

การใช้อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการ
ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

Using Infographics to Promote Library Resources and Library Services at
Prince Songkla University, Trang Campus

อุไร ไพรชูยัน, สุพรรณษา บุญเกื้อ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง e-mail: urai.p@psu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกมาใช้ในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุดผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิกของห้องสมุด การพัฒนาอินโฟกราฟิกมีจำนวน 10 เรื่อง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด 2) การนำเสนอทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจของห้องสมุด และ 3) การให้ความรู้เรื่องการรู้สารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกที่พัฒนาขึ้นเป็นผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 42 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ Google Forms สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ผู้ใช้ห้องสมุดมีความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกที่พัฒนาขึ้นทั้ง 10 เรื่องในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิก, การส่งเสริมการใช้บริการ, การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด, การแนะนำผู้ใช้บริการ

ABSTRACT

This research aims at developing infographics to promote the use of library resources and services at Prince Songkla University, Trang Campus through the public relations channels of the library and assessing the audience satisfaction of its infographics. In this research, ten infographics were developed and divided into three areas: 1) the library public relations and marketing communication 2) the presentation of captivating information resources of the library and 3) the knowledge transfer of information literacy. The sample group that expressed their satisfaction with the developed infographics consisted of 42 infographic viewers. The tool used for data collection was the Google Forms online questionnaire, and the statistics used for data analysis were Mean and Percentage. The result revealed that the library users were satisfied with the infographics at the highest level.

Keyword: Infographics, Library Service Promoting, Library Public Relations, User Instruction

บทนำ

ห้องสมุดเป็นแหล่งรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศ มีการจัดระบบเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งจัดบริการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนต่อการศึกษาค้นคว้า การวิจัย รวมทั้งการใช้ประโยชน์อื่น ๆ ตามความต้องการของผู้ใช้ อาจกล่าวได้ว่าทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดจัดหาให้บริการนั้น หากไม่ได้มีการนำมาใช้ประโยชน์ก็นับว่าเป็นความสูญเปล่าเป็นอย่างยิ่ง การสื่อสารเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการที่ห้องสมุดจัดให้ รวมทั้งเทคนิควิธีการในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่มีความสลับซับซ้อน โดยนำการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารทางการตลาดมาใช้ ช่วยให้ผู้ใช้รับรู้และรับทราบสิ่งที่ห้องสมุดให้บริการ (รัฐธีร์ ปภัสสรย์โชติ และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ, 2558, น. 170) Mi และ Nesta (2006, p. 415) ระบุว่าเหตุผลของการไม่ใช้บริการห้องสมุดเกิดจากห้องสมุดขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่สร้างความดึงดูดใจต่อผู้ใช้งานใหม่ ‘ภาพ’ นับเป็นเครื่องมือสื่อสารข้อมูลและสารสนเทศ (information) ที่เติมเต็มการสื่อสารที่คำพูดไม่สามารถอธิบายได้ รูปแบบการสื่อสารด้วยภาพดังกล่าวนี้คือ “อินโฟกราฟิก” (infographic) (ชากราดะ, 2558, น. 8) คำว่า “อินโฟกราฟิก” (Infographics) มาจากการผสมคำระหว่างคำว่า Information ที่แปลว่า ข้อมูล กับคำว่า Graphic ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพให้ปรากฏขึ้น infographic เป็นการนำข้อมูลมาสรุปและจัดทำเป็นสื่อกราฟิก (จิตพงศ์ ภูสมาศ, 2560, น. 2) โดยการอธิบายข้อมูลที่มีความซับซ้อนให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ผ่านการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบเป็นอย่างดี (รัฐธีร์ ปภัสสรย์โชติ และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ, 2558, น. 164)

