

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0528.03/2753

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

16 ตุลาคม 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำขอวิจัยวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวนันทมณ มาเจริญ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย ในความควบคุมดูแลของ
ดร.ขวัญชฎิล พิศาลพงศ์ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย
ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอ
ความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
กองจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ม่วงมี)
กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

ผู้วิจัยโทร. 08-1949-0511



ที่ ศธ 0528.03/๔๗๖๘

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
169 ถนนลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

16 ตุลาคม 2549

เรื่อง ขอเชิญ

เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัย

ด้วยนางสาวนันทมณ มาเจริญ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย ในความควบคุมดูแลของ ดร.ขวัญฤดี พิศาลพงศ์ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาแล้วเห็นว่า รองศาสตราจารย์ ดร.สองศรี พรสุวรรณ เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้ รองศาสตราจารย์ ดร.สองศรี พรสุวรรณ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือของนิสิตในครั้งนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ม่วงมี)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

ผู้วิจัยโทร. 08-1949-0511

ที่ ศธ 0528.03/207๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา¹¹³
169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

๙ ธันวาคม 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวนันทฤต มาเจริญ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย ในความควบคุมดูแลของ ดร.ขวัญฤดี พิศาลพงศ์ ประธานกรรมการ มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยและผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ ระหว่างวันที่ 11 ธันวาคม 2549 ถึงวันที่ 11 มกราคม 2550 อนึ่ง โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านขั้นตอน การพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพาเรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
จะได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมณฤดี จิตการ)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ 0-3874-5855

โทรสาร 0-3839-3466

ผู้วิจัยโทร 08-1949-0511

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุด

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางของการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย

2. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารห้องสมุดที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจะเป็นโดยสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วยวิธีการต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งได้จำแนกแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุด และชุดที่ 2 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

3. สำหรับแบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุด แบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด) ในปัจจุบัน

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด) ในปัจจุบัน

ตอนที่ 4 วิธีการและสื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย

4. โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ และตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

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 การสร้างความเข้าใจทัศนคติ 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 ผู้รับผิดชอบงบประมาณ นโยบาย วัตถุประสงค์ การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

4. แนวทางในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในเชิงบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน ครอบคลุมวิธีการหรือการกระทำหรือกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ 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 หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารห้องสมุดมหาวิทยาลัยจะเป็น โดยการสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัย

7. ผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับมอบหมายจะเป็น โดยการสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ดูแลงานประชาสัมพันธ์ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วยวิธีการต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อกิจกรรม

8. ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด หมายถึง ข้อขัดข้องต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่ประสบความสำเร็จ และไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

ชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุด

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับท่านที่สุด และเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้สมบูรณ์ตามความเป็นจริง

1. ตำแหน่ง _____
2. อายุ

() 30 ปี หรือน้อยกว่า	() 31-40 ปี	() 41-50 ปี
() 51-60 ปี	() 60 ปีขึ้นไป	
3. วุฒิกการศึกษาสูงสุดระดับ _____ สาขา _____
4. ประสบการณ์ด้านการทำงานห้องสมุด _____ ปี
5. ประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ _____ ปี
6. ท่านได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ โดย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () สำเร็จการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตรง
 - () เข้ารับการฝึกอบรม / สัมมนา / เข้าฟังการบรรยายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ
 - () ประสบการณ์จากการทำงานของท่านเอง
 - () ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
 - () สอบถามจากผู้รู้
 - () อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด)

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับท่านที่สุด และเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้สมบูรณ์ตามความเป็นจริง

1. ห้องสมุดของท่านกำหนดผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() จัดให้มีฝ่าย / แผนก / งานเพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ

(โปรดระบุชื่อของฝ่าย / แผนก / งาน) _____

() จัดตั้งคณะทำงาน โดยมีตัวแทนจากทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบ

() มอบหมายให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับผิดชอบ

() จัดคณะทำงานเฉพาะกิจ รับผิดชอบเป็นครั้งคราวไป

() ไม่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

() อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

2. ผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของท่านเป็นผู้ที่มีวุฒิการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์

/ นิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ / สื่อสารมวลชน / หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือไม่

() มี วุฒิการศึกษาระดับ (โปรดระบุ) _____

() ไม่มีวุฒิการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ / นิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ /

สื่อสารมวลชน / หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

() ไม่มีผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

3. ห้องสมุดของท่านส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม / สัมมนา / ดูงานด้านการประชาสัมพันธ์บ่อยเพียงใด

() ทุก ๆ 6 เดือน

() ทุก ๆ 1 ปี

() ทุก ๆ 2 ปี

() เป็นครั้งคราวตามแต่จะมีการจัดกิจกรรมเหล่านี้ขึ้น

() ไม่มีการส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม / สัมมนา / ดูงานด้านการประชาสัมพันธ์

() อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

4. หน่วยงานที่ห้องสมุดของท่านส่งบุคลากรเข้าฝึกอบรม / สัมมนา / ดูงานด้านการประชาสัมพันธ์

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() หน่วยงานหรือองค์กรแห่งอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

() ห้องสมุดของท่านจัดให้มีการฝึกอบรม / สัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

โดยห้องสมุดของท่านเอง

() อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. ห้องสมุดของท่านมีงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะหรือไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ มี โดยได้รับจัดสรรจากเงินงบประมาณ (แผ่นดิน / รายได้) ของห้องสมุด

☐ มี โดยมีที่มาจากเงินบริจาคของห้องสมุด

☐ มี โดยขออนุมัติเป็นครั้งคราวไป

☐ ไม่มี

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. ค่าใช้จ่ายต่อปีในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยประมาณ _____ บาท

7. ห้องสมุดของท่านมีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ไว้หรือไม่

☐ มี เป็นลายลักษณ์อักษร

☐ มี แต่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร

☐ ไม่มี

8. ถ้ามี ผู้กำหนดนโยบายคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).

