

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก เพราะห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งจัดหา และรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอน การค้นคว้าวิจัย และการให้บริการทางวิชาการ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ไม่เพียงให้บริการ เฉพาะนิสิต/ นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัย แต่ยังให้บริการแก่ผู้ใช้จากหน่วยงานหรือ องค์กรภายนอก และประชาชนทั่วไปอีกด้วย

ห้องสมุดเป็นหน่วยงานที่แสดงถึงศักยภาพของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ห้องสมุดได้รับความสนใจจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย ห้องสมุดจึงต้องแสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยจะยิ่งใหญ่และมี ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนในด้านการเรียนการสอน (วลัยลักษณ์ แสงวรรณกุล, 2548, หน้า 3) มหาวิทยาลัยจะสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีการสร้างสรรค์งานวิจัย ในระดับสูง ตลอดจนให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชนได้อย่างเต็มศักยภาพ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มี บริการสารสนเทศได้อย่างเป็นเลิศ เพื่อสนับสนุนภารกิจสำคัญต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ห้องสมุด มหาวิทยาลัยเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการศึกษาที่เป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพการศึกษาของสถาบัน การควบคุมคุณภาพของห้องสมุดหรือแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการ ประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันนั้น ๆ

การดำเนินงานต่าง ๆ ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ และเปิด ให้บริการแก่ผู้ใช้ในวงกว้าง อันเนื่องมาจากห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่ต้อง ส่งเสริมการศึกษาทั้งภายในมหาวิทยาลัยต้นสังกัด และส่งเสริมการศึกษอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ของคนในสังคมตั้งแต่ระดับท้องถิ่น จังหวัด ภาค และประเทศ จึงต้องให้บริการทั้งผู้ใช้อยู่ภายใน มหาวิทยาลัย และผู้ใช้จากภายนอก จึงต้องมีการลงทุนอย่างมหาศาลเช่นเดียวกับองค์กรที่แสวงหา ผลกำไรอื่น ๆ แต่ผลกำไรของห้องสมุดไม่ใช่ผลกำไรที่เป็นตัวเงิน หากแต่เป็นการใช้ทรัพยากรที่ ห้องสมุดจัดหาอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์มากที่สุด เพราะห้องสมุดที่ดีย่อมมีบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ งบประมาณส่วนใหญ่จึงถูกใช้ไปกับ การจัดหาทรัพยากรสารสนเทศและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งแม้ว่าห้องสมุดจะจัดหาทรัพยากร สารสนเทศไว้อย่างดีเพียงใด ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการหรือมีผู้ใช้บริการน้อย การลงทุนนั้นก็สูญเปล่าทั้ง ทรัพยากรและงบประมาณ ประกอบกับผู้ใช้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เป็นนิสิต/ นักศึกษาของ

มหาวิทยาลัยย่อมต้องมีการสำเร็จการศึกษาออกไปและมีการรับเข้าใหม่ในทุกปี จึงเป็นหน้าที่ของห้องสมุดที่จะหาวิธีที่จะทำให้ผู้ใช้ทั้งสองกลุ่มเห็นความสำคัญของห้องสมุดในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตที่มีคุณค่ายิ่ง ดังนั้นเพื่อให้ห้องสมุดสามารถให้บริการทรัพยากรห้องสมุดได้อย่างคุ้มค่า จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์งานห้องสมุดให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ และจำเป็นที่ห้องสมุดจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา มิใช่กระทำเป็นครั้งคราวเท่านั้น ทั้งนี้เพราะนอกจากจะช่วยให้ผู้ใช้ห้องสมุดให้ความสนับสนุน และเข้าใช้บริการของห้องสมุดมากขึ้นแล้ว ยังเป็นการช่วยสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแก่บรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งย่อมจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานห้องสมุดด้วย นั่นคือการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น (วิไลย์ อัครคิธยา, 2533, หน้า 32)

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดนับเป็นวิธีการที่จะช่วยให้ห้องสมุดสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการและผู้เกี่ยวข้องได้ในวงกว้าง เพราะงานประชาสัมพันธ์เป็นงานของการสร้างภาพพจน์ สร้างความรู้สึกและความเข้าใจที่ดี รวมทั้งแก้ไขความเข้าใจผิด อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและให้การสนับสนุนทั้งภายในองค์กร และนอกองค์กร การประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้า มิใช่เกิดปัญหาแล้วจึงแก้ไข ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการวางแผนและต้องทำตามแผนที่วางไว้ ต้องตรวจติดตามว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยหลักของการสื่อสารที่ดี ใช้สื่อและเทคโนโลยีให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (วิพร บุญวัฒน์, 2542, หน้า 1) นอกจากนี้ห้องสมุดควรใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเปิดเผยตัวให้สาธารณะได้รู้จักและเล็งเห็นความสำคัญของห้องสมุด ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาห้องสมุดต่อไป และในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพนั้นควรจัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ หากไม่สามารถจัดตั้งเป็นหน่วยงานได้ ก็จะต้องมีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง โดยมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ มีงบประมาณสนับสนุน ดำเนินการตามแผนการประชาสัมพันธ์ และมีการประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง (เย็นฤดี สัจฉกร, 2541, หน้า 112) แต่ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มิได้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ดีพอ หรือต้องรับผิดชอบงานหลายหน้าที่จึงไม่มีเวลาในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ไม่มีนโยบายหรือการวางแผนล่วงหน้า และเป็นการประชาสัมพันธ์ในเชิงตั้งรับหรือทำตามสถานการณ์เฉพาะหน้า จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งเห็นได้จากผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย อาทิ พงษ์กร ฐิริเทเวศร์ (2533) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร ผกานุช ดีปิ่นตา (2537) ศึกษา

