

ชมรม คิด - Do : คิดแล้วทำอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมสัมพันธ์
กิจกรรมที่ส่งเสริมมากกว่าการอ่าน

Think - Do Club : Thinking then Doing with Creativity. Enhancing the
Learning by Connected Activities which is Giving More than Reading

กฤษตมา พรหมรักษา พชรพร ตาสว่าง

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม e-mail: kristacha@npu.ac.th

บทคัดย่อ

ชมรมคิด - Do : คิดแล้วทำอย่างสร้างสรรค์ เกิดขึ้นจากการรวมตัวของนักศึกษา โดยมีบรรณารักษ์ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา ประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ และการดำเนินการกิจกรรม ซึ่งถือเป็นกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการห้องสมุด ที่ได้นำเอากระบวนการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ AIDA มาปรับใช้ในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ได้แก่ 1) Awareness เริ่มต้นจากการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจ และ ความพร้อมในการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะจัดขึ้น 2) Interest คือ การดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม 3) Desire ผู้ใช้เกิดความต้องการที่จะมีประสบการณ์ด้วยตนเอง และทำให้เกิดความคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และ 4) Action คือ ประโยชน์จากกิจกรรมที่ได้รับ ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดทัศนคติในแง่ดีต่อห้องสมุด และต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป นำไปสู่กิจกรรมหลักๆ อาทิเช่น กิจกรรม คิด-Do Chat : การเปิดประเด็นพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลข่าวสาร เปิดใจและเปิดโอกาสในการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลาย, คิด-Do Share : การส่งมอบโอกาสและแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้อื่น และ คิด-Do Show : การเปิดเวทีเพื่อแสดงความสามารถ และกิจกรรมเพื่อนำไปต่อยอดในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวผ่านกระบวนการคิด-ค้นคว้าหาข้อมูลโดยการชี้แนะแหล่งสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกจากบุคลากรห้องสมุด จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และลงมือทำร่วมกันด้วยความสมัครใจ ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ใช้บริการ และบุคลากรสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม นอกจากนี้จะเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเข้าถึง-เข้าใช้สารสนเทศที่หลากหลาย รวมถึงการใช้พื้นที่ของห้องสมุดให้เกิดประโยชน์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการและบุคลากรห้องสมุดแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรไปยังบุคคลภายนอกเพื่อนำไปสู่ช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อองค์กรอีกด้วย

คำสำคัญ:

ชมรมคิด - Do, กิจกรรมห้องสมุด, ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด, การส่งเสริมการเรียนรู้

บทนำ

“การเรียนรู้เป็นพื้นฐานของการดำเนินชีวิต มนุษย์จึงมีการเรียนรู้ตั้งแต่แรกเกิดจนถึงก่อนตาย จึงมีคำกล่าวที่ว่า “No one old to learn - ไม่มีใครแก่เกินเรียน การเรียนรู้จะช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี” (Richard R. Boots, 1986, p.183 : อ้างถึงใน มาลินี จุฑารพ, 2539 หน้า 120) ดังนั้น การเรียนรู้ จึงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตรอบตัว และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ในการดำรงชีวิตทุกด้าน มนุษย์ทุกคนจึงมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ทั้งการเรียนรู้ทักษะทางกาย ความหมายของสิ่งต่างๆ ภาษา หลักการและเหตุผล การแก้ปัญหาและตัดสินใจ และความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเองและสภาพแวดล้อมรอบตัว (วันวงศ์แก่นท้าว, 2555)

ฝ่ายหอสมุด สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม เล็งเห็นความสำคัญของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีต่อบุคคลและสังคมในด้านต่างๆ เช่น การตามทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่, การปรับตัวทันกับเวลา, การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร, การเลือกรับและปฏิเสธ และการพัฒนาต่อยอดความรู้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2539) และด้วยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้จำเป็นที่จะต้องปรับพฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์ให้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ดังคำกล่าวที่ว่า “ความรู้ไม่ได้มีแค่ในหนังสือ ความรู้มีอยู่มากกว่าในตำรา และมีมากมายไม่รู้จบ”

