PULINET Journal

สารพันคำถาม สื่อสารฉับไว LINE @nulibrary

We Answer You Quick and Concise by LINE @nulibrary

สมัทรชา เนียมเรือง ขวัญตระกูล กลิ่นสุคนธ์
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร e-mail: samatchan@nu.ac.th

บทคัดย่อ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้เห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นสำคัญ จึงได้มีการเลือกใช้สื่อให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการที่ใช้สมาร์ทโฟนซึ่งทำให้การสื่อสารง่ายยิ่งขึ้น เพราะในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสังคมยุคดิจิทัล จึงได้นำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และ LINE@ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว สำนักหอสมุดได้สมัครใช้บริการ LINE@ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งบริษัท 2558LINE ได้เปิดตัว LINE@ ให้ผู้ใช้บริการได้เริ่มทดลองใช้ ฟรี ปี โดยมีข้อจำกัด และยอมรับเงื่อนไขตามข้อกำหนด ในช่วงที่สมัคร และเปิดใช้ 1 งานLINE@ ได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเป็นสมาชิก ด้วย ID ชื่อ @nulibrary และมีผู้ใช้บริการให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน LINE@ ได้รับการตอบรับจากผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ด้วยการออกแบบสื่อที่ทันสมัยและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับสำนักหอสมุดได้ตลอดเวลา และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับการตอบรับจากผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ทั้งนี้ LINE@ ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 4,245 คน

คำสำคัญ:

LINE@, การสื่อสาร, ประชาสัมพันธ์, สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร

Abstract

The library of Naresuan University had realized the importance of communication as a priority; as a result, we aimed for the media which was compatible with the modern era in order to conveniently reach the user. In the present, social media had taken the major role in the digital age. The library had applied them for public relations, such as, facebook.com, line, in order to reach the users promptly. In addition, since the LINE Company had launched LINE@ applications with a free trial for 1 year under restrictions and terms' acceptance, the library had subscribed LINE@ since February, 2015.At that time, the library had organized events to promote the group, in the ID name of @nulibrary. The group had gained lots of attention as well as feedback from the users both inside and outside the university.

Through the media designed which was instantaneous, modern and attractive, we had been given a lot of positive feedback from the users. At present, there were total of 4,245 LINE@ users (Information on Nov, 20, 2015.).

Keyword:

LINE@, Communication, Public Relations, Naresuan University Library

บทนำ

ปัจจุบันนวัตกรรมการสื่อสารเริ่มมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้มุนษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ด้วยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านอุปกรณ์สมาร์ทดีไวซ์ จากสถิติการใช้อุปกรณ์ที่ถูกบันทึกโดยกองเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่าบุคลากรและนิสิตมีอัตราการใช้อุปกรณ์สมาร์ทดีไวซ์เฉลี่ยถึง เครื่องต่อคนคือ สมาร์ทโฟน แท็บเลต แล็ปทอป และสมาร์ทแก็ดเจต ทั้งนี้สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย 3 นเรศวร ได้นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการให้บริการมาอย่างต่อเนื่อง และเห็นความสำคัญของการสื่อสาร ทั้งนี้ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์) 2559พบว่าปัจจุบันคนไทย (นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์มากที่สุด จึงมีการเลือกใช้สื่อให้เข้ากับสังคมยุคดิจิทัล โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มแรกใช้ Facebook ตั้งแต่ และต่อมาเป็นที่ทราบกันดี 2553 มิถุนายน 1 ว่าแอพพลิเคชั่นไลน์ ในประเทศไทยนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้น ล้านคน นับเป็นอันดับที่สอง 33 ของโลกรองจากประเทศญี่ปุ่น