อินโฟกราฟิก คือ การอธิบายข้อมูลหรือสารสนเทศที่มีความซับซ้อนให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายด้วยการนำเสนอข้อมูลหรือสารสนเทศนั้นเป็นรูปภาพหรือกราฟิกที่ผ่านการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบเป็นอย่างดี โดยการจัดวางองค์ประกอบของภาพนั้นจะคำนึงถึงประโยชน์ของตำแหน่งองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพซึ่งจะมีผลต่อการทำความเข้าใจข้อมูลหรือสารสนเทศชุดนั้น และคำนึงถึงความสวยงามหรือความน่าสนใจของการวางตำแหน่งองค์ประกอบต่าง ๆ (รัฐธีร์ ปภัสสรย์โชติ และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ, 2558, น. 165) สำหรับประเภทของอินโฟกราฟิก จิตพงศ์ ภูสมาศ (2560, น. 10-13) แบ่งประเภทอินโฟกราฟิกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) อินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง (Statistic infographic) ที่สรุปเนื้อหาลงในหนึ่งหน้าโดยการใช้ไอคอนรูปภาพและข้อความ 2) อินเตอร์แอคทีฟอินโฟกราฟิก (Interactive infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม เปลี่ยนการแสดงผลได้ตามที่ผู้ชมเลือก 3) โมชันอินโฟกราฟิก (Motion infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว อาจอยู่ในรูปแบบไฟล์วิดีโอหรือไฟล์เคลื่อนไหวอื่น ๆ มักถูกใช้ในการเล่าเรื่องหรืออธิบายกลไกต่าง ๆ ห้องสมุดเลือกใช้สื่อแบบภาพนิ่งในการพัฒนานครั้งนี้ ซึ่งเครื่องมือสร้างอินโฟกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง แบ่งได้เป็น 2 ประเภท (รัฐธีร์ ปภัสสรย์โชติ และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ, 2558, น. 183-184) โดยประเภทที่หนึ่งคือซอฟต์แวร์ที่ต้องติดตั้งลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ได้แก่ Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop และประเภทที่สอง คือ บริการบนเว็บ หมายถึงผู้ให้บริการเครื่องมือช่วยสร้างอินโฟกราฟิกบนเว็บไซต์ ซึ่งมีทั้งบริการที่เสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย ได้แก่ Piktochart, Canva, Easelly, Infogram, Venngage เป็นต้น สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาการศึกษาในครั้งนี้คือโปรแกรม Adobe Illustrator และ โปรแกรม Adobe Photoshop

คุณภาพของอินโฟกราฟิกจำเป็นต้องคำนึงถึงรากฐานของอินโฟกราฟิกซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน (Siricharoen & Siricharoen, 2015) คือ 1) องค์ประกอบภาพ ได้แก่ สี กราฟิก สัญลักษณ์ ไอคอน แผนที่ เป็นต้น 2) องค์ประกอบเนื้อหา ได้แก่ ข้อมูลสถิติ ข้อความ การอ้างอิง กรอบเวลา เป็นต้น และ 3) ความรู้ เป็นการสรุปเพื่อแสดงเรื่องราวหรือข้อความ ซึ่งสามารถนำมาจัดประเด็นการประเมินคุณภาพสื่อได้ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ด้านการออกแบบ เป็นการพิจารณาถึงความน่าสนใจของการออกแบบ การใช้สี ตัวอักษร การจัดวางตำแหน่งของ

ภาพและข้อความ 2) ด้านรูปภาพ เป็นการพิจารณาถึงความน่าสนใจ ความเหมาะสม รวมถึงภาษาและข้อความที่ใช้สื่อความหมายของภาพ 3) ด้านเนื้อหา เป็นการพิจารณาถึงความน่าสนใจ ความเหมาะสมของเนื้อหา รวมถึงการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

จากการวิเคราะห์เอกสารของ รัฐธีร์ ปภัสร์สุริยโชติ และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ (2558) เรื่อง อินโฟกราฟิกส์กับการประยุกต์ใช้ในห้องสมุด (Infographics, Applications in Libraries) พบว่า การใช้อินโฟกราฟิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการห้องสมุดมีใช้ 3 ด้านคือ 1) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด 2) นำเสนอทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจของห้องสมุด 3) การให้ความรู้เรื่องการใช้บริการสารสนเทศ

ในยุคที่คนส่วนใหญ่ในสังคมสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) การที่อินโฟกราฟิกส์สามารถเผยแพร่ทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างกว้างขวาง อินโฟกราฟิกส์จึงน่าจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่ดึงดูดใจและใช้ในการสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง มีสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ที่สามารถดึงดูดใจผู้ใช้ให้สามารถรับรู้การจัดการบริการของห้องสมุดได้โดยง่ายและนำมาสู่การใช้ประโยชน์ทรัพยากรสารสนเทศที่จัดหามา คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ห้องสมุดต่ออินโฟกราฟิกส์ที่พัฒนาขึ้น