ดังนั้น จึงได้จัดตั้งชมรมคิด - Do : คิดแล้วทำอย่างสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักศึกษา โดยนำเอากระบวนการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดผ่านการให้บริการ กิจกรรม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ (Fisher and Pride, 2006, p. 76-81) คือ ทฤษฎี AIDA (St.Elmo Lewis, 1898 อ้างถึงใน ฌักคอร ปุณยาภาภัสสร, 2551) ซึ่งเป็นรูปแบบของการตลาดนำมาปรับใช้ในการส่งเสริมการเรียนรู้ในครั้งนี้ ได้แก่ 1) Awareness เริ่มต้นจากการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจ และความพร้อมในการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะจัดขึ้น 2) Interest คือ การดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม 3) Desire ผู้ใช้เกิดความต้องการที่จะมีส่วนร่วมด้วยตนเอง และทำให้เกิดความคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และ 4) Action คือ ประโยชน์จากกิจกรรมที่ได้รับ ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดทัศนคติในแง่ดีต่อห้องสมุด และต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป นำไปสู่กิจกรรมหลักๆ ดังนี้ 1) คิด-Do Chat : การเปิดประเด็นพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลข่าวสาร เปิดใจและเปิดโอกาสในการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลาย 2) คิด-Do Share : การส่งมอบโอกาสและแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้อื่น และ 3) คิด-Do Show : การเปิดเวทีเพื่อแสดงความสามารถ และกิจกรรมเพื่อนำไปต่อยอดในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป โดยกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นจากความสนใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งนักศึกษาและผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรม ซึ่งมีบรรณารักษ์คอยทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชี้แนะแหล่งข้อมูลที่นำเสนอทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆ จากผลการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวทำให้เกิดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเข้าถึง - เข้าใช้สารสนเทศทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด อีกทั้งยังทำให้เกิดการใช้พื้นที่ของห้องสมุดให้เกิดประโยชน์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการและบุคลากรห้องสมุดแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรไปยังบุคคลภายนอกเพื่อนำไปสู่ช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อองค์กรอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้ให้แก่นักศึกษาและผู้ให้บริการทั่วไป และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงศักยภาพ และนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองและส่วนรวม

2. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการห้องสมุด และใช้พื้นที่ห้องสมุดให้เกิดประโยชน์
3. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร ถึงบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมการเรียนรู้ ให้แก่นักศึกษาและประชาชนทั่วไป
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการกับบุคลากรห้องสมุด

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

เมื่อได้รับการอนุมัติจัดตั้งชมรมคิด - Do แล้ว ฝ่ายหอสมุด สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ได้ดำเนินการจัดหากิจกรรม โดยนำเอารูปแบบของการตลาดตามหลักทฤษฎี AIDA (St.Elmo Lewis, 1898 อ้างถึงใน ฅภักคอร ปุณยาภาภัสสร, 2551) นำมาปรับใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ดังนี้

1. Awareness คือ การสร้างความสนใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ด้วยการศึกษาและติดตามข้อมูลข่าวสารที่เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสังคม และเปิดประเด็น ตั้งคำถามกับผู้ใช้บริการผ่านทางสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Google+, Website) และป้ายนิเทศทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด

2. Interest คือ การดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ด้วยการเชิญชวนให้ผู้ใช้บริการเข้าร่วมพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันถึงประเด็นที่เป็นที่สนใจเหล่านั้น และเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ โดยแบ่งกิจกรรม คิด-Do Chat : เป็นการเปิดพื้นที่ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นที่น่าสนใจในขณะนั้น ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากหลากหลายสาขาวิชาได้มาพบปะพูดคุย และเปลี่ยนทัศนคติกัน

