

**ICBISS
2023**

55
55 ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
55th DPU Anniversary



Chinese Taipei Comparative
Education Society



Taiwan Association of
Business Schools

DPU International Conference on Business, Innovation, and Social Sciences 2023



Bangkok, Thailand | 25 - 26 May 2023

DPU International Conference on Business Innovation and Social Sciences 2023

25-26 May 2023

Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand



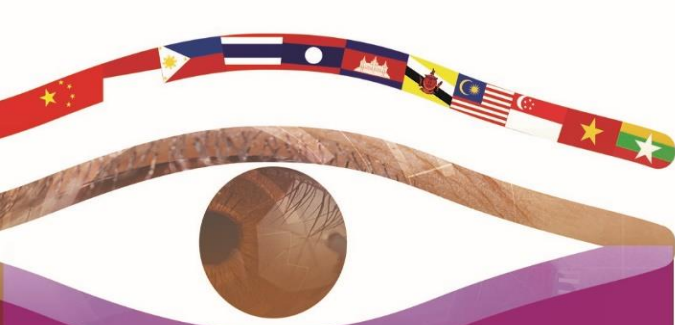
Organizers

- Dhurakij Pundit University
- Chinese Taipei Comparative Education Society
- Taiwan Association of Business Schools

Co-organizers

- Eastern New Mexico University, U.S.A.
- Chinese Teachers (Thailand) Association, Thailand
- BinZhou Polytechnic, China
- Hainan Vocational University of Science and Technology, China
- National Taitung University, Taiwan
- National Chung Cheng University, Taiwan
- National Ocean University, Taiwan
- Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand
- Mae Fah Luang University, Thailand
- Nakonsawan Rajabhat University, Thailand
- Chiangrai Rajabhat University, Thailand
- Royal Melbourne Institute of Technology University, Australia
- University of Newcastle, Australia
- Yunnan Normal University College of Arts and Sciences, China
- Ningxia University, China
- Zhengzhou College of Finance and Economics, China
- Weinan Normal University, China





**EASTERN
NEW MEXICO
UNIVERSITY**
Explore. Experience. Excel.



2023 ^{ICBISS} Bangkok

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

DPU International Conference on Business Innovation and Social Sciences 2023

www.dpu.ac.th/icbiss2023



Web page
官方網頁



Fackbook
主頁



Sina Weibo
新浪微博



WeChat group
icbiss 2023
研讨会资讯分享微信群



如遇左边群过期
添加微信QR码进群



PREFACE

Social sciences are business innovation to a certain extent, business innovation cannot start any activities without doing some research based on social sciences. They must discover a way to communicate in order to promote the value of their work, for instance, through conferences, scientific or specialized journals, and general or specific social networks. The entrepreneurs and the researchers are problem-solvers to innovate by developing creative solutions. Entrepreneurship and research are endless activities by means of digital platforms to face challenge in the post pandemic. Therefore, DPU ICBISS 2022 was a hybrid conference that was run fully on-site and fully virtually online using Zoom and Facebook.

The theme of this conference is ‘Business Innovation and Social Sciences,’ which consists of international and national sessions. Dhurakij Pundit University, Chinese Taipei Comparative Education Society, Taiwan Association of Business Schools are the conference organizers, and co-host with Chinese Teachers (Thailand) Association, Hainan Modern Education Research Institute in China, Eastern New Mexico University in the U.S.A, BinZhou Polytechnic, Hainan Vocational University of Science and Technology, Yunnan Normal University College of Arts and Sciences, Ningxia University, and Zhengzhou College of Finance and Economics, Yantai University, Harbin Engineering University, Weinan Normal University in China, National Taitung University, National Chung Cheng University, and National Ocean University in Taiwan, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Mae Fah Luang University, Nakonsawan Rajabhat University, Chiangrai Rajabhat University in Thailand, Royal Melbourne Institute of Technology University and University of Newcastle in Australia.

This proceeding has 69 papers in the international sessions, 35 papers in the national sessions after peer-review that were presented in the DPU International Conference on Business Innovation and Social Sciences 2022, which was held from 25th to 27th May 2022 in Bangkok, Thailand. These papers cover the following areas, including but not limit to wellness, future workforce, Thai-China, China-ASEAN studies, business innovation, tourism, hospitality, aviation and services, information technology, marketing, business and management, innovative finance and accounting, innovative communication arts, public administration, economics, education and teaching innovation, and other social science topics.

We thank all the authors who submitted papers to this conference. We also very much appreciate the committee members and peer reviewers who are highly competence and enthusiastic, spending their time and suggestions during the preparation of this conference. We invited more than twenty professional reviewers to evaluate and select the submitted papers.