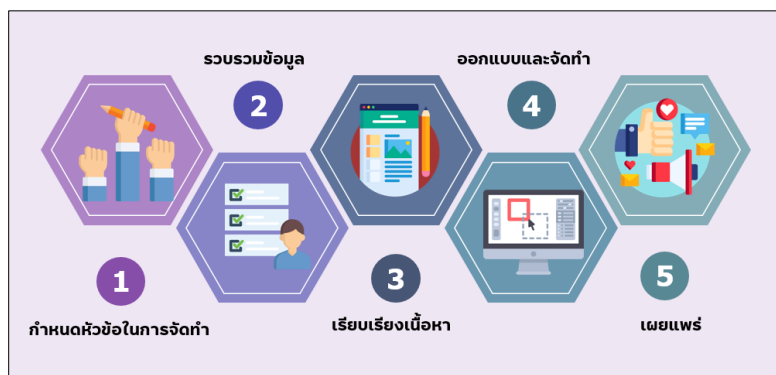
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาอินโฟกราฟิกส์ที่ใช้ในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุด
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิกส์ของห้องสมุด

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ขั้นตอนการพัฒนา

การพัฒนาครั้งนี้เป็นความร่วมมือกันระหว่างบรรณารักษ์และนักวิชาการอุดมศึกษาที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านเทคโนโลยีการศึกษา ทีมงานที่จัดทำมี 2 คน คือ 1) บรรณารักษ์ทำหน้าที่ กำหนดหัวข้อในการจัดทำ รวบรวมข้อมูล และเรียบเรียงเนื้อหา และ 2) ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านเทคโนโลยีการศึกษา ทำหน้าที่ออกแบบและจัดทำอินโฟกราฟิกส์ และสุดท้ายบรรณารักษ์นำอินโฟกราฟิกส์เผยแพร่ ขั้นตอนการพัฒนาอินโฟกราฟิกส์ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์

1) กำหนดหัวข้อในการจัดทำ

กำหนดหัวข้อโดยการนำปัญหาที่เกิดขึ้นจริงของผู้ใช้บริการมาเป็นหัวข้อในการจัดทำอินโฟกราฟิกเพื่อสร้างความรู้และเข้าใจในการรับบริการ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

2) รวบรวมข้อมูล

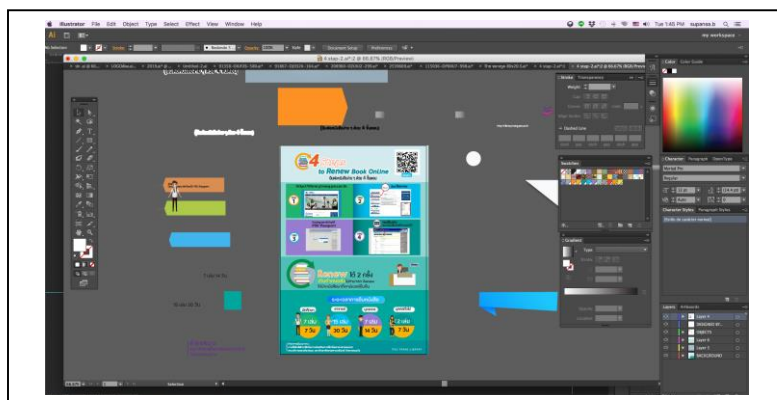
รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ได้กำหนดไว้ เพื่อง่ายต่อการดำเนินการออกแบบ ซึ่งข้อมูลต้องมีความทันสมัยและรอบด้าน โดยการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ในด้านเนื้อหา ตลอดจนข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงคัดข้อมูลที่ถูกต้องที่สุดออกมาใช้ในการออกแบบ

3) เรียบเรียงเนื้อหา

นำข้อมูลที่ได้มาจัดตามลำดับ มีการเลือกเนื้อหาที่เป็นประเด็นสำคัญ จัดแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ จัดวางเนื้อหา พิจารณาตัดคำให้มีความกระชับโดยเน้นการใช้คำสำคัญเพื่อให้อ่านเข้าใจง่าย