3. Desire ผู้ใช้เกิดความต้องการที่จะมีประสบการณ์ด้วยตนเอง และทำให้เกิดความค้ำใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองสนใจ โดยการจัดกิจกรรมต่อยอดจากกิจกรรมเสวนากลุ่มย่อย จากการพูดคุยแลกเปลี่ยน นำไปสู่โครงการและกิจกรรม คิด-Do Share : ซึ่งเป็นการส่งมอบโอกาสและแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้อื่น โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการแชร่ความรู้ความสามารถให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การจัดอบรมการใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์จากนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ หรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการส่งต่อความรู้ให้แก่ นักศึกษา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อส่งมอบสิ่งดีๆ ให้แก่บุคคลอื่นในสังคม และ กิจกรรม คิด-Do Show : เป็นการเปิดเวทีเพื่อแสดงความสามารถ และอำนวยความสะดวกกิจกรรมให้แก่นักศึกษา เพื่อนำไปต่อยอดในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป

4. Action คือ ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุด และมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสมัครใจที่จะแจ้งความประสงค์ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง และในบางกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคิดหัวข้อเรื่องเอง

หลังจากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวแล้ว ได้นำผลการดำเนินกิจกรรมมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ (Facebook และ Youtube) และทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมทางสื่อโทรทัศน์ของท้องถิ่น (NP Cable TV) พร้อมกับรายงานผลการดำเนินกิจกรรมจัดเก็บเป็นรูปเล่ม

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ฝ่ายหอสมุด สำนักวิทยบริการ ได้ดำเนินการก่อตั้งชมรมคิด - Do ในปี 2555 เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกห้องสมุดให้แก่นักศึกษาอย่างต่อเนื่องจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2557 โดยจัดกิจกรรมหลักๆ ดังนี้ 1) คิด-Do Chat : การเปิดประเด็นพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลข่าวสาร เปิดใจและเปิดโอกาสในการรับฟังความ

คิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลาย 2) คิด-Do Share : การส่งมอบโอกาสและแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้อื่น และ 3) คิด-Do Show : การเปิดเวทีเพื่อแสดงความสามารถ และกิจกรรมเพื่อนำไปต่อยอดในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป โดยมีกิจกรรมที่ได้ดำเนินงานทั้งสิ้น 15 กิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียดการจัดกิจกรรม ดังตาราง 1

ตาราง 1 กิจกรรม/ โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ชมรมคิด - Do

ที่	กิจกรรมโครงการ /	วันเวลา และสถานที่/	ผู้เข้าร่วม
1	คิด-Do : Share Work Shop แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการตกแต่งภาพ และการใช้งาน Photoshop เบื้องต้น	24 กรกฎาคม 2556 ห้องคอมพิวเตอร์ 2 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม	38 คน
ที่	กิจกรรมโครงการ /	วันเวลา และสถานที่/	ผู้เข้าร่วม
2	คิด-DO : Chat ชมภาพยนตร์เรื่อง Les Misérables : เทย์ออร์ธรรม	31 กรกฎาคม 2556 ณ สำนักวิทยบริการ ห้องทีวี (ชั้น 1)	8 คน
3	คิด-DO : Chat เสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ว่าด้วยเรื่อง SOTUS คืออะไร	14 สิงหาคม 2556 ณ สำนักวิทยบริการ (ชั้น 1)	11 คน
4	คิด-DO : Share อบรมการสร้างเว็บไซต์ด้วย Joomla VS WordPress	4 กันยายน 2556 ณ สำนักวิทยบริการ ห้องอบรมคอมพิวเตอร์	59 คน
5	คิด-DO : Meeting ปรึกษาหารือวางแผนการดำเนินงานการจัดกิจกรรม-โครงการ ประจำปี 2557	18 กันยายน 2556 ณ สำนักวิทยบริการ (ชั้น 2)	12 คน
6	คิด-DO : Share โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ไทย-ลาว ครั้งที่ 1	28 ตุลาคม 2556 ณ โรงเรียนปะถมสมบุญ บ้านผาแดง-บ้านโพนขาม เมืองหินบูน แขวง คำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	29 คน
7	คิด-DO : Meeting ศึกษาวิธีการทำกระทงและดอกไม้ประดับกระทง	13 พฤศจิกายน 2556 ณ สำนักวิทยบริการ (ชั้น 2)	26 คน
8	คิด-DO : Share กิจกรรม "ลอยกระทงในความทรงจำของตาก็บยาย"	17 พฤศจิกายน 2556 ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดนครพนม	39 คน
9	คิด-Do : Chat กิจกรรม My Message : 1 คน 1 เสียง 1 ข้อความเพื่อร่วมกันส่งเสียงผ่านข้อความว่าเราต้องการ "เลือกตั้ง"	16 มกราคม 2556 ณ ตลาดโต้รุ่ง อ.เมือง จ.นครพนม	40 คน
10	คิด-Do : Chat เรื่อง เสวนา "ทางออกประเทศไทย ในมุมมองของนักศึกษา"	11 ธันวาคม 2556 ณ สำนักวิทยบริการ ห้องทีวี (ชั้น 1)	10 คน
11	คิด-Do : Show กิจกรรมรณรงค์เลือกตั้งของเยาวชน, นักศึกษา Flash Mop Respect my vote Thailand election 2 Feb 2014	23 มกราคม 2557 ณ ตลาดโต้รุ่ง อ.เมือง จ.นครพนม	32 คน

