

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง "การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์" มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
4. เพื่อศึกษาว่าสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทใด ที่นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารห้องสมุดมากที่สุด

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered questionnaires)

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับสังกัดที่ศึกษา เพศ อายุ ชั้นปี และห้องสมุดที่ใช้บริการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ตามประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกแบ่งระดับความถี่ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ทุกวัน 5-6 วันต่อสัปดาห์ ไปจนถึงไม่เคยเลย ส่วนที่ 2 เป็นส่วนกิจกรรมห้องสมุด ให้ระบุการเข้าร่วมกิจกรรมว่าเคยหรือไม่เคย ถ้าเคยเคยกี่ครั้ง หากเคยเข้าร่วมกิจกรรม มีเกณฑ์ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน หากไม่เคยเข้าร่วมเลยเท่ากับ 0 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในด้านรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจอย่างยิ่ง พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 6 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด ไม่เห็นด้วย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 สัปดาห์คือ ตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน-19 เมษายน 2550

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ค่าสถิติวิเคราะห์โดยค่า t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ประกอบกับการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีการของ LSD ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ

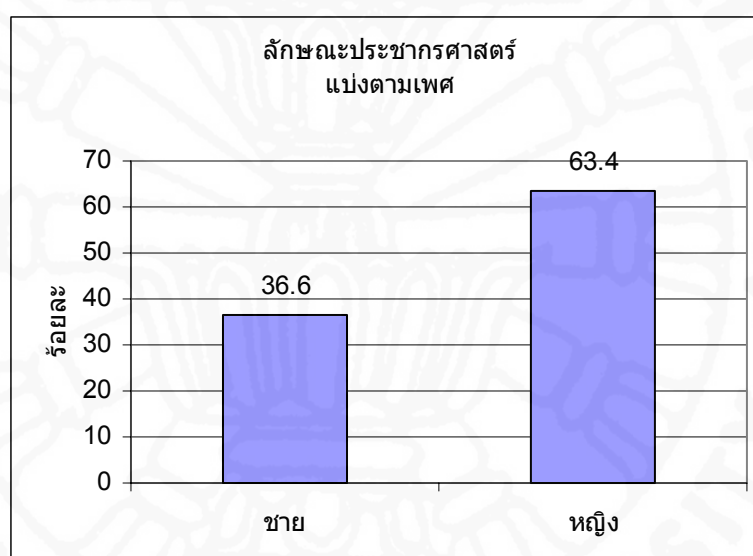
สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ

แผนภูมิที่ 5.1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งตามเพศ

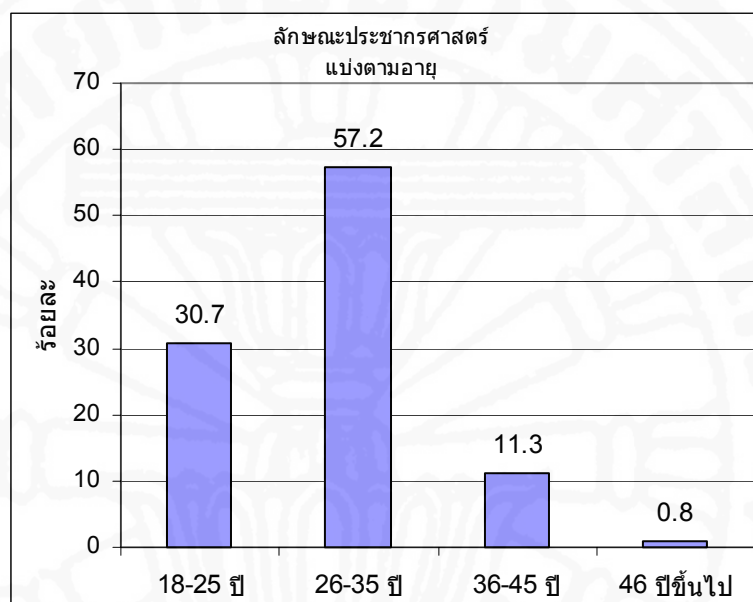


จากแผนภูมิที่ 5.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 63.4 เพศชาย ร้อยละ 36.6

