

การพัฒนาห้องสมุดให้เป็นแหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่  
The Development of Library as a Modern Information Resource  
of Learning

วรพจน์ พรหมจักร\* ฉัตรกมล อนนตะชัย

ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด e-mail: worapojpromjuk@gmail.com\*

---

**บทคัดย่อ**

ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ได้พัฒนาให้เป็นแหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ ทำให้ห้องสมุดมีภาพลักษณ์ที่ดี มีบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการศึกษาค้นคว้า เข้ากับยุคสมัย โดยดำเนินการจัดโครงการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุดขึ้น ผลการดำเนินกิจกรรมพบว่าจากการวัดระดับความพึงพอใจในการจัดโครงการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 467 คน คิดเป็นร้อยละ 93.4 ผลการศึกษาพบว่ามึ่ระดับความพึงพอใจแบ่งเป็นรายด้าน ผลการประเมินทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา ได้คะแนนเฉลี่ย 4.89 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการกำหนดสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้องสมุด ได้คะแนนเฉลี่ย 4.74 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการสร้างบรรยากาศปรับภูมิทัศน์ได้คะแนนเฉลี่ย 4.61 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการจัดมุมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรม และโครงการเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด ได้คะแนนเฉลี่ย 4.49 ระดับความพึงพอใจดี และด้านการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ได้คะแนนเฉลี่ย 4.54 ระดับความพึงพอใจดีมาก เฉลี่ยรวม 4.68 ระดับความพึงพอใจดีมาก จากผลการศึกษาและจัดทำโครงการในครั้งนี้ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี เกิดบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการศึกษาค้นคว้า และเกิดช่องทางเพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์วิทยบริการที่เพิ่มมากขึ้น และทางศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จะดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็น “แหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่” อย่างสมบูรณ์แบบต่อไป

**คำสำคัญ:** การพัฒนาห้องสมุด, ภาพลักษณ์ห้องสมุด, การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด,  
บรรยากาศห้องสมุด, ศูนย์วิทยบริการ มรอ.ร้อยเอ็ด, ห้องสมุด มรอ.ร้อยเอ็ด

## Abstract

Roi Et Rajabhat University academic resources center is developed as a modern information resource of learning in order to be a good, wonderful, and modern library. The development of image library project has been held to support this. The questionnaire is methodology used in the project, including 500 sample sizes. 467 participants of 500, 93.4 percent, reply the questionnaire. Overall results of the project show that participants reveal their satisfactions towards this project in 5 aspects : the strategy of development, symbols representing the library, the landscape creation, the management of corner of reading, activity, and project, and adding of communication channel.

The strategy of development aspect presents 4.89 percent satisfaction. Symbols representing the library aspect shows 4.74 percent satisfaction. The landscape creation aspect expresses 4.61 percent satisfaction. The management of corner of reading, activity, and project aspect reveals 4.49 percent satisfaction. Adding of communication channel aspect displays 4.54 percent satisfaction. The total satisfaction in 5 aspects is 4.68 percent.

From the project above, Roi Et Rajabhat University library will have been improved continuously to be “a completely modern information resource of learning.” by next time.

**Keyword: Development of Library, Library, Library Brand, Public Relations, RERU Academic Resources Center, RERU Library.**

## บทนำ

ห้องสมุด เป็นแหล่งสารสนเทศที่ผู้ใช้บริการใช้สืบค้นสารสนเทศกันมายาวนาน ตั้งแต่ยุคสมัยที่ยังไม่มีเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการสืบค้น หรือการบริหารงานห้องสมุด จนถึงปัจจุบันมีเทคโนโลยีทันสมัยมากมายเข้ามาช่วยการบริหารงานห้องสมุดให้ดำเนินการได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น แต่เมื่อก้าวถึงห้องสมุด ผู้คนส่วนใหญ่ ยังนึกถึง แหล่งสารสนเทศที่รวบรวมทรัพยากรเก่าแก่ล้ำสมัย มีบรรยากาศที่เงียบสงบ และมีบรรณารักษ์ผู้ให้บริการที่ให้บริการด้วย

