัมพันธ์

ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านห้องสมุดและบริการด้านสื่อการศึกษา แก่คณาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ตลอดจนบุคคลภายนอก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการหากกลยุทธ์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการได้ทราบและใช้บริการ อาทิเช่น การจัดอบรม การจัดกิจกรรม แผ่นพับ เอกสารประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ สื่อวีดิทัศน์ เป็นต้น ผู้เขียนในฐานะผู้รับผิดชอบการส่งเสริม

การใช้ทรัพยากรสารสนเทศ จึงสนใจการหากลยุทธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ทรัพยากรสารสนเทศ บริการ ทรัพยากรสารสนเทศ และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อใช้ในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ บริการทรัพยากรสารสนเทศ และสิ่งอำนวยความสะดวก มากยิ่งขึ้น จึงกำหนดให้มีกลยุทธ์ในการ ประชาสัมพันธ์ โดยการผลิตรายการความยาวประมาณ 1 นาที เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์บรรณสารและ สื่อการศึกษา โดยนำรายการดังกล่าวมาเผยแพร่ในเวทีการประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียน การสอน เรียกว่า “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีได้ให้ความสำคัญกับ ภารกิจจัดการเรียนการสอน โดยกำหนดให้จัดการประชุมเพื่อประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน เป็นประจำทุกภาคการศึกษา และได้จัดต่อเนื่องมาตั้งแต่มหาวิทยาลัยเริ่มดำเนินการ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา จนถึงขณะนี้ภาคการศึกษาที่ 3/ 2560 ซึ่งจัดเป็นครั้งที่ 75 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริหารทุกระดับ คณาจารย์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ร่วมกันพิจารณา ผลการศึกษาใน ภาคการศึกษาที่ผ่านมา ทั้งในส่วนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และสถาบันการbinพลเรือน ซึ่งเป็นสถาบันสมทบของ มทส. และสะท้อนเรื่องของ “การรวมบริการประสานภารกิจ” เพื่อให้ การประสานงานให้ภารกิจลุล่วง ตลอดจนรับทราบผลดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การรายงานผลการเรียนของนักศึกษา การรายงานสรุปผล การวิเคราะห์ผลการประเมิน การสอนของคณาจารย์ สรุปผลการดำเนินงานศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ และ Special forum ในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง โดยผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ท่านอธิการบดี ผู้บริหารระดับ รองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการศูนย์ สถาบัน คณาจารย์จากทุกสำนักวิชา หัวหน้าส่วน/ หัวหน้า สำนักงาน หัวหน้าฝ่าย หัวหน้างาน ผู้บริหารและ คณาจารย์จากสถาบันการbinพลเรือน รวมประมาณ 100 ท่าน

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดังกล่าว จึงเป็นการสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีอิทธิพลทาง ความคิด (Collaborate with influencers) การพูดปากต่อปากและการให้บุคคลที่สามเป็นผู้กล่าว แทนนับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยิ่งในยุคนี้ ไม่ว่าจะกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นใครวิธีที่ดี ที่สุดที่จะทำให้เรื่องราวของหน่วยงานเป็นที่น่าเชื่อถือก็คือการให้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นผู้บอก กล่าวกับคนอื่น ๆ โดยนักประชาสัมพันธ์จะต้องช่วยส่งเสริมให้บุคคลดังกล่าวได้มีช่องทางเพิ่มขึ้นใน การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายและทำให้พวกเขาเข้าถึงข้อมูลขององค์กรได้โดยสะดวก (พรพิทักษ์ แม้นศิริ, 2560)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างช่องทางใหม่และใช้เวลา 1 นาทีในการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จ

ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน


การประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน คือการจัดการประชุมโดยส่วนส่งเสริม วิชาการ ที่กำหนดให้มีอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นประธาน และมีผู้บริหารทุกระดับ ของมหาวิทยาลัยเข้าร่วมการประชุม ตั้งแต่ระดับรองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการศูนย์/ สถาบัน หัวหน้าส่วน หัวหน้าสาขาวิชา หัวหน้าฝ่าย ตลอดจนคณาจารย์และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และ