2. อายุ

แผนภูมิที่ 5.2

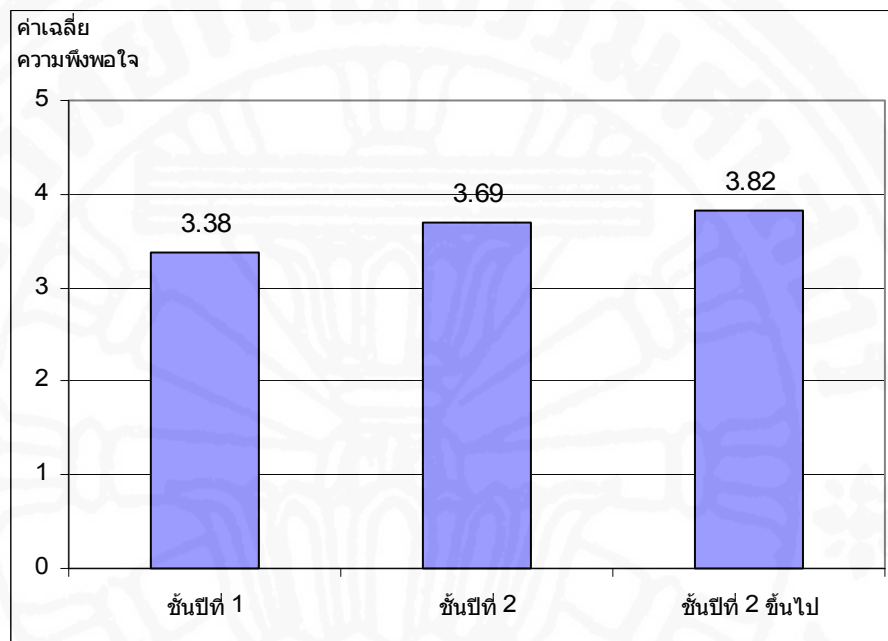
ลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งตามอายุ



จากแผนภูมิที่ 5.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ อายุ 18-25 ปี ร้อยละ 30.7 อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 11.3 และอายุ 46-55 ปี ร้อยละ 0.8

3. ชั้นปี

แผนภูมิที่ 5.3
ลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งตามชั้นปี

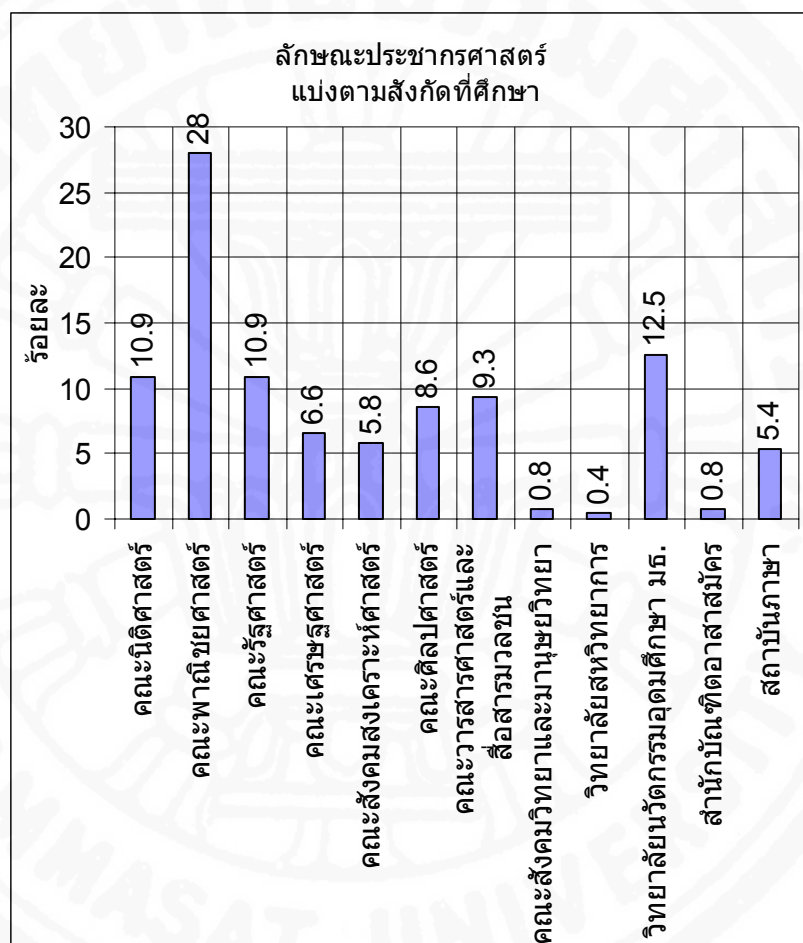


จากแผนภูมิที่ 5.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 45.1 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 30 และชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป ร้อยละ 24.9