ลักษณะเครื่องขีมิ ไม่เป็นมิตร ภาพลักษณ์เหล่านี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการให้บริการของห้องสมุด ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันมีการแข่งขันการให้บริการสารสนเทศมากมายหลายช่องทาง เช่น ผ่านแหล่งสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต เช่น Online Database, Search Engine เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการในยุคสังคมสารสนเทศนิยมใช้บริการ แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ตมากกว่าการเข้าใช้บริการห้องสมุด ห้องสมุดในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ การให้บริการที่ตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้บริการในยุคสังคมสารสนเทศ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อม ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเทคโนโลยีที่ให้บริการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีความสนใจเข้าใช้บริการของห้องสมุดมากขึ้น

การสร้างภาพลักษณ์ (Brand) ขององค์กร มีมานานมากแล้ว แต่ในยุคสังคมสารสนเทศ อาจจะต้องมีการ ทบทวนความหมายลักษณะและแนวปฏิบัติของแบรนด์กันมากกว่าเดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวเนื่องจากพฤติกรรมผู้ใช้บริการหรือลูกค้า การเปลี่ยนแปลงจากช่องทางการสื่อสาร ภายใต้ नियามแบรนด์ (Brand) ที่เหมือนเดิม คือ “เครื่องหมายที่แสดงความเป็นเจ้าของ หรือสื่อที่ช่วยให้ทุกคนรู้ว่า “คุณคือใคร” และ “คุณนำเสนออะไร” และสามารถนำเสนอออกมาในรูปของ ชื่อ คำเฉพาะ รูปแบบ หรือ สัญลักษณ์” ห้องสมุดก็นับเป็น องค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่มีหน้าที่บริการด้านทรัพยากรสารสนเทศแก่ลูกค้า หรือผู้ใช้ห้องสมุด ดังนั้นห้องสมุดจึงต้อง เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์เช่นเดียวกัน หรือที่เรียกว่า แบรนด์ห้องสมุด (Library Brand) (บุญเลิศ อรุณพิบูลย์, 2556)

จากแนวคิดการสร้างแบรนด์ห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จะทำการพัฒนา ภาพลักษณ์ใหม่ให้กับศูนย์วิทยบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยบริการให้มีความทันสมัย และกระตุ้นคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

### วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยบริการใหม่ ให้เหมาะกับยุคสมัย

### ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

- 1) สำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยใช้แบบสำรวจความต้องการการพัฒนาห้องสมุด
- 2) ประชุมวางแผนโครงการการพัฒนาห้องสมุด และประสานงานผู้เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมการจัดโครงการ
- 3) จัดทำโครงการและขออนุมัติดำเนินโครงการ โดยเสนอข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความต้องการ ของผู้ใช้บริการต่อผู้บริหารสำนักวิทยบริการประกอบการตัดสินใจ
- 4) กำหนดปฏิทินการจัดโครงการ
- 5) ดำเนินโครงการ

5.1) กำหนดแนวทางในการพัฒนา โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้เป็น **“แหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ ยุคใหม่”** และเป็นแหล่งสารสนเทศที่สนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาและบุคลากรที่เป็นผู้ใช้บริการหลักของห้องสมุด และให้สอดคล้องกับสภาพ

สังคมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน รวมทั้งออกแบบสัญลักษณ์ (logo) และกำหนดสีประจำห้องสมุด ได้แก่สีส้ม ซึ่งเป็นสีที่สื่อถึงพลังของคนรุ่นใหม่ที่รักการอ่านและการเรียนรู้



