

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Users's Opinions on the Image of The Center for Library Resources
and Educational Media Suranaree University of Technology

คณินนิตย์ ทิพย์แก้ว* ธัญกานต์ ลินปฐ พุทธชาติ เรืองศิริ
ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
e-mail: nit@sut.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของผู้ใช้บริการทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศด้านการบริการห้องสมุด ด้านบริการสื่อการศึกษา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสื่อสาร ด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ ด้านเทคโนโลยี และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม และลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด จากประชาคมชาวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีที่เคยเข้ามาใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปและเข้ามาใช้บริการขณะทำการวิจัย ประกอบด้วย นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในภาพรวมทั้งหมด 9 ด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.41, SD = 0.71) เมื่อจำแนกภาพรวมแต่ละด้านพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, SD = 0.65) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ ($\bar{X}$ = 4.53, SD = 0.67) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก และด้านการบริการห้องสมุด ($\bar{X}$ = 4.45, SD = 0.69) มีภาพลักษณ์ระดับดี ตามลำดับ

ส่วนจำแนกตามประเด็นพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ออกแบบและตกแต่งอาคารทันสมัย สวยงาม และสะอาดมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68, SD = 0.57) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก รองลงมา ได้แก่ ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่ทันสมัย ($\bar{X}$ = 4.59, SD = 0.61) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก และประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภท ($\bar{X}$ = 4.59, SD = 0.62) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก

ความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นพบว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำ ชื่อเต็มเว็บไซต์ สัญลักษณ์หรือโลโก้ คำขวัญหรือสโลแกน สีของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ได้

ถูกต้อง และสถานที่เป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่สุด ส่วนทรัพยากรสารสนเทศ เป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการในปัจจุบันและอนาคต “ทรัพยากรสารสนเทศ” จึงถือว่าเป็นแก่นแท้ของแบรนด์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา เมื่อนำผลวิจัยตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์และตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นมาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่า บุคลิกภาพศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา คือ “องค์การต้นรู้”

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์องค์การ ความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

The purpose of this research project was to investigate users's opinions on the image of the Center for Library Resources and Educational Media (CLREM), Suranaree University of Technology in nine areas: information resources, library services, educational services, personnel, building, communication, tool or technological equipment and corporate social responsibility. The study on the outstanding characteristics of the CLREM was also conducted. By questionnaires 385 sets from subjects were undergraduate students, graduate students, faculty and staff of Suranaree University of Technology. They were sampled from users at list five times or more and during the research period.

The research result on the 9 area images revealed that the users from all groups had an opinion on the images in the good level ($\bar{X}$ = 4.41, SD = 0.71) However, if each area was separately considered, the area that the users liked were technology ($\bar{X}$ = 4.56, SD = 0.65), venue ($\bar{X}$ = 4.53, SD = 0.67), and service ($\bar{X}$ = 4.45, SD = 0.69) respectively.

The users also liked the CLREM as a learning center with a modern, beautiful, and clean design ($\bar{X}$ = 4.68, SD = 0.57), as a learning center with a modern automated system ($\bar{X}$ = 4.59, SD = 0.61), and as a center with various information resources ($\bar{X}$ = 4.59, SD = 0.62) respectively.

In the aspect of outstanding characteristics, the subjects were able to remember the full name, website, symbol or logo, slogan and color of the CLREM correctly. The building of the CLREM was the most prominent characteristics. Moreover, the information resources of the CLREM, another outstanding characteristic of the CLREM, played a major role in attracting the present and future users to come and use the CLREM. Therefore, "Information Resources" is a "Brand Essence" of the

CLREM. Considered from the results of the study, it could summarized that the personality of the CLREM is an “Awakening Organization”.