4. สถาบันที่ศึกษา

แผนภูมิที่ 5.4

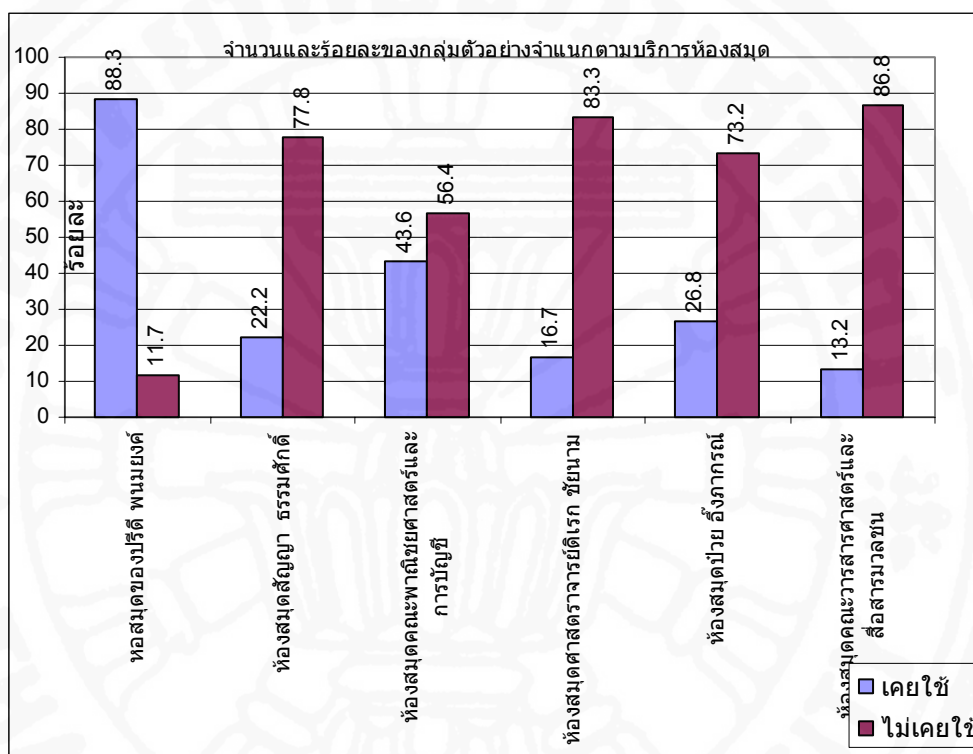
ลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งตามสถาบันที่ศึกษา



จากแผนภูมิที่ 5.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมากที่สุด มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มธ. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 คณะนิติศาสตร์และคณะรัฐศาสตร์กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากันคือ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และวิทยาลัยสหวิทยาการมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