☐ ผู้บริหารห้องสมุด

☐ คณะกรรมการห้องสมุด

☐ ผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

9. ห้องสมุดของท่านมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์หรือไม่

☐ มี เป็นลายลักษณ์อักษร

☐ มี แต่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร

☐ ไม่มีการวางแผน แต่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราวไปแล้วแต่กรณี

☐ ไม่มีการวางแผนและไม่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

10. ถ้ามี ผู้รับผิดชอบในการวางแผนประชาสัมพันธ์ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ผู้บริหารห้องสมุด

☐ คณะกรรมการห้องสมุด

☐ ผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

11. ระยะเวลาของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ แผนประจำปี

☐ แผน 2-5 ปี

☐ แผนมากกว่า 5 ปี

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

12. บุคลากรของห้องสมุดมีส่วนร่วมหรือรับรู้ในการกำหนดนโยบาย / การวางแผน
การประชาสัมพันธ์หรือไม่

- () บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมหรือรับรู้
- () บุคลากรส่วนใหญ่มีส่วนร่วมหรือรับรู้
- () เฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีส่วนร่วมหรือรับรู้
- () บุคลากรไม่มีส่วนร่วมหรือรับรู้เลย

13. ห้องสมุดของท่านมีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดหรือไม่

- () มี
- () ไม่มี

14. ถ้ามี ท่านใช้วิธีใดในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของท่าน

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สถิติผู้ใช้
- () โดยการสอบถามพูดคุยกับผู้ใช้บริการโดยตรง
- () โดยการสังเกตจากปฏิกิริยาของผู้ใช้บริการ
- () โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ
- () กล้อง / دوربینความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ
- () มีช่องทางให้ผู้ใช้บริการประเมินผลผ่านทางเว็บไซต์ / อีเล็คทรอนิกส์เมลล์
- () คณะกรรมการประเมินผล
- () ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
- () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน
คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาของการประชาสัมพันธ์
 ห้องสมุดของท่านที่สุด

ปัญหาและอุปสรรค ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านใน ปัจจุบัน	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด / ไม่มี 1
1. ห้องสมุดขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การทำ Road show/ การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่นๆ หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก การออกฐานตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น					
2. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มี ความแปลกใหม่/ ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย					
3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย					
4. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่มี ความแปลกใหม่/ ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย					
5. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย					
6. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้ การสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด					
7. ผู้บริหารห้องสมุดไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้ การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด					
8. บุคลากรของห้องสมุดไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่เห็น ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด					
9. นโยบายการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน					
10. ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า					
11. งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ					
12. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปตามแผน/ ไม่ต่อเนื่อง / ไม่สม่ำเสมอ					

ปัญหาและอุปสรรค ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านใน ปัจจุบัน	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด / ไม่มี 1
13. ไม่มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
14. ไม่ได้นำผลจากการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาปรับใช้ หรือแก้ไขปัญหา					
15. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่ทราบนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์					
16. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์					
17. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
18. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีความรู้/ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์					
19. จำนวนผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ					
20. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีเวลาปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่					
21. บุคลากรของห้องสมุดขาดความเชี่ยวชาญ/ จิตสำนึกในการให้บริการ					
22. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร/ผู้เกี่ยวข้องภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบไม่ทั่วถึง					
23. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดไม่สะดวก/ ลำบาก/ ไม่ชัดเจน					
24. ไม่มีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ					
25. ขาดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดได้ทำความรู้จัก/ คู่กัน					
26. ปัญหาอื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

ตอนที่ 4 วิธีการและสื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับของวิธีการและสื่อที่ท่านคิดว่าควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (โดยไม่ต้องคำนึงว่าห้องสมุดของท่านใช้วิธีการและสื่อนั้นอยู่หรือไม่)