กำหนดให้มีการจัดประชุมทุกภาคการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารทุกระดับ ตลอดจนคณาจารย์และผู้เกี่ยวข้องได้ร่วมกันพิจารณาผลการจัดการศึกษาในภาคการศึกษาที่ผ่านมา ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ ทั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ สถาบันการbinพลเรือนซึ่งเป็นสถาบันสมทบของมหาวิทยาลัย ตลอดจนรับทราบผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ รายงานผลการเรียนของนักศึกษา รายงานผลสรุปการวิเคราะห์การประเมินผลการสอนของอาจารย์ โดยนักศึกษาเป็นผู้ประเมิน รายงานผลการดำเนินงานของสำนักวิชา รวมถึงสรุปผลการดำเนินงาน ศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ

“1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” การประชาสัมพันธ์ศูนย์บรรณสาร ฯ ด้วยสื่อวีดิทัศน์ จึงเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยการสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด (Collaborate with influencers) เนื่องจากในการประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน กำหนดให้มีอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นประธาน และมีผู้บริหารทุกระดับของมหาวิทยาลัยเข้าร่วมการประชุม การพูดปากต่อปาก และการนำเสนอต่อผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลทั้งด้านนโยบายและงบประมาณ นับว่าเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยิ่ง เนื่องจากไม่ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นใคร วิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้ข่าวสารของศูนย์บรรณสาร ฯ เป็นที่น่าเชื่อถือก็คือการให้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นผู้บอกกล่าวกับคนอื่น ๆ

ในการดำเนินการตามกลยุทธ์ดังกล่าว ผู้รับผิดชอบมีการประสานงานกับส่วนส่งเสริมวิชาการ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบการจัดประชุมดังกล่าว เริ่มจากการกำหนดให้มี 1 นาทีกับบรรณสาร ฯ ในกำหนดการประชุมทุกครั้ง จากนั้นพิจารณาเพื่อวางแผนเตรียมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การเลือกรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ การเลือกประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ การเขียนบท การประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการผลิตสื่อ การประเมินสื่อ และการทดลองใช้สื่อก่อนการใช้งานจริง เพื่อมิให้เกิดข้อผิดพลาดเมื่อถึงเวลาการนำเสนอ

กำหนดการ
การประชุมเพื่อประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอนของภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560
วันจันทร์ที่ 1 ตุลาคม 2561
ณ ห้องสุนารี สโมสรมณฑล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุนารี

- 11.00 – 11.30 น. - ลงทะเบียน
- ผู้เข้าร่วมประชุมตักอาหาร (บุฟเฟต์) บริเวณหน้าห้องประชุม และนำเข้าไปรับประทานในห้องประชุม
- 11.30 – 12.00 น. - รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและพัฒนาความเป็นสากล กล่าวรายงาน
- อธิการบดีกล่าวเปิดประชุม และแจ้งเรื่องควรทราบ
- หัวหน้าส่วนการเจ้าหน้าที่แนะนำอาจารย์ใหม่
- 1 นาที กับบรรณสารฯ 
- 12.00 – 12.15 น. - รายงานผลการเรียนของนักศึกษา ของภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560
โดย ผู้อำนวยการศูนย์บริการการศึกษา
- อภิปรายและซักถาม
- 12.15 – 12.35 น. - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ผลการประเมินการสอนของอาจารย์ โดยนักศึกษาเป็นผู้ประเมิน
ของภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560
โดย หัวหน้าสถานพัฒนาคณาจารย์
- อภิปรายและซักถาม
- 12.35 – 12.45 น. - สรุปปัญหาและรายงานความก้าวหน้าในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติการจัดการเรียน
การสอน ของภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560
โดย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและพัฒนาความเป็นสากล
- 12.45 – 13.15 น. - Special Forum เรื่อง “E-courseware กับการก้าวสู่ Borderless Education”
โดย ผู้อำนวยการศูนย์นวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา
- อภิปรายและซักถาม
- 13.15 – 13.30 น. - สรุปผลการดำเนินงานศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ
โดย ผู้อำนวยการศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ
- อภิปรายและซักถาม
- 13.30 – 13.45 น. - รายงานผลการเรียนของนักศึกษา สถาบันการบินพลเรือน ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560
โดย ผู้แทนสถาบันการบินพลเรือน
- อภิปรายและซักถาม
- 13.45 น. - อธิการบดีกล่าวปิดการประชุม