5. ห้องสมุดที่ใช้บริการ

แผนภูมิที่ 5.5
การใช้บริการห้องสมุด

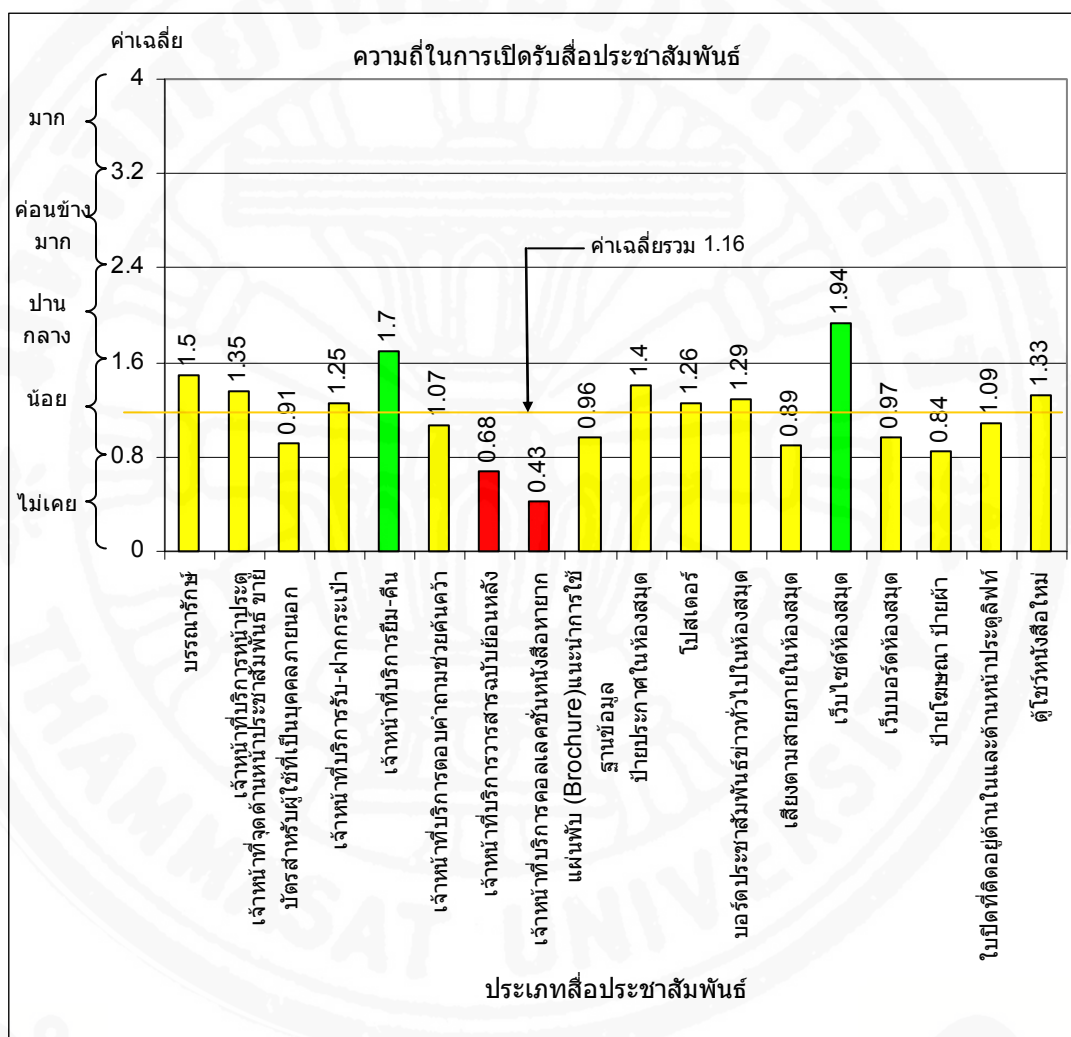


จากแผนภูมิที่ 5.5 กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการหอสมุดของปรีดี พนมยงค์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.3 ลำดับถัดมาเคยใช้บริการห้องสมุดสัญญา ธรรมศักดิ์ (คณะนิติศาสตร์) ร้อยละ 22.2 3 เคยใช้บริการห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 13.2

ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

แผนภูมิที่ 5.6

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดตามสื่อแต่ละประเภท

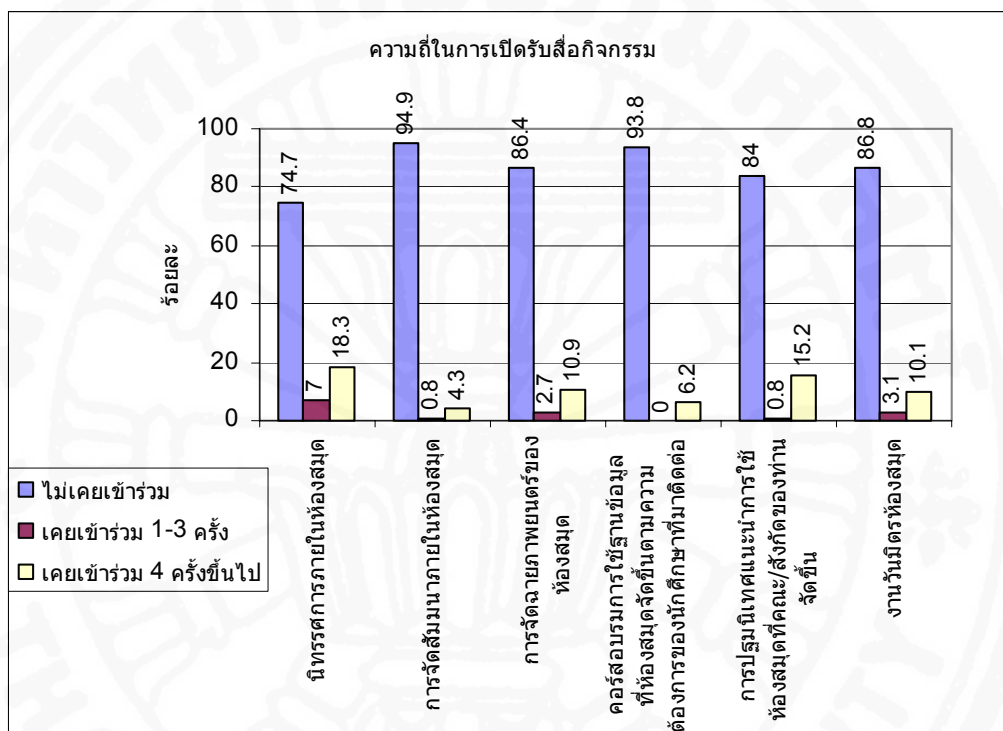


จากแผนภูมิที่ 5.6 เป็นการสรุปความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในห้องสมุดระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.16 โดยมีการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.94 ลำดับต่อมาคือ สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน มีค่าเฉลี่ย 1.7 ส่วนสื่อประเภทอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนสื่อประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง และเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก อยู่ในระดับความถี่ไม่เคยเปิดรับสื่อเลยมีค่าเฉลี่ยในระดับ 0.68 และ 0.43 ตามลำดับ

สื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อกิจกรรม

แผนภูมิที่ 5.7

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทสื่อกิจกรรม

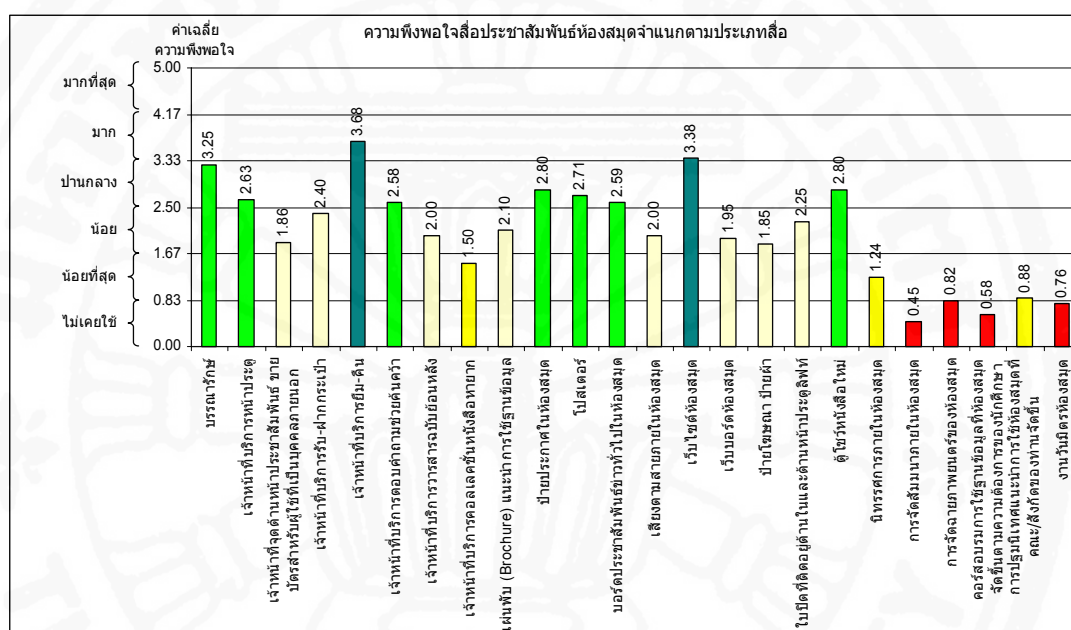


จากแผนภูมิที่ 5.7 แสดงการจำแนกความถี่ตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทสื่อกิจกรรมในระดับ ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของห้องสมุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