Thank you very much to all the people who have participated in this conference, especially to the invited speakers from the National Chi Nan University, Taiwan and University of Sunderland, School of Business and Management, United Kingdom. We also thank all the presenters and participants. Last but by not least, who contributed to this conference, we would like to thank our team for putting in much effort in formatting the manuscripts, removing the typos, and checking the references.

We hope this conference has benefited the academics, researchers, students, and practitioners generating new ideas for future research. We look forward to seeing you next year.

Honorable Chair

Dr. Darika Lathapipat

Chair

Asst. Prof. Dr. Pattanant Petchchedchoo

Co-Chairs

Asst. Prof. Dr. Siridech Kumsuprom

Asst. Prof. Dr. Chun-Shuo Chen

Asst. Prof. Dr. Montakan Chubchuwong

Mr. Xiang You

Sqn. Ldr Dr. Watana Manon

Dr. Chaiyaporn Khemapatapan

Track-Chairs

Assoc. Prof. Dr. Aswin Sangpikul

Asst. Prof. Dr. Peng-Fei Chen

Asst. Prof. Dr. Rachata Khamboon

Dr. Penpisut Sikakaew

Organizers:

Dhurakij Pundit University

Chinese Taipei Comparative Education Society

Taiwan Association of Business Schools

Co-Organizers:

Eastern New Mexico University, U.S.A.

BinZhou Polytechnic, China

Hainan Vocational University of Science and Technology, China

National Taitung University, Taiwan

National Chung Cheng University, Taiwan

National Ocean University, Taiwan

Ubon Ratchathanirajabhat University

Mae Fah Luang University, Thailand

Nakonsawan Rajabhat University, Thailand

Chiangrai Rajabhat University, Thailand

Yunnan Normal University College of Arts and Sciences, China

Ningxia University, China

Zhengzhou College of Finance and Economics, China

Weinan Normal University, China

Committee List

Professor Andy Green, University College London, Institute of Education, U.K.

Professor Jeffrey Long, Eastern New Mexico University, U.S.A.

Professor Andy Tolmie, University College London, Institute of Education, U.K.

Professor Hiroyuki Takagi, Tamagawa University, Japan

Professor Wei-Chun Li, National Taitung University, Taiwan

Professor Sheng-Ju Chan, National Chung Cheng University, Taiwan

Professor Chia-Ling Wang, National Ocean University, Taiwan

Professor Tai-Hsi Wu, National Taipei University, Taiwan

Associate Professor Hugo Yu-Hsiu Lee, National Institute of Development Administration (NIDA), Thailand

Associate Professor Shuiyun Liu, Beijing Normal University, China

Associate Professor Su-Pin YU, Ming Chi University of Technology, Taiwan

Dr. Ye LIU, King's College London, U.K.

Assoc. Prof. Dr. Dorothy I-Ru Chen, National Chi Nan University, Taiwan

Asst. Prof. Dr. Chunying Wang, Lunghwa University of Science and Technology, Taiwan

Prof. Dr. Cheng-Cheng Yang, National Chiayi University, Taiwan
Prof. Jon-Chao Hong, Institute for Research Excellence in Learning Sciences, National Taiwan Normal University
Assoc. Prof. Dr. Mofang Chen, Director of Thai Research Center, Weinan Normal University
Assoc. Prof. Dr. Patcharin Kamsing, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Thailand
Dr. Arnon Phuekfhon, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Thailand
Asst. Prof. Dr. Wanna Silapaacha, Sukothai Thammatirat University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Thuntuch Viphatphumiprathes, Sukothai Thammatirat University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Kunchon Jeotee, Sukothai Thammatirat University, Thailand
Pagon Gatchalee, Chiangmai University, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Aswin Sangpikul, Dhurakij Pundit University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Leela Tiangsoongnern, Dhurakij Pundit University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Kanlaya Swangkong, Dhurakij Pundit University, Thailand

Influence of Organizational Support on Psychological Capital and Career Success of College Teachers in Jilin Province, China.....1362-1371
Yan Huang Mengtien Chiang

Collaborative Education Process Reengineering of Rural Teachers in Local Normal Universities.....1372-1380
Qing Han Xiaohong An

A Study on the Work Engagement of Teachers in Secondary Vocational Colleges.....1381-1390
Fangrong He

National Session (Thai)

คุณภาพการให้บริการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และความพึงพอใจของผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์ต่อ
แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณ
ภูมิ.....1391-1403