ดังนั้นสำนักหอสมุดจึงเห็นว่าแอพพลิเคชั่นไลน์เป็นสื่อสังคมออนไลน์อีกช่องทางหนึ่งที่เข้าถึงง่าย สะดวกและรวดเร็วเพื่อติดต่อกับผู้ใช้บริการซึ่งประกอบด้วย คณาจารย์ บุคลากร นิสิต และตลอดจนบุคคลภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ใช้บริการห้องสมุด คือ นิสิต ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่ม GEN-Y .ศ.เกิดในช่วงปี พ) 2524 –2543 อยู่ในช่วงวัยที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี ใช้เครื่องมือสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว ชอบความสะดวกรวดเร็ว จึงได้เลือกใช้ LINE@ ซึ่งมีคุณสมบัติที่ดีในการสื่อสารแบบ บรอดคาสต์) Broadcast สามารถตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้ทันทีโดยไม่จำกัดช่วงเวลา อีกทั้ง (LINE@ มีระบบการจัดการที่ดี ทำให้การโต้ตอบระหว่างผู้ใช้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น LINE@ ID ชื่อ @nulibrary จึงมีความสำคัญในการปฏิบัติภารกิจ เพื่อให้การสื่อสารมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้จะช่วยให้เกิดมีความเข้าใจกันมากขึ้น สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนำไปสู่เป้าหมายของการให้บริการที่ดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร บริการต่างๆ ของสำนักหอสมุด
2. เพื่อเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Ways Communication) ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง ระหว่างผู้ใช้บริการกับสำนักหอสมุด

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาการทำงานแอพพลิเคชั่น Line@ บนสมาร์ทดีไวซ์ และเครื่องคอมพิวเตอร์
2. สร้าง LINE@ โดยใช้ชื่อ ID สุ่มจากแอพพลิเคชั่น เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2558 โดยช่วงเปิดบริการไม่คิดค่าใช้จ่ายถึงวันที่ 30 มีนาคม 2559

3. จัดกิจกรรมส่งเสริม ให้ผู้ใช้บริการเพิ่มเพื่อน (add Friends) โดยมีการจัดกิจกรรมดังนี้

3.1 ให้บุคลากรเพิ่มเพื่อน และส่งต่อ ID แนะนำ LINE@ ให้คนที่รู้จัก

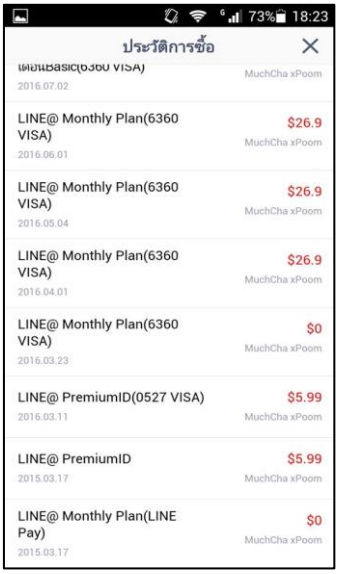
3.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ E-mail Facebook ป้ายนิเทศ กิจกรรมแนะนำการใช้ห้องสมุด กิจกรรมอบรมการสืบค้น เพื่อให้นิสิต บุคลากร ตลอดจนบุคคลทั่วไปเพิ่มเพื่อน LINE@ ผ่าน LINE ID หรือ QR Code โดยมีการสุ่มแจกของรางวัลที่ระลึกจากทางสำนักหอสมุด เพื่อสร้างสีสัน และกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสำนักหอสมุด

ภาพที่ 1 ตัวอย่างประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้ใช้บริการเพิ่มเพื่อน

ภาพที่ 2 การจัดกิจกรรมเพิ่มเพื่อน LINE@

4. สร้าง Line@ Premium ID โดยสามารถเปลี่ยนชื่อเป็นชื่อ LINE ID ที่ต้องการได้ และสามารถเปลี่ยนชื่อเพียงครั้งเดียวเท่านั้น ไม่สามารถเปลี่ยนชื่อใหม่ได้อีก ซึ่งการที่จะเปลี่ยนชื่อเป็นชื่อที่ต้องการนั้น จะมีค่าใช้จ่าย 5.99 USD/ปี (เรียกว่า Premium ID) ดังนั้นสำนักหอสมุดจึงเห็นว่าจะต้องมีการสร้างแบรนด์รายชื่อให้ผู้ใช้จดจำได้ดี โดยใช้ชื่อ @nulibrary