ภาพที่ 1 กำหนดการประชุม



ภาพที่ 2 ภาพบรรยากาศการประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน โดยท่านอธิการบดี เป็นประธาน (รศ.ดร.วีระพงษ์ แผลสุวรรณ)



ภาพที่ 3 การนำเสนอ “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” ด้วยวีดิทัศน์ความยาวประมาณ 1 นาที

การดำเนินงาน “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การประสานงานกับส่วนส่งเสริมวิชาการ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดประชุม เพื่อกำหนด “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” ไว้ในหัวข้อการประชุมในทุกครั้งที่มีการประชุม

2. เนื้อหาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการค้นหาว่าผู้ใช้บริการรับรู้เกี่ยวกับ ศูนย์บรรณสาร ฯ อย่างไรบ้าง มีเรื่องใดที่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับศูนย์บรรณสาร ฯ เพื่อนำข้อมูล มากำหนดแผนและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์จึงมาจากการหาจุดร่วม ระหว่างสิ่งที่ศูนย์บรรณสาร ฯ อยากจะบอกกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายสนใจหรืออยากรู้ จากนั้นจึงมี การเขียนบทสำหรับผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อประเภทวีดิทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อ ในการเรียนรู้ที่มีบทบาท ลักษณะของสื่อที่ใช้งานง่าย สามารถสร้างความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน หรือ การบันทึกภาพข่าว หรือการแสดง สามารถนำมาใช้เป็นสื่อในการส่งเสริมการใช้บริการได้

3. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดแผนการในการประชาสัมพันธ์โดยมีประเด็น ที่ควรคำนึงถึง ดังนี้

3.1 เป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูล แนะนำบริการและสอนการใช้ บริการ

3.2 กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ คณาจารย์ นักศึกษา เป็นต้น

3.3 กำหนดเวลาที่จะใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดให้มีการนำเสนอ สื่อวีดิทัศน์ 1 นาทีกับบรรณสาร ฯ ในทุกครั้งที่มีการประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน ของทุกภาคการศึกษา

3.4 กำหนดหน้าที่ให้แกพนักงานในฝ่ายเพื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เช่น ทดลอง ฉายสื่อวีดิทัศน์

4. ดำเนินการและติดต่อสื่อสาร (Action & Communication) เป็นขั้นตอนของ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่ไดวางแผนไว้ โดยมีการตรวจสอบสื่อด้านภาพ เสียง ความถูกต้อง ความยาว รูปแบบการนำเสนอ รวมทั้ง การทดสอบสื่อวีดิทัศน์ก่อนการนำเสนอจริงตามที่ระบุไว้ใน กำหนดการประชุม

5. ประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลหลังการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ทราบถึงผลของการประชาสัมพันธ์ว่าไปตามแผนที่กำหนดไว้หรือไม่ และนำไปปรับปรุง แผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป (นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์, 2545; Arthur, 1994; Lattimore, et al., 2006) โดยหลังจากสื่อได้รับการเผยแพร่ออกไปแล้ว ผู้รับผิดชอบได้เฝ้าระวังข้อตำหนิ ข้อชมเชยจาก ผู้เข้าร่วมประชุม เช่น สังเกตจากเสียงปรบมือหลังจากชมวีดิทัศน์ ฟังจากเสียงของผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในคราวต่อไป