กนกวรรณ จันจัน นิสานุ่มวงศ์ ชยุตธีระประภา

ศึกษาแนวทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี
สารสนเทศ.....1404-1414

ศิวพร อ่อนชุ่ม เอกชัย แสงโสดา

การประยุกต์ใช้แนวคิดกรีนซัพพลายเชนกับธุรกิจเดินเรือ กรณีศึกษา บริษัทขนส่งปิโตรเลียมแห่งหนึ่งใน
จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....1415-1422

ณัฐฐิณี แก่นสุข วริศ ลิ้มลาวัลย์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท แอมป์-ไนน์ทีน โลจิสติกส์
จำกัด.....1423-1432

ฐานิตา วงษ์เสนา คุณากร วิวัฒนากรวงศ์

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างประชากรกับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในกลุ่มประเทศ
อาเซียน.....1433-1443

กรชวัล ทิพย์พิทักษ์ สุภาณี หาญพัฒน์นุสรณ์

แนวทางการเพิ่มยอดสินค้าก่อสร้างงานสร้างอาชีพของธนาคารออมสินสาขาขุน
ทะเล.....1444-1451

ปวีศา แซ่ลิ่ม วรณรพี บานชื่นวิจิตร

ศึกษาแนวทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ศิวพร อ่อนชุ่ม^{1*} เอกชัย แสงโสภา²

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

siwaporn@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์และความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ไปใช้ การวิจัยนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการ จำนวน 373 คน ประกอบด้วยนักศึกษา จำนวน 328 คน อาจารย์ 21 คน และเจ้าหน้าที่ 24 คน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม จากนั้นทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับคณะกรรมการบริหารสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก และทางเว็บไซต์ของสำนัก 2) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมในระดับมาก 3) ความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ กลุ่มนักศึกษามีความต้องการรับทราบข้อมูลผ่านทางเฟซบุ๊ก ส่วนกลุ่มอาจารย์ต้องการรับทราบข้อมูลการจัดอบรมและสัมมนาการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ข้อมูลหนังสือ E-Book และวารสารที่เข้าใหม่ ขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่มีความต้องการคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการใช้งานระบบสารสนเทศ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับบริการ นำมาสู่แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยสร้างเป็นกลยุทธ์ตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ นักศึกษา ประกอบด้วยกลยุทธ์เปิดโลกสำนักวิทยบริการฯ เป็นมากกว่าห้องสมุด กลยุทธ์ ARIT : This is your home และกลยุทธ์ ARIT ชวนน้องมา Join กัน กับกิจกรรมประจำเดือน อาจารย์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ ARIT Any Where Any Time กลยุทธ์ ARIT อาณาจักรแห่งการสืบค้น และแบ่งปันองค์ความรู้ และกลยุทธ์ ARIT News and Trend Update เจ้าหน้าที่ ประกอบด้วย กลยุทธ์ ARIT เพื่อนรู้ใจ แก้ปัญหาฉับไว กลยุทธ์นึกถึงทักษะ IT นึกถึง ARIT และกลยุทธ์ We are one We are family ผลการศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์ พบว่าทุกแนวทางมีความน่าสนใจและเป็นไปได้

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร, ความพึงพอใจ, ความต้องการ, การประชาสัมพันธ์เชิงรุก

1. บทนำ

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ แบ่งส่วนราชการ ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ งานบริหารและธุรการ งานหอสมุดกลาง งานบริการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และงานวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์และเครือข่าย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้บริการเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การบริการวิชาการ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การให้บริการระบบสารสนเทศภายในมหาวิทยาลัย การศึกษาค้นคว้า และเป็นแหล่งรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อให้บริการกับนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และบุคคลทั่วไป

หากในปัจจุบันภารกิจดังกล่าวของสำนักวิทยบริการฯ เป็นที่รับรู้ในวงจำกัด และได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการน้อยลง จึงจำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลให้ผู้ให้บริการได้รับรู้ รับทราบบทบาทหน้าที่ ภารกิจ ผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ และการให้บริการของหน่วยงาน