แผนภูมิที่ 5.8

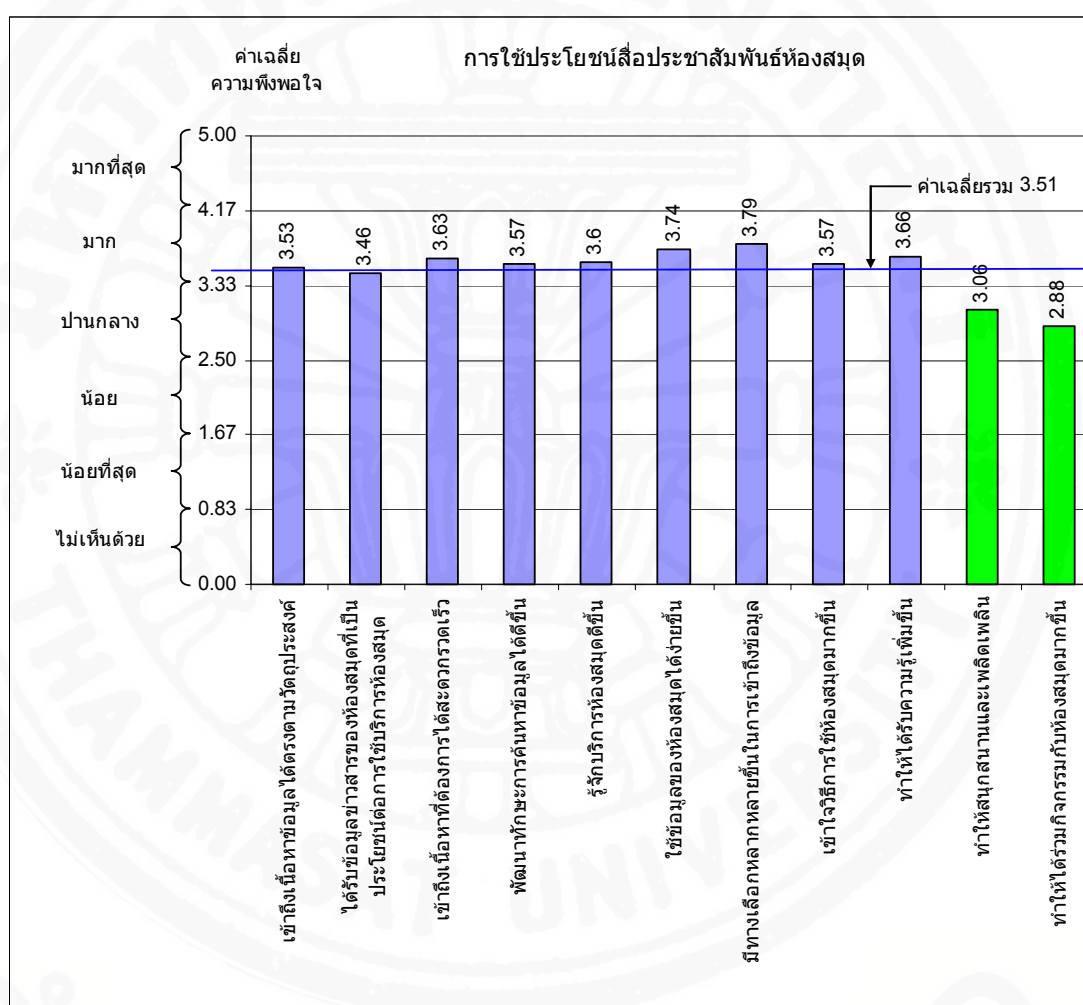
ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจำแนกตามประเภทสื่อ



จากแผนภูมิที่ 5.8 กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลางและน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด ค่าเฉลี่ย 3.38 และมีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุดน้อยที่สุด คืออยู่ในระดับไม่เคยใช้เลย โดยมีค่าเฉลี่ย 0.45

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

แผนภูมิที่ 5.9
การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด



จากแผนภูมิที่ 5.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.51

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยทั้ง 24 ประเภท สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1

ผลการทดสอบสมมติฐานตามประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด 24 ประเภท

	ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P	นัยสำคัญ
1	บรรณารักษ์	ระหว่างกลุ่มความถนัด ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	171.1 292.5 463.6	42.8 1.2	36.8	0.0	ยอมรับ
2	เจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู	ระหว่างกลุ่มความถนัด ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	198.0 449.9 647.9	49.5 1.8	27.7	0.0	ยอมรับ
3	เจ้าหน้าที่จุดด้านหน้า ประชาสัมพันธ์ ขยายบัตร สำหรับผู้ใช้ที่เป็น บุคคลภายนอก	ระหว่างกลุ่มความถนัด ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	156.0 491.9 647.9	39.0 2.0	20.0	0.0	ยอมรับ
4	เจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝาก กระเป๋า	ระหว่างกลุ่มความถนัด ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	142.6 449.0 647.9	35.6 1.8	20.0	0.0	ยอมรับ
5	เจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน	ระหว่างกลุ่มความถนัด ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	37.4 189.8 647.9	9.3 0.8	12.4	0.0	ยอมรับ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

	ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P	นัยสำคัญ
6	เจ้าหน้าที่บริการตอบ คำถามช่วยค้นคว้า	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	221.1	55.3	23.9	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	583.1	2.3			
		รวม	256	647.9				
7	เจ้าหน้าที่บริการวารสาร ฉบับย้อนหลัง	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	407.9	102.0	53.8	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	477.9	1.9			
		รวม	256	647.9				
8	เจ้าหน้าที่บริการคอล เลกชั่นหนังสือหายาก	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	268.1	67.0	31.2	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	540.7	2.1			
		รวม	256	647.9				
9	แผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	167.4	41.8	20.9	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	504.1	2.0			
		รวม	256	647.9				
10	ป้ายประกาศในห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	46.0	11.5	6.6	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	441.4	1.8			
		รวม	256	647.9				
11	โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	116.8	29.2	16.0	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	458.5	1.8			
		รวม	256	647.9				
12	บอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าว ทั่วไปในห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่	4	114.0	28.5	16.2	0.0	ยอมรับ
		ภายในกลุ่มตัวอย่าง	252	443.7	1.8			
		รวม	256	647.9				

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

	ประเภทสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P	นัยสำคัญ
13	เสียงตามสายภายใน ห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	272.2 460.7 647.9	68.1 1.8	37.2	0.0	ยอมรับ
14	เว็บไซต์ห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	108.1 367.9 647.9	27.0 1.5	18.5	0.0	ยอมรับ
15	เว็บบอร์ดห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	285.7 575.2 647.9	71.4 2.3	31.3	0.0	ยอมรับ
16	ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	308.5 472.5 647.9	77.1 1.9	41.1	0.0	ยอมรับ
17	ใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและ ด้านหน้าประตูลิฟท์	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	4 252 256	260.0 437.6 647.9	65.0 1.7	37.4	0.0	ยอมรับ
18	ตู้โชว์หนังสือใหม่	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	4 252 256	209.9 479.0 647.9	52.5 1.9	27.6	0.0	ยอมรับ
19	นิทรรศการภายใน ห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	2 254 256	368.6 398.3 766.9	184.3 1.6	117.5	0.0	ยอมรับ
20	การจัดสัมมนาภายใน ห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	2 254 256	50.6 230.2 280.8	25.3 0.9	27.9	0.0	ยอมรับ
21	การจัดฉายภาพยนตร์ ของห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	2 254 256	283.8 347.5 631.3	141.9 1.4	103.7	0.0	ยอมรับ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