4) ออกแบบและจัดทำ

ออกแบบร่างของอินโฟกราฟิกจากนั้นนำ Draft มาเปลี่ยนให้เป็นอินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator จัดวาง Lay out จัดวางองค์ประกอบของรูปภาพ มีการเลือกใช้สีที่เหมาะสม การใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ที่สื่อความหมาย การใช้ข้อความที่มีความกระชับ การเลือกรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับข้อมูล



ภาพที่ 2 แสดงการจัดทำอินโฟกราฟิกด้วย Adobe Illustrator

ผลงานอินโฟกราฟิกที่จัดทำขึ้นทั้ง 10 เรื่อง จัดแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

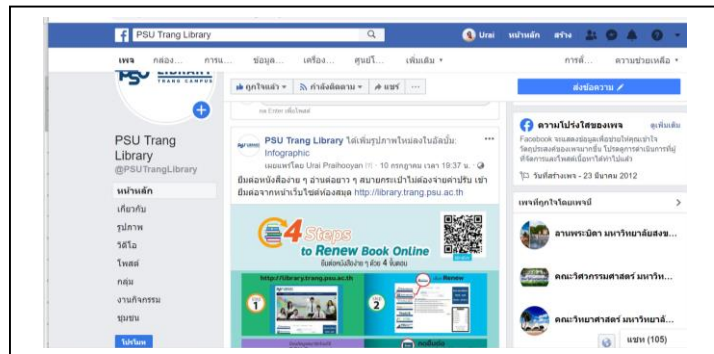
1. การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด



ภาพที่ 3 แสดงอินโฟกราฟิกด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด จำนวน 6 เรื่อง

5) เผยแพร่

นำอินโฟกราฟิกที่จัดทำเรียบร้อยแล้วเผยแพร่ทางสื่อ Social media ทางเพจ Facebook ของห้องสมุด เพจ Facebook ของมหาวิทยาลัย มีการแสดงคำโปรยที่ภาพเพื่อให้เกิดความน่าสนใจกระตุ้นการเข้าชม นอกจากนี้ยังได้นำอินโฟกราฟิกเผยแพร่ในตามจุดบริการในห้องสมุด ตัวอย่างคำโปรย เช่น “ยืมหนังสือง่าย ๆ อ่านต่อยาว ๆ สบายกระเป๋าไม่ต้องจ่ายค่าปรับ เข้าชมได้จากหน้าเว็บไซต์ห้องสมุด <http://library.trang.psu.ac.th>”



ภาพที่ 6 เพจเฟซบุ๊กห้องสมุดที่เผยแพร่อินโฟกราฟิก

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิกของห้องสมุดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีการเลือกตามความสะดวก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554, น. 18-19) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 42 คน ซึ่ง Gosset (1908 as cited in Zabell, 2008) ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมว่าต้องไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง เพื่อให้ค่าเฉลี่ยของตัวอย่างมีการกระจายแบบปกติ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 อินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิกที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จำนวน 10 เรื่อง จัดแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด 2) นำเสนอทรัพยากรที่น่าสนใจของห้องสมุด และ 3) การให้ความรู้เรื่องการรู้สารสนเทศ

3.2 แบบสอบถาม

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

- 1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของอินโฟกราฟิก
- 2) สร้างแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้
 - คะแนน 5 ระดับความคิดเห็นคือ มากที่สุด
 - คะแนน 4 ระดับความคิดเห็นคือ มาก
 - คะแนน 3 ระดับความคิดเห็นคือ ปานกลาง
 - คะแนน 2 ระดับความคิดเห็นคือ น้อย
 - คะแนน 1 ระดับความคิดเห็นคือ น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

- คะแนน 4.51 - 5.00 ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
- คะแนน 3.51 - 4.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก
- คะแนน 2.51 - 3.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
- คะแนน 1.51 - 2.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย
- คะแนน 1.00 - 1.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3) ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบสื่อกราฟิก โดยใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยการหาค่าตรงกันความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) จากนั้นนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ และสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมอินโฟกราฟิก ซึ่งห้องสมุดเผยแพร่อินโฟกราฟิกที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด และทางเพจของห้องสมุด ตอบแบบสอบถามออนไลน์ Google Forms ระหว่างวันที่ 1 เมษายน - 31 พฤษภาคม 2562 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