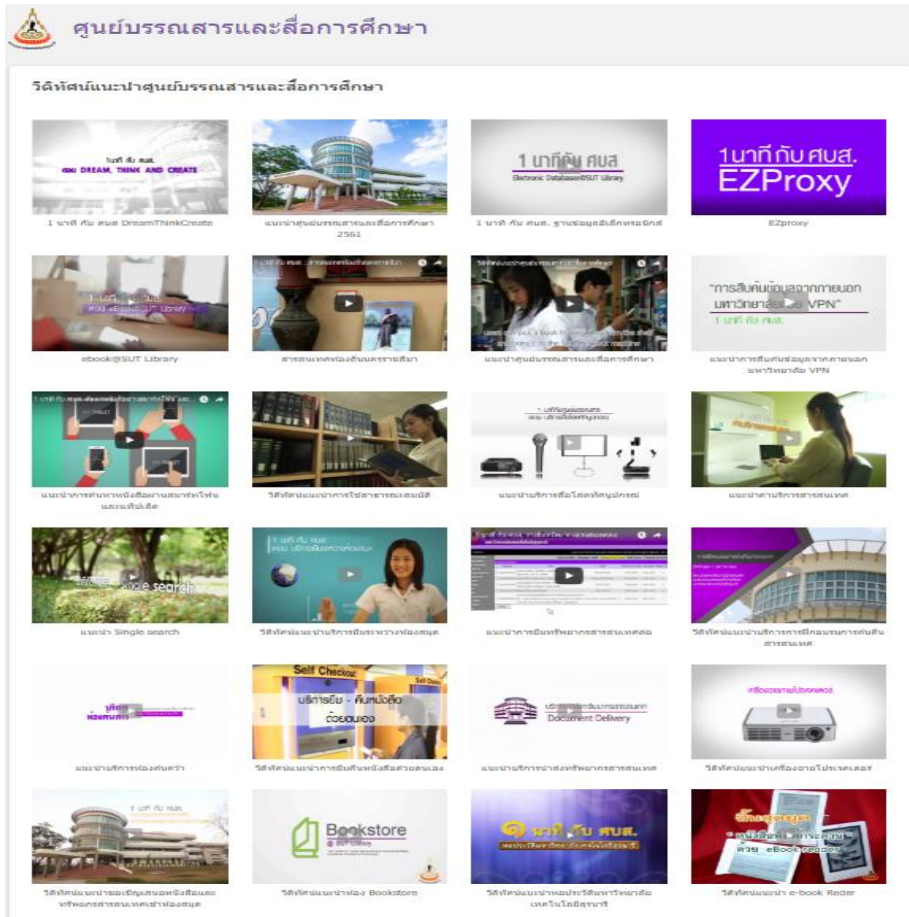
6. หลังจากวีดิทัศน์แต่ละเรื่องได้เผยแพร่ครั้งแรกในหัวข้อ “1 นาทีกับบรรณสาร ฯ” ในที่ ประชุมประเมินการจัดการเรียนการสอนแล้ว เนื่องจากสื่อวีดิทัศน์ดังกล่าว เป็นสื่อที่ให้ความรู้ สื่อแนะนำการใช้บริการต่าง ๆ ดังนั้น สื่อวีดิทัศน์ดังกล่าวจะถูกนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ ในวงกว้างต่อไปเพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือผู้สนใจได้รับชมตามช่องทางประชาสัมพันธ์ของ ศูนย์บรรณสาร ฯ ดังนี้