ทั้งนี้ หลักการประชาสัมพันธ์เชื่อว่า การสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลจากหน่วยงานหรือจากผู้บริการไปยังผู้รับสาร จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดี เพื่อให้เกิดความร่วมมือ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารและสื่อที่เหมาะสม การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการจริงตามแผนงานที่ได้วางไว้อย่างเหมาะสม (สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค, 2554) ประกอบกับปัจจุบันถือเป็นยุคที่มีพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสำคัญและนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีความรวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ (เสกสรร สายสีสอด, 2549) โดยเฉพาะการนำสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากในระยะเวลาที่รวดเร็ว จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญกับทุกหน่วยงาน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อนึ่ง การประชาสัมพันธ์ที่ดีไม่เพียงแต่เผยแพร่ข่าวสารเท่านั้น แต่ข้อมูลที่เผยแพร่ต้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ควรศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูล และเครื่องมือให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย และตรงตามความต้องการ จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศต้องพัฒนารูปแบบและวิธีการ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก รวดเร็ว และทันสถานการณ์ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการศึกษานวทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ จะทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้ จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จากนักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ อันจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ Hendrix and Hayes (2007, อ้างถึงในอภิชาต พุกสวัสดิ์, 2556) ที่ได้อธิบายกระบวนการการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิจัย (Researching) เพื่อหาข้อมูล ข้อเท็จจริงที่องค์กรกำลังประสบปัญหาอยู่ 2) การวางแผนและการกำหนดงานการปฏิบัติ (Planning and Executing) เป็นการนำผลการสำรวจมาประกอบการตัดสินใจวางแผน โดยการกำหนดเป้าหมายของแผนงาน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดสื่อและกิจกรรม เป็นต้น 3) การปฏิบัติและการสื่อสาร (Taking Acting and Communicating) และ 4) การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluating) โดยสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศได้นำกระบวนการประชาสัมพันธ์มาดำเนินการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับสารในงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน (Klapper 1960, อ้างถึงใน ปัทมาพร สัมไทย, 2558) ดังนี้ คือ 1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) 2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) 3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Attention) 4) เลือกจดจำ (Selective Retention)

มินตรา ครองห้าว (2560, อ้างถึงใน พนมฉัตร คงพุ่ม, 2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อสื่อนั้น เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไรจึงสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะต้องเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการ และความพอใจของตน ความพึงพอใจเป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในส่วนที่ผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก การที่บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อใดก็ตาม ย่อมต้องมีเหตุผลต่าง ๆ กันไป ขึ้นอยู่กับว่าสื่อนั้น ๆ สามารถสร้างความพึงพอใจได้หรือไม่นั้น ย่อมหมายถึงผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อและการได้รับความพึงพอใจตามมา

กฤษฎากร ชูเลมิต (2557) กล่าวว่า การใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยเน้นเรื่อง การดำรงชีพในสังคมทั่วไป มีดังนี้ 1. บุคคลต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามและสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อความทันสมัย 2. บุคคลต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) เรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อประกอบการตัดสินใจ 3. บุคคลต้องการข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussion) ในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน 4. บุคคลต้องการการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน 5. บุคคลต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับสารในงานประชาสัมพันธ์ข้างต้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดี หน่วยงานหรือผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ควรมีการศึกษาความพึงพอใจ และความต้องการ รวมทั้งการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้ทราบว่าผู้รับสารมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด หรือมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านใด รวมทั้งการเปิดรับสื่อของผู้ให้บริการ ซึ่งจะทำให้การให้บริการข้อมูลข่าวสารตรงตามความต้องการ ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของผู้รับบริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สถานภาพ และหน่วยงานที่สังกัด ส่วนที่ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้งาน ความถี่ที่ใช้ และเหตุผลที่ใช้งาน ส่วนที่ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ทางเฟซบุ๊ก การประชาสัมพันธ์ทางหนังสือประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จัดวางรูปแบบเนื้อหา ความครบถ้วนของเนื้อหา ข้อมูลเป็นประโยชน์ น่าสนใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และสม่ำเสมอ ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้ชัดเจน ส่วนที่ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ ได้แก่ ช่องทางประชาสัมพันธ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่ต้องการรับข่าวสารจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 373 คน จากประชากรจำนวนทั้งสิ้น 5,329 คน ประกอบด้วย นักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

3.2 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (ตามข้อ 3.1) มากำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสร้างเป็นแผนกลยุทธ์ มีการกำหนดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ ค่าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษา กลุ่มอาจารย์ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ และนำไปศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์ โดยการสนทนากลุ่มกับคณะกรรมการบริหารสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 10 คน เนื่องจากคณะกรรมการบริหารสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมีอำนาจในการตัดสินใจในการนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปใช้ว่ามีความเป็นไปได้ หรือไม่อย่างไร แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ 1) น่าสนใจ (น่าจะเป็นไปได้) 2) น่าสนใจ (แต่เป็นไปได้ยาก) และ 3) ไม่น่าสนใจ (เป็นไปได้ไม่ได้)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของผู้รับบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ สังกัด โดยใช้วิธีการหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	248	66.49
ชาย	121	32.44
ไม่ระบุเพศ	4	1.07
2. สถานภาพ		
นักศึกษา	328	87.94
อาจารย์	21	5.63
เจ้าหน้าที่	24	6.43