ผลการดำเนินการ อภิปรายผล

ผลการดำเนินการจัดทำอินโฟกราฟิกสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุด

ผลงานอินโฟกราฟิกที่จัดทำขึ้นมีทั้งหมด 10 เรื่อง จัดแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ

- 1) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดห้องสมุด จำนวน 6 เรื่อง ดังนี้ 1) Counter Service จุดบริการยืมคืนหนังสือของห้องสมุด มีบริการอะไรบ้าง 2) สิทธิการยืมทรัพยากร ห้องสมุด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง 3) เทคนิคการอ่านของผู้ประสบความสำเร็จ Bill Gates และ 4) ทำไมนักศึกษา ม.อ.ตรัง ต้องอ่านหนังสือมากขึ้น 5) กิจกรรมนักอ่าน 5 ดาว 6) PSU Trang Library Sound Zones
- 2) นำเสนอทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจของห้องสมุด จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้ 1) 7 ขั้นตอนการยืมระหว่างห้องสมุดผ่านระบบ Catalog Sharing ของ PULINET และ 2) 3 ขั้นตอนง่ายๆ อ่านบทความวารสารไทย กับฐาน THAIJO
- 3) การให้ความรู้เรื่องการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้ 1) 4 Step to Renew Book Online และ 2) การอ่านของนักศึกษายุคใหม่ในยุคดิจิทัล

2. การประเมินผลโดยการวัดจากความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิก

จากตาราง 1 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิกของห้องสมุด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง มีความพึงพอใจด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 4.55 หรือร้อยละ 91 มีความพึงพอใจด้านรูปภาพอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 4.55 หรือร้อยละ 91 มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 4.52 หรือร้อยละ 91 มีความพึงพอใจในการนำอินโฟกราฟิกมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับห้องสมุดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 4.62 หรือร้อยละ 93

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ชมสื่ออินโฟกราฟิกของห้องสมุด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ร้อยละ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านการออกแบบ								
1.1 การออกแบบสื่อมีความน่าสนใจ	28	11	3	0	0	4.60	มากที่สุด	92
1.2 การใช้สีและตัวอักษรมีความเหมาะสม	25	15	2	0	0	4.55	มากที่สุด	91
1.3 การจัดวางตำแหน่งของรูปภาพและข้อความง่ายต่อความเข้าใจ	25	13	3	0	0	4.50	มาก	90
รวม						4.55	มากที่สุด	91
2. ด้านการรูปภาพ								
2.1 ความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ	26	12	4	0	0	4.52	มากที่สุด	91
2.2 ความเหมาะสมของภาพที่ใช้ประกอบ	25	14	3	0	0	4.52	มากที่สุด	91
2.3 ภาษาและข้อความที่ใช้สื่อความหมาย	27	11	3	0	0	4.60	มากที่สุด	92
รวม						4.55	มากที่สุด	91
3. ด้านเนื้อหา								
3.1 เนื้อหามีความน่าสนใจ	25	13	4	0	0	4.50	มาก	90
3.2 การจัดเรียงลำดับเนื้อหา	23	17	2	0	0	4.50	มาก	90
3.3 ความเหมาะสมของภาพกับเนื้อหาที่น่าสนใจ	26	13	3	0	0	4.55	มากที่สุด	91
3.4 การนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์	26	12	4	0	0	4.52	มากที่สุด	91
รวม						4.52	มากที่สุด	91
4. ด้านการนำอินโฟกราฟิกมาใช้ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับห้องสมุด								
ท่านมีความพอใจในการนำอินโฟกราฟิกมาใช้ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับห้องสมุด	28	12	2	0	0	4.62	มากที่สุด	93
รวม						4.62	มากที่สุด	93