ที่	กิจกรรมโครงการ /	วันเวลา และสถานที่/	ผู้เข้าร่วม
12	คิด-Do : Chat หัวข้อเรื่อง "ว่าด้วยเรื่องเพศเพศ"	29 มกราคม 2557 ณ สำนักวิทยบริการ ห้องวารสารและ สิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง (ชั้น 1)	5 คน
13	คิด - DO : Share กิจกรรม "14 กุมภาพันธ์ มอบ ความรัก ส่งความสุขให้น้อง"	14 กุมภาพันธ์ 2557 ศูนย์บริการการเรียนรู้และ พัฒนาศักยภาพเด็กพิการทางสติปัญญา ต.ยอดชาติ อ.วังยาง จ.นครพนม	30 คน
14	คิด - Do : Show ดนตรีเปิดหมวก ระดมทุนจัด กิจกรรมฉายหนัง+เสวนา 1984	20 กุมภาพันธ์ 2557 ตลาดโต้รุ่ง อ.เมือง จ.นครพนม	24 คน
15	โครงการฉายภาพยนตร์และเสวนา Nineteen Eighty-Four (1984)	27 กุมภาพันธ์ 2557 ห้องเรียนรวม 1 คณะศิลปศาสตร์และ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม	260 คน

และอีกหนึ่งตัวชี้วัดผลของการดำเนินกิจกรรมคือ จำนวนสถิติผู้ใช้ห้องสมุดนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 – เดือนธันวาคม 2556 พบว่า จำนวนการเข้าใช้บริการห้องสมุดมีจำนวนเพิ่มขึ้น ดังตาราง 2

ตาราง 2 สถิติการเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม (สถิติรายงานงานประกันคุณภาพปี 2555 - 2556)

ปี	จำนวนผู้ใช้ห้องสมุด (ครั้ง)
ปี 2555	103,380
ปี 2556	105,147

จากผลการดำเนินกิจกรรมในปี 2556 – 2557 มีจำนวนกิจกรรมที่ดำเนินการเสร็จสิ้นจำนวน 15 กิจกรรม โดยทุกกิจกรรมเกิดขึ้นด้วยความสมัครใจของนักศึกษา ซึ่งบางกิจกรรมนักศึกษาเป็นผู้นำเสนอหัวข้อเรื่องและมาจากแนวคิดของนักศึกษาเอง และจากการเผยแพร่ผลการดำเนินกิจกรรมทางสื่อออนไลน์และสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ตามรายการ ดังนี้