4.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี

สารสนเทศ

1) นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางเฟซบุ๊กของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด มีจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 31.71 ส่วนใหญ่เคยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ นาน ๆ ครั้ง หรือน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 70.43 เหตุผลที่นักศึกษาใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยเหตุผลที่มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูล มีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 29.37

2) อาจารย์มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางเฟซบุ๊กของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 33.87 ส่วนใหญ่เคยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ นาน ๆ ครั้ง หรือน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 เหตุผลที่อาจารย์ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยเหตุผลที่มากที่สุด คือ ค้นหาข้อมูล มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.16

3) เจ้าหน้าที่ที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนใหญ่เคยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ นาน ๆ ครั้ง หรือน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 เหตุผลที่เจ้าหน้าที่ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยเหตุผลที่มากที่สุด 2 เหตุผล คือ ติดตามข่าวสาร และค้นหาข้อมูล มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17

4.1.3 ความพึงพอใจรูปแบบการประชาสัมพันธ์สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสื่อ พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

2) อาจารย์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสื่อ พบว่า อาจารย์มีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือประชาสัมพันธ์มากที่สุด อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

3) เจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสื่อ พบว่า เจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือประชาสัมพันธ์มากที่สุด อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

4.1.4 ความต้องการรูปแบบประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1) นักศึกษามีความต้องการรับทราบข้อมูลผ่านทางเฟซบุ๊ก ในรูปแบบข้อความ และต้องการทราบข้อมูลการใช้งานระบบสารสนเทศ และกฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์การสมัครใช้บริการหอสมุดกลาง

2) อาจารย์มีความต้องการรับทราบข้อมูลผ่านทางเฟซบุ๊กในรูปแบบข้อความ เช่นเดียวกับกลุ่มนักศึกษา และต้องการทราบข้อมูลการจัดการอบรมและสัมมนาการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และข้อมูลหนังสือ E-Book และวารสารที่เข้าใหม่

3) เจ้าหน้าที่มีความต้องการรับทราบข้อมูลผ่านทางเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ และต้องการทราบข้อมูลการใช้งานระบบสารสนเทศ หนังสือ E-Book และวารสารที่เข้าใหม่

4.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของผู้รับบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มาวิเคราะห์และกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

4.2.1 แนวทางการประชาสัมพันธ์สำหรับนักศึกษา จำนวน 3 กลยุทธ์ ประกอบด้วย

- 1) กลยุทธ์เปิดโลกสำนักวิทยบริการฯ เป็นมากกว่าห้องสมุด
- 2) กลยุทธ์ ARIT : This is your home และ
- 3) กลยุทธ์ ARIT ชวนน้องมา Join กัน กับกิจกรรมประจำเดือน

4.2.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์สำหรับอาจารย์ จำนวน 3 กลยุทธ์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ ARIT Any Where Any Time 2) กลยุทธ์ ARIT อาณาจักรแห่งการสืบค้น และแบ่งปันองค์ความรู้ และ 3) กลยุทธ์ ARIT News and Trend Update

4.2.3 แนวทางการประชาสัมพันธ์สำหรับเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 กลยุทธ์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ ARIT เพื่อนรู้ใจ แก้ปัญหาฉับไว 2) กลยุทธ์นึกถึงทักษะ IT นึกถึง ARIT และ 3) กลยุทธ์ We are one We are family

4.3 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

จากการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผู้วิจัยนำมาศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษา กลุ่มอาจารย์ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับคณะกรรมการบริหารสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2

แสดงผลการศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกลุ่มนักศึกษา

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	คำเป้าหมาย	ความคิดเห็น
กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์เปิดโลกสำนักวิทยบริการฯ เป็นมากกว่าห้องสมุด	เพื่อให้นักศึกษาเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการฯ มากยิ่งขึ้น	การให้บริการที่เป็นมากกว่าการบริการห้องสมุด อย่างน้อย 1 บริการ เช่น บริการห้องนอนกลางวัน ห้องเล่นเกม ห้องซ่อมดนตรี ห้องปิงปอง ห้องประชุม จุดเช็คอินถ่ายรูป และห้องออกกำลังกาย เป็นต้น	มีความคิดเห็นว่า “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” โดยการจัดโซนและปรับใช้สิ่งที่มีอยู่ และวัสดุอุปกรณ์ที่มี เช่น โซนบันเทิง โซนเกม โซนเงียบสำหรับงีบ และโซนเงียบสำหรับนิสิตบัณฑิตศึกษา เป็นต้น หากต้องตกแต่งห้องใหม่ หรือจัดหาวัสดุ ครุภัณฑ์ใหม่ อาจเป็นไปได้ยาก
กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ ARIT : This is your home	เพื่อให้นักศึกษาเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักวิทยบริการฯ	มีบริการน้ำดื่ม ห้องรับประทานอาหาร และเครื่องปรับอากาศ ให้บริการ นักศึกษามีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	มีความคิดเห็นว่า “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” ควรเร่งดำเนินการ เพราะเป็นการให้บริการ นักศึกษาสามารถใช้ประโยชน์จากบริการเหล่านี้ แต่ควรมีการจัดให้เป็นสัดส่วนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาด้านการจัดการขยะ และสำนักมีการสำรวจความพึงพอใจของการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ
กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ ARIT ชวนน้องมา Join กัน กับกิจกรรมประจำเดือน	เพื่อให้ นักศึกษามีช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลกิจกรรมของสำนักวิทยบริการฯ	มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักศึกษาไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรมต่อเดือน ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทาง	มีความคิดเห็นว่า “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” ควรเร่งดำเนินการ เพราะนักศึกษาสามารถใช้ประโยชน์จากกิจกรรมเหล่านี้ แต่อาจเป็นไปได้ยากหากกำหนดจัดกิจกรรม

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ค่าเป้าหมาย	ความคิดเห็น
	ได้หลากหลาย และเข้าร่วมกิจกรรมของสำนักมากขึ้น	ออนไลน์ 3 ช่องทาง และการประชาสัมพันธ์ (ออกบูธ) ที่โรงอาหาร	มากกว่า 2 กิจกรรมต่อเดือน เพราะบุคลากรไม่เพียงพอ

ตารางที่ 3

แสดงผลการศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกลุ่มอาจารย์

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ค่าเป้าหมาย	ความคิดเห็น
กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ ARIT Any Where Any Time	เพื่อให้อาจารย์สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลของสำนักวิทยบริการฯ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว หลากหลาช่องทาง	มีช่องทางการติดต่อและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่น้อยกว่า 3 ช่องทาง	มีความคิดเห็นว่ “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” เพราะปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการฯ ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงและรับทราบข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว แต่การให้บริการข้อมูลควรกำหนดเวลาเฉพาะเวลาทำการเท่านั้น
กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ ARIT อาณาจักรแห่งการสืบค้น และแบ่งปันองค์ความรู้	เพื่อให้บริการการสืบค้นงานวิจัย	มีห้องบริการสืบค้นงานวิจัยด้วยระบบอัจฉริยะที่ทันสมัย รองรับการใช้งานไม่น้อยกว่า 5 เครื่อง	มีความคิดเห็นว่ “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” เพราะมีคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการสามารถนำมาคอมพิวเตอร์บางส่วนมาติดตั้งระบบการสืบค้นงานวิจัย ทำให้นักวิจัยสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก และควรมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ
กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ ARIT News and Trend Update	เพื่ออัปเดตข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่องานวิชาการ	มีการเผยแพร่บทความข่าวเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง ต่อ เดือน ผ่านทางช่องทางออนไลน์ 3 ช่องทาง	มีความคิดเห็นว่ “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อให้อาจารย์ได้รับรู้ข่าวสารอย่างทันท่วงที โดยการเผยแพร่บทความผ่านงานหอสมุดและงานอื่น ๆ การเผยแพร่ข้อมูลผู้ปฏิบัติควรศึกษาเรื่อง กฎหมายลิขสิทธิ์ก่อนทำการเผยแพร่

ตารางที่ 4

แสดงผลการศึกษาความเป็นไปได้ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกลุ่มเจ้าหน้าที่

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ค่าเป้าหมาย	ความคิดเห็น
กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ ARIT เพื่อนรู้ใจ แก้ปัญหาฉับไว	เพื่อให้เจ้าหน้าที่ไว้วางใจในการขอรับบริการด้าน IT และห้องสมุด	เจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	มีความคิดเห็นว่ “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” ควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้รับการบริการด้าน IT และด้านห้องสมุดเกิดความประทับใจ อีกทั้งการบริการส่วนใหญ่ได้รับความชื่นชมจาก