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด / ไม่ควรใช้
	5	4	3	2	1
วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย					
1. ห้องสมุดควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การทำ Road show / การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่น ๆ หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก					
การออกฐานตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ					
การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น					
2. ควรจัดประกวดการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยบุคลากร / นิสิต / นักศึกษา หรือประชาชนทั่วไป					
3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรมีความแปลกใหม่ / ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย					
4. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดควรมีความแปลกใหม่ / ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย					
5. การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย และผู้บริหารห้องสมุด					
6. ควรมีวิธีการ / กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดเห็นความสำคัญ และให้ความร่วมมือกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด					
7. ควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไว้ล่วงหน้า					
8. ควรดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง / สม่ำเสมอ					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรวใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรวใช้				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรวใช้
	5	4	3	2	1
วิธีการที่ควรวใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุด มหาวิทยาลัย (ต่อ)					
9. ควรมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์					
10. ควรรนำผลจากการประเมินผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์มาปรับใช้ และแก้ไขปัญห					
11. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดควรมีส่วนร่วมหรือรับรู้ ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนประชาสัมพันธ์					
12. ห้องสมุดควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ โดยตรง					
13. ผู้รับผิดชอบ / ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดควรจบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ / นิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ / สื่อสารมวลชน					
14. ผู้รับผิดชอบ และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ควรวได้รับการฝึกอบรม และการศึกษาดูงานด้าน การประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ					
15. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรวเป็นผู้ที่มี ความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี					
16. ควรวให้เวลาแก่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ได้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่					
17. ควรวส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดมีความเชี่ยวชาญ และมีจิตสำนึกในการให้บริการ					
18. ห้องสมุดควรวรับเป็นสถานที่ฝึกงานให้แก่สิต / นักศึกษา และบุคลากรจากหน่วยงานอื่น (เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในการบริการสังคม)					
19. ควรวส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยผ่าน สื่อมวลชน (รายการวิทยุ / โทรทัศน์ / หนังสือพิมพ์)					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรใช้ 1
วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ) 20. ประชาสัมพันธ์ / แจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่นแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่, บริการใหม่, กิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุดผ่านทาง SMS / MMS บน โทรศัพท์มือถือและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) 21. ควรนำประเด็นในเรื่องบทบาทขององค์กรมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร เช่น บทบาทของห้องสมุดต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น 22. ห้องสมุดควรจัดภูมิทัศน์และสถานที่ให้มีความสวยงามทันสมัย 23. ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร / ผู้เกี่ยวข้องภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบอย่างทั่วถึง 24. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดควรมีความสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน 25. ควรมีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ 26. ควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดได้ทำความรู้จัก / คำนึงถึงกัน 27. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ _____ _____					
สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก 1. สื่อบุคคล 1.1 นักประชาสัมพันธ์ 1.2 บรรณารักษ์ตอบคำถาม					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรใช้ 1
สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) 1.3 ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด (การยิ้ม ทักทาย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ ให้บริการ อย่างประทับใจ สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว) 1.4 ให้บรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ที่มีบุคลิกภาพดี มี ความรู้ ความสามารถไปบรรยาย แนะนำ ห้องสมุดยังหน่วยงานภายนอก 1.5 ส่งบุคลากรของห้องสมุดออกไปร่วมประชุม/ อบรม/ สัมมนา/ ดูงาน/ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับหน่วยงาน ภายนอก 1.6 การให้สัมภาษณ์ / การแถลงข่าว 1.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ _____ _____ 2. สื่อสิ่งพิมพ์ 2.1 โปสเตอร์ 2.2 ป้ายประกาศ / ป้ายนิเทศ 2.3 แผ่นพับ แผ่นปลิว 2.4 คู่มือการใช้ห้องสมุด 2.5 จุลสาร / วารสารห้องสมุด 2.6 จดหมายข่าว 2.7 รายงานประจำปี 2.8 หนังสือเนื่องในโอกาสพิเศษ 2.9 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ _____ _____					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด / ไม่ควรใช้
	5	4	3	2	1
สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ)					
3. สื่อมวลชน					
3.1 หนังสือพิมพ์					
3.2 วิทยุกระจายเสียง					
3.3 โทรทัศน์					
3.4 นำสื่อมวลชนชมการดำเนินงานของห้องสมุด					
3.5 เชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน / กิจกรรมในโอกาสต่างๆ					
3.6 การจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชน เป็นครั้งคราว					
3.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
4. สื่อโสตทัศน์					
4.1 สไลด์					
4.2 วีดิโอแนะนำห้องสมุด					
4.3 วีซีดี / ดีวีดีแนะนำห้องสมุด					
4.4 ภาพยนตร์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น					
4.5 เสียงตามสายภายในห้องสมุด / มหาวิทยาลัย					
4.6 โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย					
4.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					
5. สื่อกิจกรรม					
5.1 การจัดวัน หรือ สัปดาห์พิเศษ เช่น วันเด็ก สัปดาห์ ห้องสมุด วันครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัย / ห้องสมุด เป็นต้น					
5.2 การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด					
5.3 การนำชมห้องสมุด					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรใช้ 1
สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) 5.4 การจัดอบรมต่าง ๆ เช่น อบรมวิธีการสืบค้น สารสนเทศ การใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ การเขียน บรรณานุกรม เป็นต้น 5.5 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน 5.6 การจัดการประกวด เช่น การอ่าน การเขียน เรียงความ เรื่องสั้น คำขวัญ สัญลักษณ์ เป็นต้น 5.7 การจัดการแสดงต่าง ๆ เช่น การแสดงหุ่น การแสดงละคร เป็นต้น 5.8 การจัดแสดงหนังสือใหม่ 5.9 ห้องสมุดเคลื่อนที่ / สัตูจร 5.10 การผลิตของที่ระลึก เช่น ที่คั่นหนังสือ ปากกา แจกในโอกาสต่างๆ เช่น ปีใหม่ วันครบรอบ การสถาปนามหาวิทยาลัย ห้องสมุด 5.11 การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน (Open House) 5.12 การจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพบรรณารักษ์ โดยบุคลากรของห้องสมุด 5.13 การให้ความร่วมมือจัดกิจกรรมด้านวิชาชีพ ร่วมกับห้องสมุดอื่น ๆ 5.14 การให้ยืมสถานที่เพื่อจัดนิทรรศการ 5.15 การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น จัดตั้ง มุมหนังสือที่จุดศูนย์รวมของชุมชน, จัดทอดผ้าป่าหนังสือ, พบผู้นำชุมชน และช่วย ชุมชน โดยเสนอโครงการพัฒนาต่าง ๆ เป็นต้น 5.16 อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรใช้ 1
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) 6. สื่อสมัยใหม่ / สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 6.1 เว็บไซต์ของห้องสมุด 6.2 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) 6.3 กระดานข่าว (Web board) 6.4 วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-journal) 6.5 SMS / MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ 6.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน 1. สื่อบุคคล 1.1 การสนทนาพบปะพูดคุยระหว่างบุคลากรของ ห้องสมุด 1.2 การประชุมภายในของห้องสมุด 1.3 อื่น ๆ (โปรดระบุ) 2. สื่อสิ่งพิมพ์ 2.1 โปสเตอร์ 2.2 ป้ายประกาศ / ป้ายนิเทศ 2.3 จุลสาร / วารสารห้องสมุด 2.4 จดหมายข่าวภายในของห้องสมุด 2.5 หนังสือเวียนภายในของห้องสมุด					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย การใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ใช้				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด / ไม่ การใช้
	5	4	3	2	1
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน (ต่อ)					
2.6 ตะกร้าข่าวภายในองค์กร แจ้งข่าวสารประจำวัน ความเคลื่อนไหว และผลสรุปจากการประชุมภายใน ห้องสมุดให้ทราบโดยทั่วกัน					
2.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