ภาพที่ 1 แสดงภาพสัญลักษณ์ (Logo) ประจำศูนย์วิทยบริการ

5.2 สร้างบรรยากาศ ปรับภูมิทัศน์ มีการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และใช้นักศึกษาที่เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย มาเป็นแบบในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและสร้างบรรยากาศการเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับคนรุ่นใหม่



ภาพที่ 2 แสดงภาพตัวอย่างการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีรูปแบบทันสมัย

5.3 จัดมุมส่งเสริมการอ่าน นิทรรศการ กิจกรรม และโครงการเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด ยกตัวอย่างเช่น นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ มุมแนะนำหนังสือใหม่ มุมอาเซียน มุมคุณธรรม โครงการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ โครงการอบรมการใช้งานระบบห้องสมุดอัตโนมัติ เป็นต้น

5.4 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ โดยใช้สื่อ social network ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ Facebook/twitter/Instagram/YouTube

#### 6) ประเมินผล

โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการพรรณนา

### ผลการศึกษาและอภิปรายผล

จากการวัดระดับความพึงพอใจในการจัดโครงการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 467 คน คิดเป็นร้อยละ 93.4 ผลการศึกษาพบว่า มีระดับความพึงพอใจแบ่งเป็นรายด้าน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจในการจัดโครงการพัฒนาภาพลักษณ์ห้องสมุด

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>1. การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา</b>			
1) ปรัชญา : สารสนเทศทรงคุณค่า ครีธาในบริการ สืบสานการพัฒนาสหวิทยาและเทคโนโลยีการสืบค้น	4.85	0.39	ดีมาก
2) วิสัยทัศน์ : การเป็นแหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่	4.98	0.13	ดีมาก
3) พันธกิจ 3.1) ส่งเสริมการเรียนการสอน การค้นคว้า การวิจัยด้วยทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย 3.2) พัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ พร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3.3) สร้างบรรยากาศให้อื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3.4) สนับสนุนและบริการทางวิชาการแก่ชุมชนท้องถิ่น	4.83	0.44	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.89	0.35	ดีมาก
<b>2. การกำหนดสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้องสมุด</b>			
1) สัญลักษณ์ สวยงาม ให้ความรู้สึกที่ดี	4.87	0.42	ดีมาก
2) สัญลักษณ์ จดจำได้ง่าย	4.86	0.40	ดีมาก
3) สัญลักษณ์ สื่อความหมายที่เข้าใจง่ายและเหมาะสม	4.92	0.33	ดีมาก
4) การประชาสัมพันธ์การใช้สัญลักษณ์ อย่างแพร่หลาย	4.44	0.61	ดี
5) สีที่เลือกใช้ (สีส้ม) เหมาะสม	4.62	0.52	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.74	0.50	ดีมาก
<b>3. การสร้างบรรยากาศ ปรับภูมิทัศน์</b>			
1) การปรับแต่งพื้นที่ให้มีประโยชน์ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ	4.57	0.49	ดีมาก
2) ความร่มรื่นสวยงามและมีเอกลักษณ์	4.66	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.61	0.54	ดีมาก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>4. การจัดมุมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรม และโครงการเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด</b>			
1) การจัดอบรมการใช้งานห้องสมุดอย่างต่อเนื่องเหมาะสม	4.40	0.59	ดี
2) การจัดมุมส่งเสริมการอ่านสวยงาม เหมาะสม	4.52	0.52	ดีมาก
3) โครงการ/กิจกรรมเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด มีความเหมาะสม	4.55	0.59	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.49	1.70	ดี
<b>5. การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์</b>			
1) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของห้องสมุด	4.45	0.54	ดี
2) การประชาสัมพันธ์ผ่าน social network ได้แก่ Facebook/twitter/Instagram/YouTube	4.63	0.52	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.54	0.54	ดีมาก
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	4.68	0.52	ดีมาก