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	คำเป้าหมาย	ความคิดเห็น
			ผู้รับบริการอย่างเสมอ ด้วยการบริการด้วยความรวดเร็ว อบอุ่น
กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์นี้ถึงทักษะ IT นี้ถึง ARIT	เพื่อให้เจ้าหน้าที่ใช้ บริการการฝึกอบรม ด้าน IT	มีการจัดการอบรมด้าน IT ให้กับบุคลากร ไม่น้อยกว่า 2 เรื่อง ต่อปีงบประมาณ	มีความคิดเห็นว่า “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” เพราะงานด้านไอทีของสำนักวิทยบริการฯ มีการจัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับ อาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษาอยู่เสมอ แต่ควรเพิ่มหลักสูตรที่ทันสมัยมากขึ้น
กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ We are one We are family	เพื่อให้เจ้าหน้าที่เข้า ร่วมในกิจกรรมของ สำนักวิทยบริการฯ	มีเจ้าหน้าที่เข้าร่วมกิจกรรม ของสำนักวิทยบริการฯ ไม่ น้อยกว่าร้อยละ 80 ของ กลุ่มเป้าหมาย	มีความคิดเห็นว่า “ <u>น่าสนใจและเป็นไปได้</u> ” โดยต้องเน้นการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเกิด ประโยชน์ ต่อส่วนรวมและใช้ในการ ปฏิบัติงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีส่วนร่วมใน กิจกรรม สามารถนำไปพัฒนาในงานที่ ปฏิบัติได้

5. สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

5.1 ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อสภาพการณ์ปัจจุบันของการดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็น ความต้องการ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถนำไปวิเคราะห์แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในส่วนของความต้องการด้านช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นหัวข้อที่มีความชัดเจนมากที่สุด จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่ม มีความต้องการใน 3 ลำดับแรก คือ ทางเฟซบุ๊ก ทางเว็บไซต์ และทางไลน์ ในส่วนของช่องทางมีข้อเสนอแนะ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ ให้ทั่วถึงกับกลุ่มผู้รับบริการ ในส่วนของข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการเห็นข้อเสนอแนะว่าควรมี การปรับปรุงข้อมูลของเว็บไซต์ที่เป็นปัจจุบัน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และข้อมูลควรมีรายละเอียดที่ครบถ้วน สามารถนำไปใช้งานได้ โดยไม่ต้องสอบถามเพิ่มเติม ในส่วนของความต้องการด้านข้อมูล พบข้อเสนอแนะ ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทราบ สำหรับข้อมูลหนังสือ E-Book และวารสารที่เข้าใหม่ ผ่านหลากหลาย ช่องทาง เพราะปัจจุบันไม่ทราบว่ามีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางใด และต้องการให้มีการแนะนำวิธี สืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ ฐานข้อมูลวารสารต่างประเทศ ให้กับนักศึกษา อาจารย์ เพื่อการเรียนรู้ การเรียนการสอน และการวิจัย จัดให้มีห้องบริการแหล่งบริการฐานข้อมูลออนไลน์ และเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำการใช้งานบริการ ห้องต่าง ๆ ภายในหอสมุดกลาง และเพิ่มมุมให้กับนักศึกษาคลายเครียดที่หอสมุดกลาง ต้องการให้หอสมุดกลาง ปิดช่วง เพื่อมีเวลาในการอ่านหนังสือมากขึ้น สอดคล้องกับที่ มินตรา ครองห้าว (2560, อ้างถึงใน พนมฉัตร คงพุ่ม, 2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อนั้น มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไรจึงสนองความพอใจของตนได้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพจะต้อง คำนึงถึงความต้องการของผู้รับสาร และนำมาปรับให้สอดคล้องในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการ ทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์

5.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการหรือกลุ่มเป้าหมายทราบข้อมูลก่อนล่วงหน้า ก่อนที่จะมีกิจกรรมหรือเหตุการณ์เกิดขึ้นด้วยเครื่องมือหรือสื่อที่เหมาะสม กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลอย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการยอมรับ โดยการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้จากความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อสภาพการณ์ปัจจุบันของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

5.2.1 กลุ่มนักศึกษา มีแผนกลยุทธ์ดังนี้ 1) กลยุทธ์เปิดโลกสำนักวิทยบริการฯ เป็นมากกว่าห้องสมุด 2) กลยุทธ์ ARIT : This is your home และ 3) กลยุทธ์ ARIT ชวนน้องมา Join กัน กับกิจกรรมประจำเดือน