- 6.1 การเผยแพร่วีดิทัศน์บนเว็บไซต์ของศูนย์บรรณสาร ฯ โดยรวบรวมวีดิทัศน์ทั้งหมดให้ผู้ใช้บริการหรือผู้สนใจได้ชม หรือเรียนรู้ด้วยตนเองที่ Library.sut.ac.th
- 6.2 การค้นหาวีดิทัศน์จากอินเทอร์เน็ต ที่ <http://www.youtube.com>
- 6.3 การเผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านระบบจอประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ณ อาคารบรรณสารและอาคารเรียนรวม
- 6.4 การนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ในการแนะนำห้องสมุดแก่ผู้มาเยี่ยมชม
- 6.5 การนำสื่อวีดิทัศน์ไปประกอบการฝึกอบรมการค้นคืนสารสนเทศ
- 6.6 การนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ประกอบประกอบการปฐมนิเทศนักศึกษาหรือการอบรมการใช้ห้องสมุด (นักศึกษาใหม่)
- 6.7 การนำสื่อวีดิทัศน์ไปเผยแพร่บนหน้าจอตู้การยืมหนังสือ และการคืนหนังสือด้วยตนเอง
- 6.8 อื่น ๆ การนำมาใช้ในโอกาสต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา

ผลจากการดำเนินงาน

“1 นาที่กับบรรณสาร ฯ” ได้รับการบรรจุไว้ในกำหนดการประชุมประเมินภารกิจจัดการเรียนการสอน มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลา 10 ปี และเป็นหน่วยงานเพียงแห่งเดียวของมหาวิทยาลัยที่มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในลักษณะเช่นนี้ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ศูนย์บรรณสาร ฯ ปัจจุบันศูนย์บรรณสาร ฯ มีสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปวีดิทัศน์ หรือ “1 นาที่กับบรรณสาร ฯ” จำนวน 24 เรื่อง ประกอบด้วย

1. วีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ จำนวน 6 เรื่อง
2. วีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศ จำนวน 12 เรื่อง
3. วีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 เรื่อง



ภาพที่ 4 รายการวิดีโอทัศน์

ผลการประเมิน

หลังจากสื่อวิดีโอทัศน์ได้เผยแพร่ในที่ประชุมประเมินภารกิจการจัดการเรียนการสอน ผู้รับผิดชอบได้เฝ้าระวังข้อตำหนิ ข้อชมเชยจากผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า จะได้รับเสียงปรบมือหลังจากชมวิดีโอทัศน์ ท่านอธิการบดีกล่าวชื่นชม รวมทั้ง รับฟังเสียงจากผู้เข้าร่วมประชุม เช่น วิดีทัศน์น่าสนใจ เสียงบรรยายเพราะ ใครผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ให้ เป็นต้น ซึ่งจะนำข้อมูลมาประกอบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในคราวต่อไป

นอกจากนี้ ศูนย์บรรณสารฯ ยังได้รวบรวมสื่อประชาสัมพันธ์และนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์บรรณสารฯ เช่น จากการนำสื่อวิดีโอทัศน์ไปใช้เป็นส่วนประกอบการฝึกอบรมการค้นคืนสารสนเทศ และการอบรมการใช้ห้องสมุดสำหรับนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี ในภาคการศึกษาที่ 1/ 2561 และมีการประเมินผลการอบรมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจสอบถามประเด็นต่าง ๆ รวมถึงมีคำถามปลายเปิดสอบถามถึงสิ่งที่ประทับใจ และสิ่งที่ควรปรับปรุง พบว่ามีผู้ตอบ จำนวน 75 คน ประทับใจสื่อวิดีโอทัศน์ที่ใช้ในการอบรม และจากผลการวิจัยเรื่อง การใช้ระบบยืม-คืนหนังสือด้วยตนเองของนักศึกษาและคณาจารย์ กรณีศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยสุภาภักษ์ เมินกระโทก (2553) ได้สอบถามวิธีในการเรียนรู้การใช้

ระบบการยืมและระบบการคืนหนังสือด้วยตนเอง พบว่า ผู้ใช้บริการเรียนรู้วิธีการใช้ระบบการยืม-คืนหนังสือด้วยตนเอง โดยเรียนรู้จากวิดีโอทัศน์ประชาสัมพันธ์ของศูนย์บรรณสาร ฯ ร้อยละ 39.60