3. สื่อโสตทัศน์					
3.1 เฝ้ายตามสายภายในห้องสมุด / มหาวิทยาลัย					
3.2 โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย					
3.3 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

4. สื่อกิจกรรม					
4.1 การจัดนิทรรศการภายในของห้องสมุด					
4.2 การจัดประชุม อบรม สัมมนาภายในของห้องสมุด					
4.3 การจัดแข่งขันกีฬาภายในของบุคลากรห้องสมุด					
4.4 การให้รางวัลประกาศเกียรติคุณแก่ฝ่าย แผนก บุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงานของห้องสมุด					
4.5 กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่าง ๆ เช่น วันทำความสะอาดใหญ่ (Big Cleaning Day)					
4.6 การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์แก่บุคลากรของ ห้องสมุด เช่น การจัด Walk Rally					
4.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควรใช้	ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด / ไม่ ควรใช้
	5	4	3	2	1
สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน (ต่อ)					
5. สื่อสมัยใหม่ / สื่ออิเล็กทรอนิกส์					
5.1 เว็บไซต์ของห้องสมุด					
5.2 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)					
5.3 กระดานข่าว (Web board)					
5.4 วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-journal)					
5.5 SMS / MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ					
5.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
มหาวิทยาลัย _____

~~~ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบคำถาม

และโปรดส่งแบบสอบถามคืนภายในวันที่.....ด้วยค่ะ~~~

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางของการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย

2. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารห้องสมุดที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจะเป็นโดยสั่งการหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม ให้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดด้วยวิธีการต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งได้จำแนกแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 สำหรับผู้บริหารห้องสมุด และชุดที่ 2 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

3. สำหรับแบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด) ในปัจจุบัน

ตอนที่ 3 รูปแบบที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยวิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย

4. โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ และตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## 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 ทัศนคติ และความสัมพันธ์อันดี ด้วยการแนะนำและเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้วิธีการ 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 ผู้รับผิดชอบงบประมาณ 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 เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของห้องสมุดไปสู่ผู้ให้บริการ 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

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับท่านที่สุด และเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้สมบูรณ์ตามความเป็นจริง

1. ตำแหน่ง \_\_\_\_\_
2. อายุ
 

|                        |                 |              |
|------------------------|-----------------|--------------|
| ( ) 30 ปี หรือน้อยกว่า | ( ) 31-40 ปี    | ( ) 41-50 ปี |
| ( ) 51-60 ปี           | ( ) 60 ปีขึ้นไป |              |
3. วุฒิการศึกษา
 

|                          |
|--------------------------|
| ( ) ปริญญาตรี สาขา _____ |
| ( ) ปริญญาโท สาขา _____  |
| ( ) ปริญญาเอก สาขา _____ |
4. ประสบการณ์ด้านการทำงานห้องสมุด \_\_\_\_\_ ปี
5. ประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ \_\_\_\_\_ ปี
6. ท่านได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ โดย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

|                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| ( ) สำเร็จการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตรง                                       |
| ( ) เข้ารับการฝึกอบรม / สัมมนา / เข้าฟังการบรรยายด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ |
| ( ) ประสบการณ์จากการทำงานของท่านเอง                                                  |
| ( ) ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง                                                            |
| ( ) สอบถามจากผู้รู้                                                                  |
| ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____                                                          |

**ตอนที่ 2** ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน

**คำชี้แจง** โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาของการประชาสัมพันธ์  
ห้องสมุดของท่านที่สุด

| ปัญหาและอุปสรรค<br>ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านใน<br>ปัจจุบัน                                                                                                                                           | ระดับปัญหา     |          |                  |           |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|------------------|-----------|----------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                         | มากที่สุด<br>5 | มาก<br>4 | ปาน<br>กลาง<br>3 | น้อย<br>2 | น้อยที่สุด /<br>ไม่มี<br>1 |
| 1. ห้องสมุดขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การทำ<br>Road show / การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่น ๆ<br>หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก<br>การออกร้านตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ<br>การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 2. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มี<br>ความแปลกใหม่ / ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย                                                                                                                           | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่เข้าถึง<br>กลุ่มเป้าหมาย                                                                                                                                                      | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 4. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่มี<br>ความแปลกใหม่ / ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย                                                                                                                                | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 5. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่เข้าถึง<br>กลุ่มเป้าหมาย                                                                                                                                                           | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 6. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้<br>การสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด                                                                                                                      | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 7. ผู้บริหารห้องสมุดไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้<br>การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด                                                                                                                                  | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 8. บุคลากรของห้องสมุดไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่เห็น<br>ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด                                                                                                                               | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 9. นโยบายการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน                                                                                                                                                                                      | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 10. ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า                                                                                                                                                                              | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 11. งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ                                                                                                                                                                              | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 12. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปตามแผน /<br>ไม่ต่อเนื่อง / ไม่สม่ำเสมอ                                                                                                                                            | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |

| <b>ปัญหาและอุปสรรค</b><br><b>ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านใน</b><br><b>ปัจจุบัน</b>       | ระดับปัญหา     |          |                  |           |                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|------------------|-----------|----------------------------|
|                                                                                                          | มากที่สุด<br>5 | มาก<br>4 | ปาน<br>กลาง<br>3 | น้อย<br>2 | น้อยที่สุด /<br>ไม่มี<br>1 |
| 13. ไม่มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน<br>ประชาสัมพันธ์                                                 | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 14. ไม่ได้นำผลจากการประเมินผลการดำเนินงาน<br>ประชาสัมพันธ์มาปรับใช้ หรือแก้ไขปัญหา                       | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 15. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่ทราบนโยบายและ<br>แผนการประชาสัมพันธ์                                    | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 16. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วม<br>ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์                               | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 17. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วม<br>ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์                               | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 18. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีความรู้/<br>ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์                      | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 19. จำนวนผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ                                                     | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 20. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีเวลาปฏิบัติงาน<br>ประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่                   | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 21. บุคลากรของห้องสมุดขาดความเชี่ยวชาญ / จิตสำนึก<br>ในการให้บริการ                                      | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 22. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร /<br>ผู้เกี่ยวข้องภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบไม่ทั่วถึง | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 23. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุด<br>ไม่สะดวก / ลำบาก / ไม่ชัดเจน                          | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 24. ไม่มีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยน<br>และแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ                     | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 25. ขาดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุด<br>ได้ทำความรู้จัก / คุ้นเคยกัน                           | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |
| 26. ปัญหาอื่น ๆ (โปรดระบุ) _____<br>_____<br>_____                                                       | .....          | .....    | .....            | .....     | .....                      |





| วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย<br>วิทยาการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย                                      | ระดับของวิธีการและสื่อ<br>ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน |       |         |       |                  | ระดับของวิธีการและสื่อ<br>ที่ต้องการใช้ |       |         |       |                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------|---------|-------|------------------|-----------------------------------------|-------|---------|-------|------------------|
|                                                                                                                                        | มากที่สุด                                       | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด/ไม่มี | มากที่สุด                               | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด/ไม่มี |
| วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ)                                                                               |                                                 |       |         |       |                  |                                         |       |         |       |                  |
| 5. ได้รับการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย และผู้บริหารห้องสมุด                                               | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 6. มีวิธีการ / กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดเห็นความสำคัญ และให้ความร่วมมือกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด                     | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 7. วางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไว้ล่วงหน้า                                                                                           | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 8. ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง / สม่ำเสมอ                                                                             | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 9. มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์                                                                                       | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 10. นำผลการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาใช้ และแก้ไขปัญหา                                                                       | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 11. บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดมีส่วนร่วมหรือรู้ใบในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนประชาสัมพันธ์                                            | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 12. ห้องสมุดจัดให้มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง                                                                                 | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |
| 13. ผู้รับผิดชอบ / ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ / นิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ / สื่อสารมวลชน | .....                                           | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                                   | ..... | .....   | ..... | .....            |



| วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ระดับของวิธีการและสื่อที่เผยแพร่ในปัจจุบัน |       |         |       |                  | ระดับของวิธีการและสื่อที่ควรใช้ |       |         |       |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------|---------|-------|------------------|---------------------------------|-------|---------|-------|----------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | มากที่สุด                                  | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด/ไม่มี | มากที่สุด                       | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด/ไม่ควรใช้ |
| <p>วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ)</p> <p>21. นำประเด็นในรายงานขององค์กรมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อ สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร เช่น บทบาทของห้องสมุดต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น</p> <p>22. ห้องสมุดจัดภูมิทัศน์และสถานที่ให้มีความสวยงามทันสมัย</p> <p>23. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์กร จำเป็นต้องรับทราบอย่างทั่วถึง</p> <p>24. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดมีความสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน</p> <p>25. มีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุด ได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็น ในด้านต่าง ๆ</p> <p>26. มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุด ได้ทำความรู้จัก / สุนัขกัน</p> <p>27. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> | .....                                      | ..... | .....   | ..... | .....            | .....                           | ..... | .....   | ..... | .....                |























**ตอนที่ 4** ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย \_\_\_\_\_