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กันตณ กิจเปรี๊ญ (2539) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งต่างพบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์โดยตรง ขาดบุคลากรปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ไม่มีนโยบาย และการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ไม่มีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ และขาดงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ ซึ่งเป็นแหล่งสารสนเทศขนาดใหญ่ มีบริการสารสนเทศที่หลากหลายและทันสมัย ตลอดจนเป็นแหล่งสารสนเทศที่อยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาถึงสภาพการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ เพื่อให้ผู้บริหารและบุคลากรของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเห็นความสำคัญ และทราบถึงสภาพการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ตลอดจนเพื่อนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยมาใช้ส่งเสริมการใช้บริการและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย
3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงสภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ ตลอดจนนำเสนอแนวทางในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและบุคลากรของห้องสมุดเห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการส่งเสริมการใช้ห้องสมุด โดยปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการ ตลอดจนเข้าถึงผู้ให้การสนับสนุนกิจการของห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในด้าน โครงสร้างองค์กร บุคลากร งบประมาณ การวางแผน วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารห้องสมุด และผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ 65 แห่ง แห่งละ 2 คน จำนวน 130 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ห้องสมุดมหาวิทยาลัย หมายถึง ห้องสมุดกลางของมหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 65 แห่ง ซึ่งมีหน้าที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การสอน การค้นคว้าวิจัย และการให้บริการทางวิชาการแก่นิสิต/นักศึกษา คณาจารย์ นักวิจัย บุคลากรของมหาวิทยาลัย ตลอดจนบุคคลทั่วไป อาจเรียกว่า สำนักหอสมุด หรือชื่ออื่น ๆ เช่น สถาบันวิทยบริการ เป็นต้น ทั้งนี้ไม่รวมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยใหม่ที่เกิดจากการรวมกันของวิทยาเขตหลายแห่ง

2. การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง การสร้างความเข้าใจ ทักษะคิด และความสัมพันธ์อันดี ด้วยการแนะนำและเผยแพร่ข่าวสาร โดยใช้วิธีการ รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปทราบถึงความสำคัญของกิจกรรม การบริการ และการดำเนินงานของห้องสมุด เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจให้บุคคลดังกล่าวเห็นความสำคัญของการใช้บริการห้องสมุดให้มากขึ้น รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุดและสนับสนุนกิจการของห้องสมุดให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในระยะยาว

2.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรภายในห้องสมุดเกี่ยวกับนโยบาย และการดำเนินงานของห้องสมุดให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความราบรื่นในการปฏิบัติงานรวมทั้งประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของห้องสมุดให้ผู้ใช้บริการ และบุคคลทั่วไปภายนอกห้องสมุดได้ทราบว่าห้องสมุดมีความสำคัญเพียงใด มีศักยภาพในการบริการ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ และต่อสาธารณชนได้อย่างไรบ้าง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และสร้างทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุด

3. สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง สภาพการดำเนินงานที่แท้จริงของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ ฝ่าย/แผนก/งาน ผู้รับผิดชอบ งบประมาณ นโยบาย วัตถุประสงค์ การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

4. แนวทางในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในเชิงบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน ครอบคลุมวิธีการหรือการกระทำหรือกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่ห้องสมุดจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปทราบถึงความสำคัญของกิจกรรม การบริการและการดำเนินงานของห้องสมุด โดยอาศัยสื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจให้บุคคลดังกล่าวเห็นความสำคัญของห้องสมุดและมีทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุด ซึ่งจะส่งผลสู่การให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเพิ่มปริมาณการใช้บริการห้องสมุดให้มากขึ้น

5. วิธีการและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของห้องสมุดไปสู่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อสมัยใหม่/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

6. ผู้บริหารห้องสมุด หมายถึง ผู้บริหารสูงสุดของห้องสมุดมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยจะเป็นโดยการสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัย

7. ผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับมอบหมายจะเป็นโดยการสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ดูแลงานประชาสัมพันธ์และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วยวิธีการต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม

8. ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง ข้อขัดข้องต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่ประสบความสำเร็จ และไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้