ผลการประเมินทั้ง 5 ด้าน ได้ระดับความพึงพอใจแบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา ได้คะแนนเฉลี่ย 4.89 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการกำหนดสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้องสมุด ได้คะแนนเฉลี่ย 4.74 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการสร้างบรรยากาศ ปรับภูมิทัศน์ ได้คะแนนเฉลี่ย 4.61 ระดับความพึงพอใจดีมาก ด้านการจัดมุมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรม และโครงการเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด ได้คะแนนเฉลี่ย 4.49 ระดับความพึงพอใจมาก และด้านการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ได้คะแนนเฉลี่ย 4.54 ระดับความพึงพอใจดีมาก เฉลี่ยรวม 4.68 ระดับความพึงพอใจดีมาก

#### ข้อเสนอแนะ

- 1) การที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับห้องสมุด จะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น จัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ที่ให้ผู้ใช้อย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกคุ้นเคย และเกิดความรู้สึกที่ดีกับการเข้ามาใช้งานห้องสมุด
- 2) การพัฒนาห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคสังคมสารสนเทศ นอกจากการพัฒนาภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการแล้วควรจะต้องมีการพัฒนาในส่วนของรูปแบบการให้บริการ เช่น เทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่ให้บริการไปพร้อมกันด้วย ขึ้นตอน

การให้บริการ รวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ให้มีลักษณะที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ คือสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสบายใจที่จะใช้บริการ

### การนำไปใช้ประโยชน์

1) การพัฒนาภาพลักษณ์ ตราสัญลักษณ์และสี ของศูนย์วิทยบริการ รวมไปถึงการเชิญชวนหนุ่มสาวยุคใหม่ (Gen Y) มาเป็นตัวแทน เพื่อดึงดูด และเกิดการจดจำ ทำให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทำ และจดจำเราได้มากขึ้น

2) การพัฒนาด้านกายภาพของศูนย์วิทยบริการ โดยการเพิ่มบรรยากาศของต้นไม้ ดอกไม้ สี สัน ป้ายประกาศ ป้ายประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยน และพัฒนามุมส่งเสริมการอ่าน ให้เข้ากับยุคสมัย ทำให้บรรยากาศของศูนย์วิทยบริการเหมาะที่จะเป็นแหล่งสารสนเทศแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่

3) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารประจำศูนย์วิทยบริการ โครงการ หรือกิจกรรมส่งเสริมการอ่านต่างๆ เช่น โครงการหนังสือเล่าเรื่อง มุมอาเซียน มุมวารสาร กิจกรรมยอดนักอ่าน เป็นต้น ได้ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ หรือ Facebook ทำให้มีความเคลื่อนไหวของข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ผลักดันให้เกิดแรงกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการในยุค Gen Y มีความต้องการใช้บริการศูนย์วิทยบริการ เพิ่มมากขึ้น

### รายการอ้างอิง

- ชัยพร วิเศษมงคล. (ม.ป.ป.). *Branding กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน*. ค้นข้อมูล 18 พฤศจิกายน 2557, จาก ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า เว็บไซต์ <http://utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/article.htm>
- ทรงพันธ์ เจริญประสงค์. (ม.ป.ป.). *การให้บริการห้องสมุดสมัยใหม่ : แนวโน้มในปัจจุบันและความท้าทายในอนาคต*. ค้นข้อมูล 20 ตุลาคม 2557, จาก สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เว็บไซต์ <http://main.library.tu.ac.th/conference2014/pdf/modern-ppt.pdf>
- บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2556). *นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการสร้าง Branding ของห้องสมุด*. ค้นข้อมูล 22 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.stks.or.th/th/knowledge-bank/28-library-science/3623-library-branding.html>
- รายงานสรุปผลการจัดโครงการพัฒนาภาพลักษณ์ศูนย์วิทยบริการ (Library Branding) ครั้งที่ 1. (2557). ร้อยเอ็ด : ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- วิศปัติย์ ชัยช่วย. (2553, มกราคม – เมษายน). การสร้างแบรนด์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 28(1), 51 – 60.