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

“1 นาที่กับบรรณสาร ฯ” เป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ของศูนย์บรรณสาร ฯ ให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดให้มีการประชาสัมพันธ์ในเวทีการประชุมของผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีอธิการบดีเป็นประธาน และมีผู้บริหารทุกระดับของมหาวิทยาลัยเข้าร่วมการประชุม เป็นการนำเสนอต่อผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อศูนย์บรรณสาร ฯ ทั้งในด้านนโยบายและงบประมาณ นับเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของศูนย์บรรณสาร ฯ (พรพิทักษ์ แม้นศิริ, 2560) ศูนย์บรรณสาร ฯ ได้นำเสนอสื่อประเภทสื่อวิดีโอทัศน์ เนื่องจากมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการหลายด้าน โดยเฉพาะนักศึกษา ดังนี้ 1) สามารถแนะนำขั้นตอน และวิธีการใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และเข้าใจมากกว่าการอธิบายด้วยวิธีปกติ 2) ผู้ใช้บริการสามารถทบทวนซ้ำ และสามารถเรียนรู้ได้ตามที่ต้องการ จึงเป็นการสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษาที่เปลี่ยนมาเป็นการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญผู้เรียนสามารถแสวงหาความรู้และสนับสนุนผู้เรียนได้เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ที่หลากหลาย นอกจากนี้ ศูนย์บรรณสาร ฯ ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่าง ๆ ของศูนย์บรรณสาร ฯ และยังช่วยลดเวลา หรือลดขั้นตอนของบรรณารักษ์ที่ไม่ต้องบรรยายทั้งหมด และได้ข้อมูลครบถ้วนรอบข้อมูลที่แต่ละคนได้รับเหมือนกัน ดังนั้น สื่อจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่บริการสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศ และสิ่งอำนวยความสะดวกของศูนย์บรรณสาร ฯ และเพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์บรรลุผล จึงจำเป็นต้องคิดหากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย

รายการอ้างอิง

- กชพร ตันหะสุวรรณ, แววดา เตชาทวิวรรณ และธาดาศักดิ์ วชิรปรีชาพงษ์. (2555). การเปิดรับสื่อและการเรียนรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว.*, 5(1), 39-56.
- จิระวัฒน์ วินิจไพโรจน์. (2008). การประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดโดยใช้เทคโนโลยี Web 2.0 (Blog). *วารสารบรรณารักษศาสตร์*, 28(1), 49-63.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. (2545). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: อัลฟา พับลิชชิ่ง.
- พรพิทักษ์ แม้นศิริ. (2560). *หลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 4.0*. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์
- ภาธร นิลอาธิ. (2561). ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เครือข่ายความร่วมมือของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม (MALINET) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการห้องสมุดในเครือข่าย ฯ. *Ramkhamhaeng University Journal Humanities Edition*, 37(1), 177-193.

- สุภารักษ์ เมินกระโทก. (2553). รายงานวิจัยสถาบันเรื่อง การใช้ระบบยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง-
ของนักศึกษาและคณาจารย์: กรณีศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา: ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี.
- Arthur, G. (1994). Customer-service training in academic libraries. *Journal of
Academic Librarianship*, 20(4), 219-222.
- Baker, A. (2016). Active Learning with interactive videos: Creating student-guided
learning materials.seventeenth distance library services conference. *Journal
of Library & Information Services in Distance Learning*, 10(3/4), 79-87.
- Barlow, P. (2015). "Welcome to the medical library": Producing an introductory video
for a multi-site library service. *HLG Nursing Bulletin*, 35(2), 19.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E. (2007). *Public Relations:
The Profession and the Practice*. McGraw Hill, Sydney.
- Henslowe, P. (1999). *Public Relations: A Practical Guide to the Basics*. London:
Kogan Page.