~~~ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบคำถาม

และโปรดส่งแบบสอบถามคืนภายในวันที่.....ด้วยค่ะ~~~

ภาคผนวก ก

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัย (IOC)

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของท่านที่สุด

| ข้อ | ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|-----|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | ห้องสมุดขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การทำ Road Show/ การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่น ๆ หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก การออกร้านตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 2 | สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีความแปลกใหม่/ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 3 | สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 4 | กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่มีความแปลกใหม่/ไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 5 | กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 6 | ผู้บริหารมหาวิทยาลัยไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด | -1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.6 |
| 7 | ผู้บริหารห้องสมุดไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด | -1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.6 |
| 8 | บุคลากรของห้องสมุดไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 9 | นโยบายการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |

ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อ | ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
มหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|-----|--|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 10 | ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 11 | งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปตามแผน/ ไม่
ต่อเนื่อง/ ไม่สม่ำเสมอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 13 | ไม่มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 14 | ไม่ได้นำผลจากการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มา
ปรับใช้หรือแก้ไขปัญหา | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 15 | บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่ทราบนโยบายและ
แผนการประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 16 | บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วมในการวางแผน
การประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 17 | บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดไม่มีส่วนร่วมใน
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 18 | ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีความรู้/ ความเข้าใจ
ในการประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | จำนวนผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |

ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อ | ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
มหาวิทยาลัยของท่านในปัจจุบัน | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|-----|--|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 20 | ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่มีเวลาปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 21 | บุคลากรของห้องสมุดขาดความเชี่ยวชาญ/ จิตสำนึกใน
การให้บริการ | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0.6 |
| 22 | การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร/ ผู้เกี่ยวข้อง
ภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบไม่ทั่วถึง | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 23 | การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดไม่สะดวก/
ล่าช้า/ ไม่ชัดเจน | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 24 | ไม่มีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยนและ
แสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 25 | ขาดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดได้ทำ
ความรู้จัก/ คู่กัน | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |

ตอนที่ 4 วิธีการและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด) ในปัจจุบัน
และวิธีการและสื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่าน