ภาพที่ 3 หน้าจัดการระบบสำหรับผู้ดูแล



ภาพที่ 4 แสดงค่าใช้จ่าย LINE@

5. วันที่ 1 เมษายน 2558 เริ่มจ่ายค่าบริการ โดยมีค่าบริการเดือนละ 26.9 USD ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแอพพลิเคชั่น ต้องชำระผ่านบัตรเครดิตเท่านั้น สำนักหอสมุดได้ปรึกษากับการเงินของสำนักหอสมุด และกองคลังของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการเบิกจ่ายการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังกล่าว ซึ่งเป็นการเบิกจ่ายแบบที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นหน่วยงานต้นแบบ

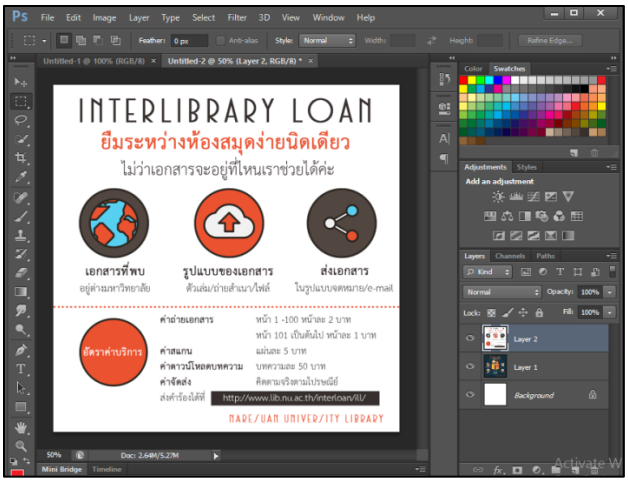
6. การแจ้งข้อมูลข่าวสาร

6.1 ฝ่ายประชาสัมพันธ์รับข้อมูลจากฝ่ายงานต่างๆ ภายในสำนักหอสมุด

6.2 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นไฟล์รูปภาพ ด้วยหลักการออกแบบ infographic เพื่อการสื่อสารที่โดนใจและเข้าใจง่าย โดยใช้โปรแกรม Photoshop Illustrator

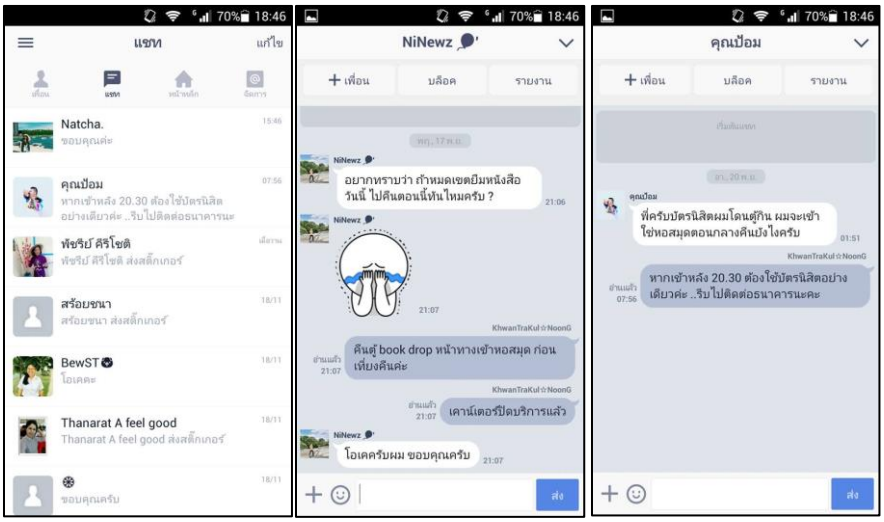
6.3 ส่งข้อมูลแบบบรอดคาสต์ ซึ่งสามารถส่งรูป หรือข้อความประชาสัมพันธ์ ได้ 50,000 ข้อความ/เดือน เพียงแค่ปุ่มเดียว ก็ส่งข้อความไปยังสมาชิกทุกคนได้