5.2.2 กลุ่มอาจารย์ มีแผนกลยุทธ์ดังนี้ 1) กลยุทธ์ ARIT Any Where Any Time 2) กลยุทธ์ ARIT อาณาจักรแห่งการสืบค้น และแบ่งปันองค์ความรู้ และ 3) กลยุทธ์ ARIT News and Trend Update

5.2.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่ มีแผนกลยุทธ์ดังนี้ 1) กลยุทธ์ ARIT เพื่อนรู้ใจ แก้ปัญหาฉับไว 2) กลยุทธ์นี้ถึงทักษะ IT นี้ถึง ARIT และ 3) กลยุทธ์ We are one We are family

5.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับคณะกรรมการบริหารสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ส่วนใหญ่เห็นว่าทั้ง 9 กลยุทธ์มีความน่าสนใจ และมีความเป็นไปได้ แต่ควรปรับใช้สิ่งที่หน่วยงานมีอยู่มาดำเนินการ เนื่องจากมีงบประมาณที่จำกัด ส่วนการใช้สื่อควรเลือกใช้สื่อที่หลากหลายเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ทำให้ผู้รับบริการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมกันจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สมิทธิ บุญชุตินา (2561) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นสื่อใหม่ที่ขาดไม่ได้ในปัจจุบัน เพราะทำให้การสื่อสารสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น หน่วยงานต่าง ๆ ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line Official Account) เป็นต้น การเลือกใช้สื่อไม่เพียงแต่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม และกลุ่มเป้าหมาย แต่จะต้องคำนึงถึงนโยบายวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร สื่อที่ใช้ต้องมีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสาร จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีทักษะในการสื่อสารผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ในการคิดหากลยุทธ์การใช้สื่อ เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาให้ตรงใจและเกิดผลกระทบกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (สมิทธิ บุญชุตินา, 2561) และเห็นว่าการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงานครั้งถัดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน พัฒนา พรหมณี และคณะ (2563) กล่าวว่า การวัดระดับความพึงพอใจเป็นการประเมินพฤติกรรมภายในให้ผู้ถูกประเมินแสดงออกมาให้ทราบว่ามีความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน

กระบวนการดำเนินงาน ด้านการบริการ หรือด้านการเรียนการสอน เพื่อให้ทราบถึงสถานะหรือคุณภาพของ
สมรรถนะการดำเนินการนั้น

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มมีความต้องการช่องทางสื่อ รูปแบบ และ
ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรพัฒนาช่องทางการ
ประชาสัมพันธ์ข้อมูล และช่องทางการติดต่อทางสื่อออนไลน์ให้หลากหลาย กำหนดรูปแบบและกิจกรรมในการ
ประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร และการติดต่อ
สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

6.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ทั้ง 9 กลยุทธ์ มีความน่าสนใจและ
เป็นไปได้ในการนำมาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สำนักวิทย
บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรนำมาปรับใช้ในงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น กลยุทธ์
ARIT ขวบน้องมา Join กัน กับกิจกรรมประจำเดือน ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและ
บริการของสำนักฯ โดยการจัดกิจกรรมให้กับนักศึกษาอย่างต่อเนื่องทุกเดือน ทำให้นักศึกษาได้ทำความรู้จักกับ
บริการ และภารกิจของหน่วยงาน ทำให้มีการติดตามข่าวสารกิจกรรมผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น
กลยุทธ์ ARIT Any Where Any Time ซึ่งเน้นการมีช่องทางออนไลน์ให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสอบถาม
และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็สามารถติดต่อแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และทันเวลา

7. เอกสารอ้างอิง

ปัทมาพร สัมไทย. (2558). การเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร
ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [การศึกษาค้นคว้าอิสระ].

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พนมฉัตร คงพุ่ม. (2563). การศึกษาความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิตยาวัฒน์ชัย และ จิระศักดิ์ ทัทยา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการ
สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่ง
ประเทศไทย, 26(1), 59-66.

สมิทธิ์ บุญชุติมา. (2561). การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. 21 เซ็นจูรี.

สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค. (2554). คู่มือการปฏิบัติงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กรม
ควบคุมโรค. นนทบุรี: สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค.

เสกสรร สายสีเสด. (2549). ระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์. ออลบุ๊กส์พับลิชชิง.

อภิชาต พุกสวัสดิ์. (2556). แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์: การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์.

พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.