อภิปรายผล

การใช้สื่ออินโฟกราฟิกเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ นับได้ว่าเป็นสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับที่ Mi และ Nesta (2006, p. 415) ระบุว่าเหตุผลของการไม่ใช้บริการห้องสมุดเกิดจากห้องสมุดขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่สร้างความดึงดูดใจต่อผู้รุ่นใหม่ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของห้องสมุดที่อยู่ในวัย Gen Z จะมีพฤติกรรมเสพเนื้อหาที่เร่งรีบหรือมีเวลาจำกัด การชมอินโฟกราฟิกสามารถกวาดสายตาอ่านและทำความเข้าใจได้ภายในระยะเวลาที่ไม่นาน ดังนั้นการออกแบบอินโฟกราฟิกให้สวยงาม มีสีสันที่โดดเด่น และนำเสนอเรื่องราวให้ดึงดูดใจ จะเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจตั้งแต่แรกเห็น เกิดความรู้สึกอยากอ่าน และมีโอกาสที่จะแชร์ต่ออย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ และการนำไปใช้ประโยชน์

ข้อเสนอแนะ

- 1) การกำหนดประเด็นหรือหัวข้อในการจัดทำอินโฟกราฟิกควรมีการจัดทำแบบสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อจะได้พัฒนาหัวข้อที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 2) หัวข้อที่จัดทำอินโฟกราฟิก ควรจัดทำในประเด็นที่อยู่ในความสนใจในวงกว้างด้วย ไม่เฉพาะเจาะจงกับที่เกี่ยวกับห้องสมุดที่สังกัดเท่านั้น ควรมีหัวข้อที่ใช้ได้กับหลายห้องสมุดและเป็นเรื่องที่มีประโยชน์กับคนทั่วไป จะทำให้สื่ออินโฟกราฟิกมีพลังดึงดูดและได้รับการแชร์แบ่งปันอย่างกว้างขวาง
- 3) ควรพัฒนาอินโฟกราฟิกในรูปแบบ Motion Infographic เพื่อสร้างความดึงดูดใจจากภาพเคลื่อนไหวโดยเผยแพร่สลับกับอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง
- 4) บรรณารักษ์สามารถจัดทำอินโฟกราฟิกได้ด้วยตนเองโดยใช้เครื่องมือออนไลน์ เช่น Canva ซึ่งจะทำให้บรรณารักษ์สามารถจัดทำสื่อต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น สามารถจัดเรียงเนื้อหาได้เอง โดยไม่ต้องทำงานร่วมกับนักเทคโนโลยีการศึกษา

การนำไปใช้ประโยชน์

ประโยชน์ต่อห้องสมุด

- 1) ห้องสมุดสามารถใช้อินโฟกราฟิกในการรายงานทางสถิติต่าง ๆ ของห้องสมุด
- 2) ห้องสมุดสามารถใช้สื่ออินโฟกราฟิกเผยแพร่หลากหลายช่องทาง ทั้งที่เป็น Social media เว็บไซต์ รวมทั้งใช้อินโฟกราฟิกในการจัดทำป้ายติดตามจุดบริการต่าง ๆ ของห้องสมุด

ประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ

- 1) ผู้ใช้บริการได้รับข่าวสารในช่องทางที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย
- 2) ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจข่าวสารของห้องสมุดได้ง่ายขึ้นในเวลาที่ยรวดเร็วและจำกัด

รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จตุพงษ์ ภูสุมาส. (2560). *Principles infographic* เปลี่ยนข้อมูลเข้าใจยากให้เป็นภาพที่ทรงพลัง. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ชากราดะ, จุน. (2558). *Basic infographic*. นนทบุรี : ไอดีซี.
- รัฐธีร์ ปภัสสรย์โชติ, และปรีดี ปลื้มสำราญกิจ. (2558). อินโฟกราฟิกส์กับการประยุกต์ใช้ในห้องสมุด. *สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 21(4). สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/psujssh/article/view/63973>
- Mi, J., & Nesta, F. (2006). Marketing library services to the net generation. *Library Management*, 27(6/7), 411–422. <https://doi.org/10.1108/01435120610702404>
- Siricharoen, W., & Siricharoen, N. (2015, May 12). *How infographic should be evaluated?* <https://doi.org/10.15849/icit.2015.0100>
- Zabell, S. L. (2008). On Student's 1908 article "the probable error of a mean." *Journal of the American Statistical Association*, 103(481), 1–7. <https://doi.org/10.1198/016214508000000030>