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับของวิธีการและสื่อที่ใช้ใน

การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ที่ท่านสังกัด) ในปัจจุบัน และระดับของวิธีการ
และสื่อที่ท่านคิดว่าควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของท่าน (โดยไม่
ต้องคำนึงว่าห้องสมุดของท่านใช้วิธีการและสื่อนั้นอยู่หรือไม่)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|--|--|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน | | | | | | | |
| 1 | การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดในเชิงรุก เช่น การทำ Road Show/ การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่น ๆ หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก การออกร้านตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 2 | จัดประกวดการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยบุคลากร/ นิสิต/ นักศึกษาหรือประชาชนทั่วไป | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 3 | สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมีความแปลกใหม่/ ดึงดูดความสนใจ กลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 4 | กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดมีความแปลกใหม่/ ดึงดูดความสนใจ กลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 5 | ได้รับการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้บริหารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 6 | มีวิธีการ/ กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดเห็นความสำคัญและให้ความร่วมมือกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 7 | วางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไว้ล่วงหน้า | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 8 | ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง/ สม่ำเสมอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 9 | มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 10 | นำผลจากการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาปรับใช้และแก้ไขปัญหา | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 11 | บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดมีส่วนร่วมหรือรับรู้ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 12 | ห้องสมุดจัดให้มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 13 | ผู้รับผิดชอบ/ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์/ นิเทศศาสตร์/ วารสารศาสตร์ / สื่อสารมวลชน | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 14 | ผู้รับผิดชอบ และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดได้รับการฝึกอบรมและการศึกษาดูงานด้านการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 15 | ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 16 | ห้องสมุดให้เวลาแก่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดได้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 17 | ห้องสมุดส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดมีความเชี่ยวชาญและมีจิตสำนึกในการให้บริการ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 18 | ห้องสมุดรับเป็นสถานที่ฝึกงานให้แก่นิสิต/ นักศึกษาและบุคลากรจากหน่วยงานอื่น (เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการบริการสังคม) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | มีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยผ่านสื่อมวลชน (รายการวิทยุ/ โทรทัศน์/ หนังสือพิมพ์) | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 20 | ประชาสัมพันธ์/ แจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่นแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่, บริการใหม่, กิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุดผ่านทาง SMS/ MMS บนโทรศัพท์มือถือและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 21 | นำประเด็นในเรื่องบทบาทขององค์กรมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร เช่น บทบาทของห้องสมุดต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 22 | ห้องสมุดจัดภูมิทัศน์และสถานที่ให้มีความสวยงามทันสมัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 23 | มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร/ ผู้เกี่ยวข้องภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบอย่างทั่วถึง | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 24 | การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดมีความสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 25 | มีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 26 | มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดได้ทำความรู้จัก/คุ้นเคยกัน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกในปัจจุบัน | | | | | | | |
| 1 | สื่อบุคคล | | | | | | |
| 1.1 | นักประชาสัมพันธ์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 1.2 | บรรณารักษ์ตอบคำถาม | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.3 | ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด (การยิ้ม ทักทาย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ ให้บริการอย่างประทับใจ สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.4 | ให้บรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ผู้มีความรู้ความสามารถไปบรรยาย แนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานภายนอก | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 1.5 | ส่งบุคลากรของห้องสมุดออกไปร่วมประชุม/ อบรม/ สัมมนา/ ดูงาน/ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับหน่วยงานภายนอก | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 1.6 | การให้สัมภาษณ์/ การแถลงข่าว | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|--|--|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 2 | สื่อสิ่งพิมพ์ | | | | | | |
| 2.1 | โปสเตอร์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2 | ป้ายประกาศ/ ป้ายนิเทศ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.3 | แผ่นพับ แผ่นปลิว | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.4 | คู่มือการใช้ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.5 | จุลสาร/ วารสารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.6 | จดหมายข่าว | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.7 | รายงานประจำปี | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.8 | หนังสือเนื่องในโอกาสพิเศษ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | สื่อมวลชน | | | | | | |
| 3.1 | หนังสือพิมพ์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.2 | วิทยุกระจายเสียง | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.3 | โทรทัศน์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.4 | นำสื่อมวลชนชมการดำเนินงานของห้องสมุด | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.5 | เชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน/ กิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 3.6 | การจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4 | สื่อโซเชียล | | | | | | |
| 4.1 | สไลด์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4.2 | วิดีโอแนะนำห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.3 | วีซีดี/ ดีวีดีแนะนำห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.4 | ภาพยนตร์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4.5 | เสียงตามสายภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.6 | โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | สื่อกิจกรรม | | | | | | |
| 5.1 | การจัดวัน หรือสัปดาห์พิเศษ เช่น วันเด็ก สัปดาห์ห้องสมุด
วันครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัย/ ห้องสมุด เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.2 | การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.3 | การนำชมห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.4 | การจัดอบรมต่าง ๆ เช่น อบรมวิธีการสืบค้นสารสนเทศ
การใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ การเขียนบรรณานุกรม เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.5 | การจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 5.6 | การจัดการประกวด เช่น การอ่าน การเขียนเรียงความ เรื่องสั้น คำขวัญ สัญลักษณ์ เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.7 | การจัดการแสดงต่าง ๆ เช่น การแสดงหุ่น การแสดงละคร เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.8 | การจัดแสดงหนังสือใหม่ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 5.9 | ห้องสมุดเคลื่อนที่/ ตู้ยืม | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.10 | การผลิตของที่ระลึก เช่น ที่คั่นหนังสือ ปากกา แจกในโอกาสต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ วันครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัย/ ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 5.11 | การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน (Open House) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.12 | การจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพบรรณารักษ์โดยบุคลากรห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.13 | การให้ความร่วมมือจัดกิจกรรมด้านวิชาชีพร่วมกับห้องสมุดอื่น ๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.14 | การให้ยืมสถานที่เพื่อจัดนิทรรศการ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอกในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 5.15 | การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น จัดตั้งมุมหนังสือที่จุดศูนย์รวมของชุมชน, จัดทอดผ้าป่าหนังสือ, พบผู้นำชุมชน และช่วยชุมชนโดยเสนอโครงการพัฒนาต่างๆ เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | สื่อสมัยใหม่/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | | | | | | |
| 6.1 | เว็บไซต์ของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.2 | จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.3 | กระดานข่าว (Web Board) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.4 | วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E – Journal) | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.8 |
| 6.5 | SMS/ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในในปัจจุบัน | | | | | | | |
| 1 | สื่อบุคคล | | | | | | |
| 1.1 | การสนทนาพบปะพูดคุยระหว่างบุคลากรของห้องสมุด | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 1.2 | การประชุมภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | สื่อสิ่งพิมพ์ | | | | | | |
| 2.1 | โปสเตอร์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2 | ป้ายประกาศ/ ป้ายนิเทศ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.3 | จุลสาร/ วารสารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|---|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 2.4 | จดหมายข่าวภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.5 | หนังสือเวียนภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.6 | ตะกร้าข่าวภายในองค์กร แข่งข่าวสารประจำวัน
ความเคลื่อนไหวและผลสรุปจากการประชุมภายในห้องสมุดให้
ทราบโดยทั่วกัน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | สื่อโซเชียลมีเดีย | | | | | | |
| 3.1 | เสียงตามสายภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3.2 | โทรศัพท์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | สื่อกิจกรรม | | | | | | |
| 4.1 | การจัดนิทรรศการภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.2 | การจัดประชุม อบรม สัมมนาภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.3 | การจัดแข่งขันกีฬาภายในของบุคลากรห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.4 | การให้รางวัลประกาศเกียรติคุณแก่ฝ่าย แผนก บุคลากร
เจ้าหน้าที่ พนักงานของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.5 | กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ เช่น วันทำความสะอาดใหญ่
(Big Cleaning Day) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.6 | การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์แก่บุคลากรของห้องสมุด เช่น
การจัด Walk Rally | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในในปัจจุบัน (ต่อ) | | | | | | | |
| 5 | สื่อสมัยใหม่/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | | | | | | |
| 5.1 | เว็บไซต์ของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.2 | จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.3 | กระดานข่าว (Web Board) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.4 | วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E – Journal) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.5 | SMS/ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย | | | | | | | |
| 1 | ห้องสมุดควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก เช่น การทำ Road Show/ การแนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานอื่น ๆ หรือในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มาก การออกร้านตามงานประจำปีหรือเทศกาลต่าง ๆ การจัดห้องสมุดสัญจร เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | ควรจัดประกวดการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยบุคลากร/ นิสิต/ นักศึกษา หรือประชาชนทั่วไป | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรมีความแปลกใหม่/ ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดควรมีความแปลกใหม่/ ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ) | | | | | | | |
| 5 | การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้บริหารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | ควรมีวิธีการ/ กิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดเห็นความสำคัญ และให้ความร่วมมือกับการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | ควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไว้ล่วงหน้า | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 8 | ควรดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง/ สม่ำเสมอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | ควรมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 10 | ควรนำผลจากการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาปรับใช้และแก้ไขปัญหา | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 11 | บุคลากรส่วนใหญ่ของห้องสมุดควรมีส่วนร่วมหรือรับรู้ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนประชาสัมพันธ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | ห้องสมุดควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 13 | ผู้รับผิดชอบ/ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรจบการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์/ นิเทศศาสตร์/ วารสารศาสตร์/ สื่อสารมวลชน | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ) | | | | | | | |
| 14 | ผู้รับผิดชอบ และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรได้รับการฝึกอบรมและการศึกษาดูงานด้านการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 15 | ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 16 | ควรใช้เวลาแก่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุดได้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 17 | ควรส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดมีความเชี่ยวชาญและมีจิตสำนึกในการให้บริการ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 18 | ห้องสมุดควรรับเป็นสถานที่ฝึกงานให้แก่นิสิต/ นักศึกษาและบุคลากรจากหน่วยงานอื่น (เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการบริการสังคม) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | ควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดโดยผ่านสื่อมวลชน (รายการวิทยุ/ โทรทัศน์/ หนังสือพิมพ์) | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 20 | ประชาสัมพันธ์/ แจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่นแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่, บริการใหม่, กิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุดผ่านทาง SMS/ MMS บนโทรศัพท์มือถือและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| วิธีการที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับห้องสมุดมหาวิทยาลัย (ต่อ) | | | | | | | |
| 21 | ควรนำประเด็นในเรื่องบทบาทขององค์กรมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร เช่น บทบาทของห้องสมุดต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 22 | ห้องสมุดควรจัดภูมิทัศน์และสถานที่ให้มีความสวยงาม ทันสมัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 23 | ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งบุคลากร/ ผู้เกี่ยวข้องภายในองค์กรจำเป็นต้องรับทราบอย่างทั่วถึง | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 24 | การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในห้องสมุดควรมีความสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 25 | ควรมีช่องทางให้บุคลากรของห้องสมุดได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 26 | ควรมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรของห้องสมุดได้ทำความรู้จัก/ คำนึงถึงกัน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก | | | | | | | |
| 1 | สื่อบุคคล | | | | | | |
| 1.1 | นักประชาสัมพันธ์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 1.2 | บรรณารักษ์ตอบคำถาม | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.3 | ผู้ปฏิบัติงานห้องสมุด (การยืม ทักทาย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ ให้บริการอย่างประทับใจ สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|---|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) | | | | | | | |
| 1.4 | ให้บรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ผู้มีความรู้ความสามารถไปบรรยาย แนะนำห้องสมุดยังหน่วยงานภายนอก | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.5 | ส่งบุคลากรของห้องสมุดออกไปร่วมประชุม/ อบรม/ สัมมนา/ ดูงาน/ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับหน่วยงานภายนอก | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.6 | การให้สัมภาษณ์/ การแถลงข่าว | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | สื่อสิ่งพิมพ์ | | | | | | |
| 2.1 | โปสเตอร์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2 | ป้ายประกาศ/ ป้ายนิเทศ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.3 | แผ่นพับ แผ่นปลิว | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.4 | คู่มือการใช้ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.5 | จุลสาร/ วารสารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.6 | จดหมายข่าว | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.7 | รายงานประจำปี | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.8 | หนังสือเนื่องในโอกาสพิเศษ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า
IOC |
|---|---|--------------|---|---|---|---|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) | | | | | | | |
| 3 | สื่อมวลชน | | | | | | |
| 3.1 | หนังสือพิมพ์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.2 | วิทยุกระจายเสียง | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.3 | โทรทัศน์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.4 | นำสื่อมวลชนชมการดำเนินงานของห้องสมุด | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 3.5 | เชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน/ กิจกรรมในโอกาสต่างๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 3.6 | การจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4 | สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | | | | | | |
| 4.1 | สไลด์ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4.2 | วิดีโอแนะนำห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.8 |
| 4.3 | วีซีดี/ ดีวีดีแนะนำห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.4 | ภาพยนตร์ที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4.5 | เสียงตามสายภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.6 | โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|---|---|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) | | | | | | | |
| 5 | สื่อกิจกรรม | | | | | | |
| 5.1 | การจัดวัน หรือสัปดาห์พิเศษ เช่น วันเด็ก สัปดาห์ห้องสมุด
วันครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัย/ ห้องสมุด เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.2 | การปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.3 | การนำชมห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.4 | การจัดอบรมต่าง ๆ เช่น อบรมวิธีการสืบค้นสารสนเทศ
การใช้งานข้อมูลออนไลน์ การเขียนบรรณานุกรม เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.5 | การจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.6 | การจัดการประกวด เช่น การอ่าน การเขียนเรียงความ เรื่องสั้น
คำขวัญ สัญลักษณ์ เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.7 | การจัดการแสดงต่าง ๆ เช่น การแสดงหุ่น การแสดงละคร
เป็นต้น | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 5.8 | การจัดแสดงหนังสือใหม่ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.9 | ห้องสมุดเคลื่อนที่/ สัญจร | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 5.10 | การผลิตของที่ระลึก เช่น ที่คั่นหนังสือ ปากกา แจกในโอกาส
ต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ วันครบรอบการสถาปนามหาวิทยาลัย/ ห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|---|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายนอก (ต่อ) | | | | | | | |
| 5.11 | การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน (Open House) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.12 | การจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพบรรณารักษ์ โดยบุคลากรห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.13 | การให้ความร่วมมือจัดกิจกรรมด้านวิชาชีพร่วมกับห้องสมุดอื่นๆ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.14 | การให้ยืมสถานที่เพื่อจัดนิทรรศการ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.15 | การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น จัดตั้งมุมหนังสือที่จุดศูนย์รวมของชุมชน, จัดทอดผ้าป่าหนังสือ, พบผู้นำชุมชน และช่วยชุมชนโดยเสนอโครงการพัฒนาต่าง ๆ เป็นต้น | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | สื่อสมัยใหม่/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | | | | | | |
| 6.1 | เว็บไซต์ของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.2 | จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.3 | กระดานข่าว (Web Board) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.4 | วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E – Journal) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6.5 | SMS/ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--------------------------------------|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน | | | | | | | |
| 1 | สื่อบุคคล | | | | | | |
| 1.1 | การสนทนาพบปะพูดคุยระหว่างบุคลากรของห้องสมุด | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0.6 |
| 1.2 | การประชุมภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | สื่อสิ่งพิมพ์ | | | | | | |
| 2.1 | โปสเตอร์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2 | ป้ายประกาศ/ ป้ายนิเทศ | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.3 | จุลสาร/ วารสารห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.4 | จดหมายข่าวภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.5 | หนังสือเวียนภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.6 | ตะกร้าข่าวภายในองค์กร แจ้งข่าวสารประจำวันความเคลื่อนไหวและผลสรุปจากการประชุมภายในห้องสมุดให้ทราบโดยทั่วกัน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | สื่อโสตทัศน | | | | | | |
| 3.1 | เสียงตามสายภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3.2 | โทรทัศน์วงจรปิดภายในห้องสมุด/ มหาวิทยาลัย | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |
| 4 | สื่อกิจกรรม | | | | | | |
| 4.1 | การจัดนิทรรศการภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

ตอนที่ 4 (ต่อ)

| ข้อ | วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย | ผู้เชี่ยวชาญ | | | | | ค่า IOC |
|--|--|--------------|---|---|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| สื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน (ต่อ) | | | | | | | |
| 4.2 | การจัดประชุม อบรม สัมมนาภายในของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.3 | การจัดแข่งขันกีฬาภายในของบุคลากรห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.4 | การให้รางวัลประกาศเกียรติคุณแก่ฝ่าย แผนก บุคลากร
เจ้าหน้าที่ พนักงานของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.5 | กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ เช่น วันทำความสะอาดใหญ่
(Big Cleaning Day) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4.6 | การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์แก่บุคลากรของห้องสมุด เช่น
การจัด Walk Rally | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | สื่อสมัยใหม่/ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | | | | | | |
| 5.1 | เว็บไซต์ของห้องสมุด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.2 | จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.3 | กระดานข่าว (Web Board) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.4 | วารสารอิเล็กทรอนิกส์ (E – Journal) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5.5 | SMS/ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0.6 |