6.4 โพสต์ข่าวสารบน Timeline เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการด้วยการสื่อสารเรื่องราวข่าวสาร และโปรโมชั่น



ภาพที่ 5 การออกแบบประชาสัมพันธ์โดยเน้นการออกแบบในลักษณะ Infographic

7. การตอบคำถามผู้ใช้บริการผ่าน LINE@ โดยผู้ใช้บริการจะไม่ทราบว่าใครเป็นผู้ตอบ เพราะการโต้ตอบจะออกมาในนามสำนักหอสมุด ทั้งนี้มีผู้รับผิดชอบในการตอบคำถาม ได้แก่ หน่วยประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริการสารสนเทศ และผู้บริหาร



ภาพที่ 6 การตอบคำถามผู้ใช้บริการ

8. จากการที่สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ใช้ LINE@ ในการประชาสัมพันธ์มาระยะหนึ่งแล้ว (ตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2558) จึงได้ทำการประเมินการใช้บริการ เพื่อนำผลประเมินที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

8.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการสำรวจ ได้แก่ สมาชิก LINE@ จำนวนทั้งสิ้น 4,245 คน ประกอบด้วย คณาจารย์ บุคลากร นิสิต บุคคลภายนอก

8.2 จัดทำแบบประเมินออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามทาง LINE@ ตั้งแต่วันที่ 1 – 20 พฤศจิกายน 2559

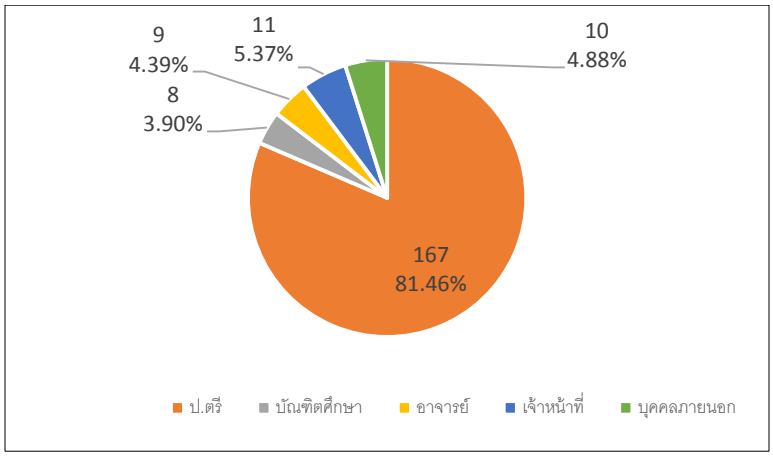
8.3 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

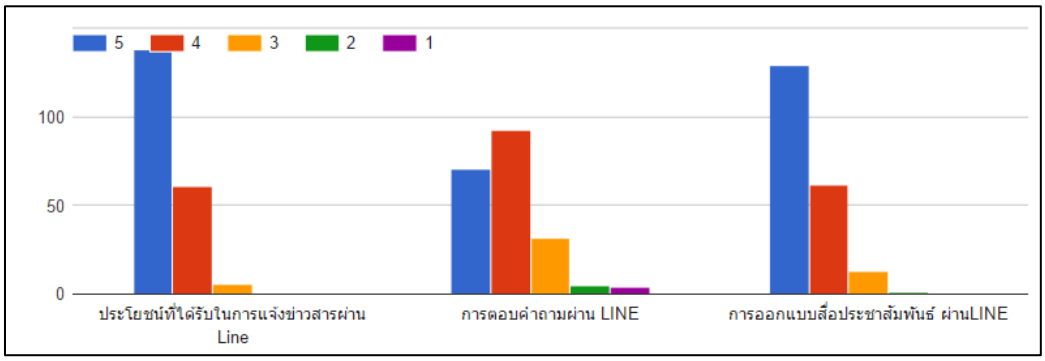
- ข้อมูลเบื้องต้น ดำเนินการวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ และคำนวณค่าร้อยละ
- ความพึงพอใจต่อการรับข่าวสาร ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ภาพที่ 7 ผู้ใช้บริการร่วมประเมินการใช้ LINE@ ในการสื่อสาร

ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินจำนวนทั้งสิ้น 205 คน เมื่อจำแนกตามประเภท พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินเป็นนิสิตระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 167 คน (ร้อยละ 81.46) รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ เป็นเจ้าหน้าที่ จำนวน 11 คน (ร้อยละ 5.37) บุคคลภายนอก จำนวน 10 คน (ร้อยละ 4.88) อาจารย์ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 4.39) บัณฑิตศึกษา จำนวน 8 คน (ร้อยละ 3.9) ตามลำดับ





ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารผ่าน Line ในระดับมากที่สุด ด้านประโยชน์ที่ได้รับในการแจ้งข่าวสารผ่าน LINE ($\bar{X}$ =4.644) และ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน LINE ($\bar{X}$ =4.556) และพึงพอใจระดับมาก ในด้านการตอบคำถามผ่าน LINE ($\bar{X}$ =4.083)

ตารางที่ 1 แสดงระดับความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารผ่าน LINE

ลำดับ	หัวข้อ	n=205		ระดับ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ประโยชน์ที่ได้รับในการแจ้งข่าวสารผ่าน LINE	4.644	0.538	พอใจระดับมากที่สุด
2	การตอบคำถามผ่าน LINE	4.083	0.879	ค่อนข้างพอใจระดับมาก
3	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน LINE	4.556	0.636	พอใจระดับมากที่สุด

นอกจากนั้นผู้ตอบแบบประเมินยังให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่าบริการดังกล่าวดีมาก ทันสมัย ตอบข้อซักถามได้รวดเร็ว มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และต้องการให้เพิ่มกิจกรรมข่าวสารของมหาวิทยาลัย

การนำไปใช้ประโยชน์

การใช้ LINE@ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยและได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่เป็นนิสิตของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งนับว่าเป็นแอพพลิเคชั่นที่มีประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้การสื่อสารเข้าถึงผู้ใช้บริการโดยตรง และรวดเร็ว
2. ผู้ใช้บริการเข้าใจง่ายด้วยการออกแบบที่ทันสมัยใช้หลักการออกแบบ Infographic
3. ลดปัญหาการเผชิญด้วยรายบุคคล เพราะการโต้ตอบไม่ว่า admin คนไหนตอบก็จะออกไปในนามสำนักหอสมุด
4. สร้างความสัมพันธไมตรีที่ดีกับผู้ใช้บริการ
5. สามารถประยุกต์ใช้ในกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน การใช้บริการต่างๆ ที่สำนักหอสมุดจัดได้

รายการอ้างอิง

ทีมข่าวเศรษฐกิจ. (2559, 11 กุมภาพันธ์). *ไลน์ เผยปี 59 คนไทยใช้งานทะลุ 50 ล้านเผยเตรียมสร้างไลน์ให้เป็นมากกว่าแอพ*. มติชน. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2559, จาก http://www.matichon.co.th/news/33885

บริษัท LINE Corporation. (2559). *ติดต่อสื่อสารได้อย่างง่ายดายด้วย LINE@.* สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน, 2559, จาก http://at.line.me/th/

บริษัท LINE Corporation. (2559). *วิธีใช้ LINE@.* สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน, 2559, จาก http://at.lineapp.me/tips-tricks/

ศักรินทร์ ตันสุพงษ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นไลน์. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2556) *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559. Thailand Internet User Profile 2016*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2559, จาก https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2016-th.html