Keywords : Organizational image, Brand loyalty

บทนำ

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นมาพร้อมกับทุกสรรพสิ่งและอยู่รอบตัวเราแสดงออกมาในรูปการดำเนินชีวิตอุปนิสัย รสนิยม ภาพลักษณ์เป็นส่วนสำคัญในการทำให้บุคคลองค์กร สินค้าหรือบริการต่างๆ ประสบความสำเร็จ มีคุณค่า ต่อทุกสรรพสิ่งที่เกี่ยวข้องเป็นพลังแห่งความคิดของกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและทัศนคติในด้านใด ด้านหนึ่งต่อเรื่องราวต่างๆที่อาจจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ได้(พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548) ซึ่งหากองค์กรมี ภาพลักษณ์ด้านลบจะนำมาซึ่งอุปสรรคในการปฏิบัติงาน และทำให้เกิดการล่มสลายไปในที่สุด แต่ถ้ามีภาพลักษณ์ ด้านบวกปรากฏเด่นชัด สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันย่อมเป็นการเพิ่มคุณค่าอันโดดเด่น และสร้างความแตกต่าง ให้กับบริการของตนทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือในบริการอยากเข้าใช้บริการมากขึ้นรวมทั้งทำให้บุคลากรมีความ ภูมิใจตั้งใจทำงานส่งผลให้มีการบริการที่ดีมีคุณภาพแก่ผู้ใช้บริการ(มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553)

ปัจจุบันห้องสมุดเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงหลายประการ เช่นจำนวนผู้ใช้บริการลดลงและพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไป อาจสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้ผู้ใช้บริการ สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้ทุกโอกาสและสถานที่ไม่จำเป็นต้องไปค้นหาทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุด เหมือนในอดีตหรืออาจมีเหตุผลอื่นๆที่ห้องสมุดยังไม่ทราบแน่ชัด ดังนั้นห้องสมุดจึงจำเป็นต้องปรับปรุงและรับมือกับ สถานการณ์ดังกล่าวโดยนำแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาสร้างการรับรู้และความรู้สึกความผูกพันแก่ผู้ใช้บริการ เช่น การสำรวจหรือศึกษาความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ห้องสมุดในปัจจุบันว่ามีภาพลักษณ์ด้านใดสามารถเชื่อมโยง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการให้เกิดความไว้วางใจหรือประทับใจ ดังชุดให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นในทางตรงข้ามหากมี ภาพลักษณ์ด้านใดที่ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อถือ ศรัทธา และการไว้วางใจจึงไม่มาเข้าใช้บริการ

ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นหน่วยงานงานบริการที่เน้น ผู้ใช้บริการเป็นสำคัญการประเมินผลความพึงพอใจด้านบริการอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับดี น่าชื่นชม (รายงานการ ประเมินตนเอง ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา, 2554) การมีบริการที่ดีมีคุณภาพซึ่งเป็นการตอบสนองทาง กายภาพอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต้องมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นผนวกกับความรู้สึจึงจะรับมือกับสภาพการณ์ ปัจจุบันได้อีกทั้งศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษายังไม่เคยทบทวน ตรวจสอบวิเคราะห์ว่ามีสิ่งใดเป็นลักษณะเฉพาะที่ โดดเด่นสามารถสร้างความรู้สึสร้างความแตกต่าง สร้างคุณค่าทางจิตใจ และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความ ภักดีต่อศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา

จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของศูนย์บรรณสารและ สื่อการศึกษาจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการทั้งหมด9 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านการบริการห้องสมุด ด้านบริการสื่อการศึกษา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการสื่อสาร ด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ ด้านเทคโนโลยี และ ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสาร และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เพื่อนำผลการวิจัยไปส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งได้ ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ไปวิเคราะห์ร่วมกับ SWOT Analysis และจุดเด่น จากสรุปผลการประเมินรายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในศูนย์บรรณ สารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2555 เพื่อสร้างแบรนด์ศูนย์บรรณสารและ สื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ขั้นตอน และวิธีการดำเนินการ

ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีที่เคยเข้ามาใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปและเข้ามาใช้บริการขณะทำการวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 385 คนแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อภาพลักษณ์และลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย
5	ดีมาก	4.50-5.00
4	ดี	3.50-4.49
3	ปานกลาง	2.50-3.49
2	ไม่ดี	1.50-2.49
1	ไม่ดีเลย	1.00-1.49

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์และความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS เป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อภาพลักษณ์และลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี วิเคราะห์ข้อมูลโดยสรุปประเด็นเนื้อหา แยกประเด็นเป็นหมวดหมู่นำเสนอเป็นความเรียง

ผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า เพศหญิงตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 184 คน (ร้อยละ 55.40) และเป็นเพศชาย จำนวน 148 คน (ร้อยละ 44.60)อายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อายุต่ำกว่า 25 ปี ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 249 คน (ร้อยละ 74.60) รองลงมา ได้แก่ อายุ 26-30 ปี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 9.60) และอายุ 41-50 ปี จำนวน 24 คน (ร้อยละ 7.20) ตามลำดับ

ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 229 คน (ร้อยละ 68.60) รองลงมา ได้แก่ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาจำนวน 58 คน (ร้อยละ 17.40) และบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพ จำนวน 32 คน (ร้อยละ 9.60) ตามลำดับ

สำนักวิชาและหน่วยงานอื่นพบว่า สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 171 คน (ร้อยละ 51.70) รองลงมา ได้แก่ สำนักวิชาแพทยศาสตร์ จำนวน 43 คน (ร้อยละ 13.00) และสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร จำนวน 41 คน (ร้อยละ 12.40) ตามลำดับ

ตอนที่ 2ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาในภาพรวมทั้งหมด 9 ด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.41, SD = 0.71$) เมื่อจำแนกภาพรวมแต่ละด้านพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56, SD = 0.65$) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 4.53, SD = 0.67$) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก และด้านการบริการห้องสมุด ($\bar{x} = 4.45, SD = 0.69$) มีภาพลักษณ์ระดับดี ตามลำดับ

ส่วนจำแนกตามประเด็นพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ออกแบบและตกแต่งอาคารทันสมัย สวยงาม และสะอาดมากที่สุด ($\bar{x} = 4.68, SD = 0.57$) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก รองลงมา ได้แก่ ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่ทันสมัย ($\bar{x} = 4.59, SD = 0.61$) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก และประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภท ($\bar{x} = 4.59, SD = 0.62$) มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3ความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีพบว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำ ชื่อเต็ม เว็บไซต์ สัญลักษณ์หรือโลโก้ คำขวัญหรือสโลแกน สีของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ได้ถูกต้องส่วนประโยชน์ และเหตุผลที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาในปัจจุบันและในอนาคต คือ ทรัพยากรสารสนเทศ

อภิปราย

เมื่อจำแนกภาพรวมแต่ละด้านพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีมากที่สุด มีภาพลักษณ์ระดับดีมาก อาจสืบเนื่องมาจากศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาให้ความสำคัญและกำหนดยุทธศาสตร์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยคือ เน้นทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

รองลงมาภาพลักษณ์ด้านสถานที่ภาพรวม มีภาพลักษณ์ระดับดีมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงเยาว์ สุคำภา (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีพบว่า ปัจจัยด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีภาพลักษณ์ระดับดีมาก

ภาพลักษณ์ด้านการบริการห้องสมุดภาพรวม มีภาพลักษณ์ระดับดีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉันทาร สดาศ์พุฒิ (2550) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลหนองบัวระเหวตามการรับรู้ของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และประชาชน และช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมต่อการสร้างรับรู้ภาพลักษณ์พบว่า การให้บริการมีบริการที่ดี มีระบบมาตรฐาน ดูแลรักษาความรวดเร็วและต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาจสืบเนื่องมาจากศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และให้บริการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย รวมทั้งเน้นผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

เมื่อจำแนกตามประเด็นพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ออกแบบและตกแต่งอาคารทันสมัย สวยงาม และสะอาดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล กิจไพศาลรัตน์ (2552) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของห้องสมุดยุคใหม่ : การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการบริหารคุณภาพในห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยพบว่า ห้องสมุดมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และมีห้องน้ำสะอาดมาก อาจสืบเนื่องมาจากสถานที่ที่เป็นลักษณะภายนอกที่ผู้ใช้บริการมองเห็นและสัมผัสได้ชัดเจนแต่ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีอุณหภูมิระบบปรับอากาศที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด อาจสืบเนื่องมาจากประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องปรับอากาศ

ภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภทมีภาพลักษณ์ระดับดีมาก อาจสืบเนื่องมาจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภทได้หลายช่องทางผ่านเว็บไซต์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา เช่น E-book ฐานข้อมูลออนไลน์

ภาพลักษณ์ด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ ได้แก่ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ตรงกับความต้องการ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์พร้อมใช้งาน และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์จำนวนเพียงพอกับความต้องการมีภาพลักษณ์ระดับดี แต่ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอกับความต้องการมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด อาจสืบเนื่องมาจากศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ได้รับงบประมาณจำกัด จึงไม่สามารถจัดหาเครื่องมือหรืออุปกรณ์ให้มีจำนวนเพียงพอ กับความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ภาพลักษณ์ด้านบริการสื่อการศึกษา มีภาพลักษณ์ระดับดีอาจสืบเนื่องมาจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี เข้ามาใช้บริการห้องสมุดมากกว่าใช้บริการสื่อการศึกษา จึงทำให้ภาพลักษณ์ด้านบริการสื่อการศึกษามีภาพลักษณ์ระดับดี

ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ได้แก่ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านวิชาชีพ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบุคลากรมีจิตบริการ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบุคลากรแต่งกายเหมาะสม และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถติดต่อบุคลากรได้สะดวก รวดเร็ว มีภาพลักษณ์ระดับดี สอดคล้องกับงานวิจัยของนิธิตี พิกุลศิริ (2547) ได้ศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์การบริการของสายการบินภายในประเทศพบว่า พนักงานต้อนรับ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเอง และงานวิจัยของธัญญากร สดาศ์พุฒิ (2550) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลหนองบัวระเหวตามการรับรู้ของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และประชาชน และช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมต่อการสร้างรับรู้ภาพลักษณ์พบว่า บุคลากรมีพฤติกรรมการบริการที่ดี อธิบายคำไม่ชัดดี มีความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นในการให้บริการภาพลักษณ์ด้านบุคลากรอยู่ในด้านบวกเช่นกัน

ภาพลักษณ์ด้านการสื่อสาร ได้แก่ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาเหมาะสม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ที่น่าสนใจ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบุคลากรใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม ชัดเจน และจับประเด็นได้ถูกต้อง เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มีภาพลักษณ์ระดับดี แต่ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายประเภท และนำเสนอมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด อาจสืบเนื่องมาจากปัจจุบันผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ จึงทำให้ไม่ทราบว่าคุณสมบัติบรรณสารและสื่อการศึกษา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายประเภทและน่าสนใจ

ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้แก่ เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ให้ความช่วยเหลือสังคม และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีส่วนร่วมในการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม มีภาพลักษณ์ระดับดี แต่ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ให้ความช่วยเหลือ

สังคมมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด อาจสืบเนื่องมาจากศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ไม่ได้กำหนดสัดส่วนการช่วยเหลือสังคมให้ชัดเจน รวมทั้งบางกิจกรรมถือเป็นงานประจำ งบประมาณมีจำกัด ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ภาพลักษณ์ประเด็นดังกล่าวอยู่ในลำดับสุดท้ายของภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อภาพลักษณ์และลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีข้อเสนอแนะที่มีต่อภาพลักษณ์ ข้อเสนอแนะด้านสถานที่มากที่สุด เรื่องพื้นที่หรือห้องอ่านหนังสือ โดยเฉพาะช่วงก่อนและระหว่างการสอบ จำนวนผู้เสนอแนะ 10 คน รองลงมา ได้แก่ อุณหภูมิระบบปรับอากาศระหว่าง 2 อาคาร ไม่เท่ากัน (อาคารบรรณสาร 1 อาคารเย็นเกินไป ส่วนอาคารบรรณสาร 2 อาคารร้อน) และด้านเทคโนโลยี เรื่องระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และระบบ Wifi ช้าทำให้ค้นคว้าไม่สะดวก เท่ากัน จำนวนผู้เสนอแนะ 9 คน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรบูรณาการการทำงานฝ่ายที่ทำงานเกี่ยวข้องกับทรัพยากรสารสนเทศและความต้องการของผู้ใช้บริการร่วมกันเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรสารสนเทศให้ครอบคลุมทุกประเด็นและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรออกแบบการสื่อสารและผสมผสานทุกเครื่องมือการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก ทิศทางเดียวกันเป็นรายไตรมาส เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้และเข้าถึงคุณค่าการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสารสนเทศที่มีให้บริการมากที่สุด