Facebook : <https://www.facebook.com/kiddogroup>

Youtube : https://youtu.be/0vDipljvHN4?list=PLru49A_a2F2ja4w-u2dW_gM6VT02lujSG

ช่อง Cable ท้องถิ่น : NP Cable TV

จากผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามช่องทางดังกล่าว ทำให้ได้รับกระแสการตอบรับและความไว้วางใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมในทุกครั้งเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ควรมีการเผยแพร่และกระตุ้นให้เกิดความสนใจในเรื่องของประเด็นข้อมูลข่าวสารในแต่ละวันอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทุกสาขาวิชา อีกทั้งยังควรเปิดช่องทางการเข้าถึงบุคลากรที่จะอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นทางสื่อออนไลน์ และพื้นที่ในห้องสมุด เพื่อการติดต่อประสานงานในการจัดกิจกรรมให้แก่นักศึกษาและผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ การเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาจัดกิจกรรมอื่นที่เกิดจากความสนใจของนักศึกษาเอง หากทำอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมจะสามารถเพิ่มปริมาณผู้ใช้ห้องสมุดได้

รูปภาพกิจกรรม



คิด-Do : Share Work Shop แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการตกแต่งภาพ และการใช้งาน Photoshop เบื้องต้น



ชมภาพยนตร์ Les Miserables : เหยื่อธรรม ณ ห้องทีวีชั้น 1 สำนักวิทยบริการ



คิด-Do : Chat เสนอว่าด้วยเรื่อง SOTUS คืออะไร ณ ห้องทีวี สำนักวิทยบริการ



คิด-Do : Share อบรมการสร้างเว็บไซต์ด้วย WordPress VS Joomla



ปรึกษาหารือวางแผนการดำเนินงานจัดกิจกรรม-โครงการประจำปี 2557



โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไทย-ลาว แขวงคำม่วน สปป.ลาว



คิด-Do : Meeting ศึกษาริธีการทำกระถางและดอกไม้ประดับกระถาง



กิจกรรม “ลอยกระทงในความทรงจำของตาภิยาย”



กิจกรรม My Message : 1 คน 1 เสียใจ 1 ข้อความ เพื่อรณรงค์ส่งเสริมผ่านข้อความว่าเราต้องการ “เลือกตั้ง”



เสวนา “ทางออกประเทศไทยในมุมมองของนักศึกษา” ณ ห้องทีวี สำนักวิทยบริการ



คิด-Do : Chat หัวข้อเรื่อง “ว่าด้วยเรื่องเพศเพศ” ณ ห้องวารสารฯ สำนักวิทยบริการ



กิจกรรม “14 กุมภาพันธ์ มอบความรัก ส่งความสุขให้น้อง”



การนำไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ใช้บริการเกิดกระบวนการเรียนรู้และมีพื้นที่ในการแสดงศักยภาพ และนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวม
2. เพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการห้องสมุด และใช้พื้นที่ห้องสมุดให้เกิดประโยชน์
3. ได้สื่อในการประชาสัมพันธ์องค์กรถึงบทบาทหน้าที่ในการเป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่นักศึกษาและประชาชนทั่วไป
4. ได้รับความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ใช้บริการกับบุคลากรห้องสมุด

รายการอ้างอิง

- เกียรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2539). *เรียนรู้ : วิธีสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: ชัคเซสมิเดีย.
- ณภัคอร ปุณยภาภัสสร. (2553). *AIDA model*. สืบค้นจาก http://punyapapassorn.blogspot.com/2010_08_01_archive.html.
- มาลินี จุฑารพ. (2539). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนวสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- หวัน วงศ์แก่นท้าว. (2555). *เอกสารประกอบการสอนวิชา ศึกษาทั่วไป 121 การดำรงชีวิตในสังคมยุคใหม่และประชาคมอาเซียน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- Fisher, Patricia H., and Pride, Marseille M. (2006). *Blueprint for Your Library Marketing Plan*. Chicago: American Library Association.