3. ควรมีศูนย์กลางการสื่อสารหรือเครือข่ายการสื่อสารที่เป็น “นวัตกรรมทรัพยากรสารสนเทศ” ระหว่างศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ผู้ใช้บริการ และทรัพยากรสารสนเทศที่ชัดเจน

4. ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรมากยิ่งขึ้น เพราะบุคลากรถือว่าเป็นกระบอกเสียงและตัวแทนในการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึกและบุคลิกภาพศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา

5. ควรเลือกกิจกรรมหลักที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นเพียง 1 กิจกรรม โดยกำหนดสัดส่วน 80: 20 หมายความว่า เน้นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น ร้อยละ 80 และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม ร้อยละ 20 เพื่อเน้นย้ำภาพลักษณ์การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยให้ชัดเจน ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ก็บรรจุเป็นงานประจำตามปกติ

6. หากมีโอกาสหรือวาระสำคัญ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ควรจัดประชุมแถลงข่าวให้คำแนะนำดีๆ ที่เป็นความเชี่ยวชาญด้านทรัพยากรสารสนเทศหรือการบริการ

7. ควรกำหนดจุดยืนที่ชัดเจนว่าจะเป็นห้องสมุดเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialized Library) ด้านไหน เลือกเนื้อหาที่โดดเด่นที่สุดเพียง 1 ด้าน เพื่อให้แตกต่างจากห้องสมุดอื่นส่วนทรัพยากรสารสนเทศด้านอื่นๆ มีให้บริการตามปกติ

8. ควรออกแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ให้ทันสมัยสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและบุคลิกภาพสีหลักเป็นสีม่วง ถือว่าไม่ขัดกับบุคลิกภาพ แต่ควรใช้สีอื่นเพิ่มเติมที่สะท้อนถึงความเคลื่อนไหว เช่น สีแดง ฟ้ำ และเหลือง เมื่อออกแบบใหม่แล้วควรสำรวจว่าผู้ใช้บริการเข้าใจความหมายจากตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ตรงตามที่ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาต้องการสื่อให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและบุคลิกภาพหรือไม่

9. คำขวัญหรือสโลแกน ควรใส่ประโยชน์หลักของทรัพยากรสารสนเทศเข้าไปในคำขวัญ สะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น ชัดเจน จดจำง่าย

10. ควรให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นเนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสได้ และทำให้เกิดประสบการณ์รวมที่เด่นชัดขึ้น

11. ควรวิเคราะห์หาคุณค่าด้านความรู้สึกจากผู้ใช้บริการในอนาคตโดยนำลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นมาวิเคราะห์ร่วมวิสัยทัศน์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ว่าต้องการให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอย่างไรกับศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาและนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดเป็นแบรนด์โมเดลเพื่อแนวทางการสร้างแบรนด์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาต่อไป

รายการอ้างอิง

- ฉันทากร สดาศ์พุฒิ. (2550). ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลหนองบัวระเหวตามการรับรู้ของผู้ให้บริการผู้รับสารและประชาชนและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมต่อการรับรู้ภาพลักษณ์. รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นงเยาว์ สุคำภา. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์บริหารการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นฤมล กิจไพศาลรัตน. (2552). ภาพลักษณ์ของห้องสมุดยุคใหม่ : การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการบริหารคุณภาพในห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิวดี พิกุลศิริ. (2547). มุมมองของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์การบริการของสายการบินภายในประเทศ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนสังคม, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). พลังแห่งภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2553). เจาะลึก! การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อการบริหารภาพลักษณ์องค์กร. [ออนไลน์]. ได้จาก: www.mis.nu.ac.th/bpm/read.php.
- รายงานการประเมินตนเอง ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา. (2554). นครราชสีมา: ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.