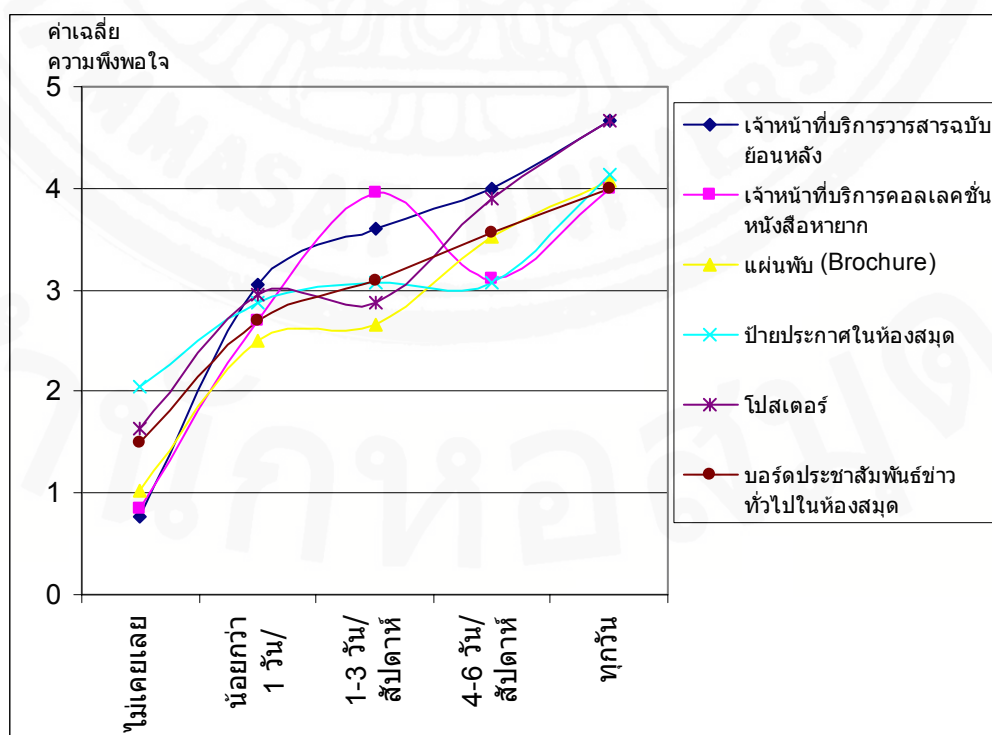
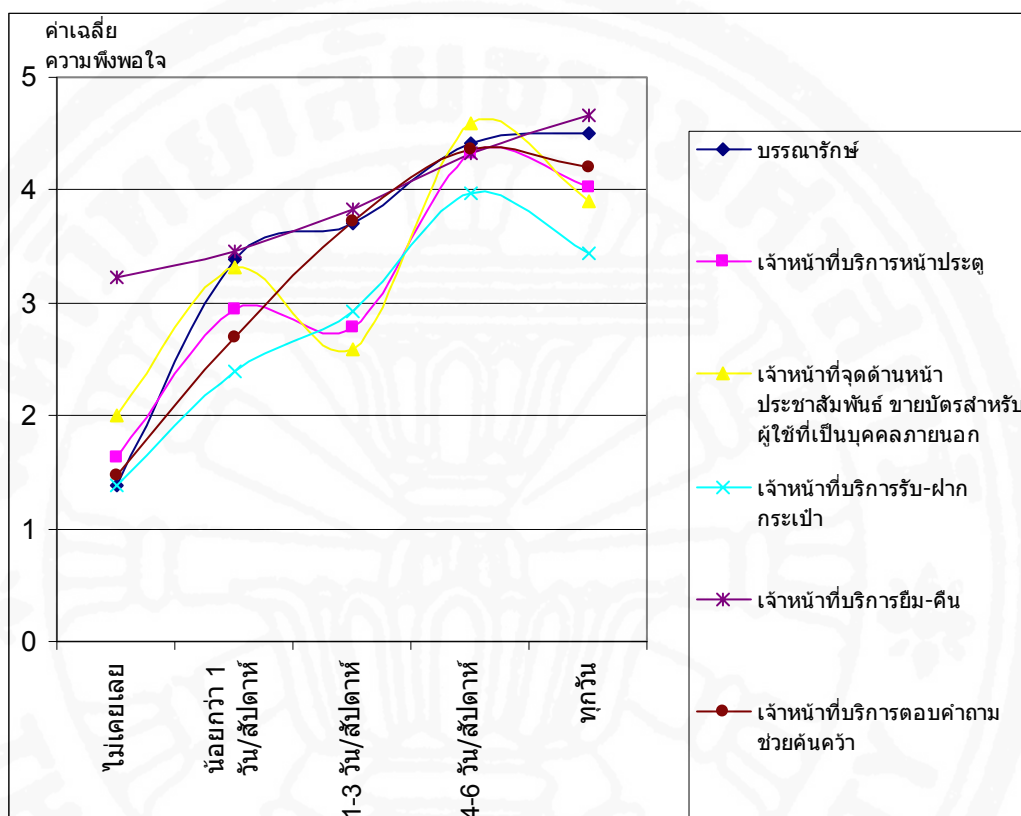
	ประเภทสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P	นัยสำคัญ
22	คอรัสอบรมการใช้ ฐานข้อมูลในห้องสมุดจัด ขึ้นตามความต้องการ ของนักศึกษาที่มาติดต่อ	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	1 255 256	91.3 336.1 427.4	91.3 1.3	69.3	0.0	ยอมรับ
23	การปฐมนิเทศแนะนำ การใช้ห้องสมุดที่คณะ/ สังกัดจัดขึ้น	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	2 254 256	263.8 353.6 617.4	131.9 1.4	94.8	0.0	ยอมรับ
24	งานวันมิตรห้องสมุด	ระหว่างกลุ่มความถี่ ภายในกลุ่มตัวอย่าง รวม	2 254 256	213.5 295.6 509.1	106.7 1.2	91.7	0.0	ยอมรับ

จากตารางที่ 5.1 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. ของสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดทั้ง 24 ประเภท เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 ทั้ง 24 ประเภท แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทแตกต่างกัน

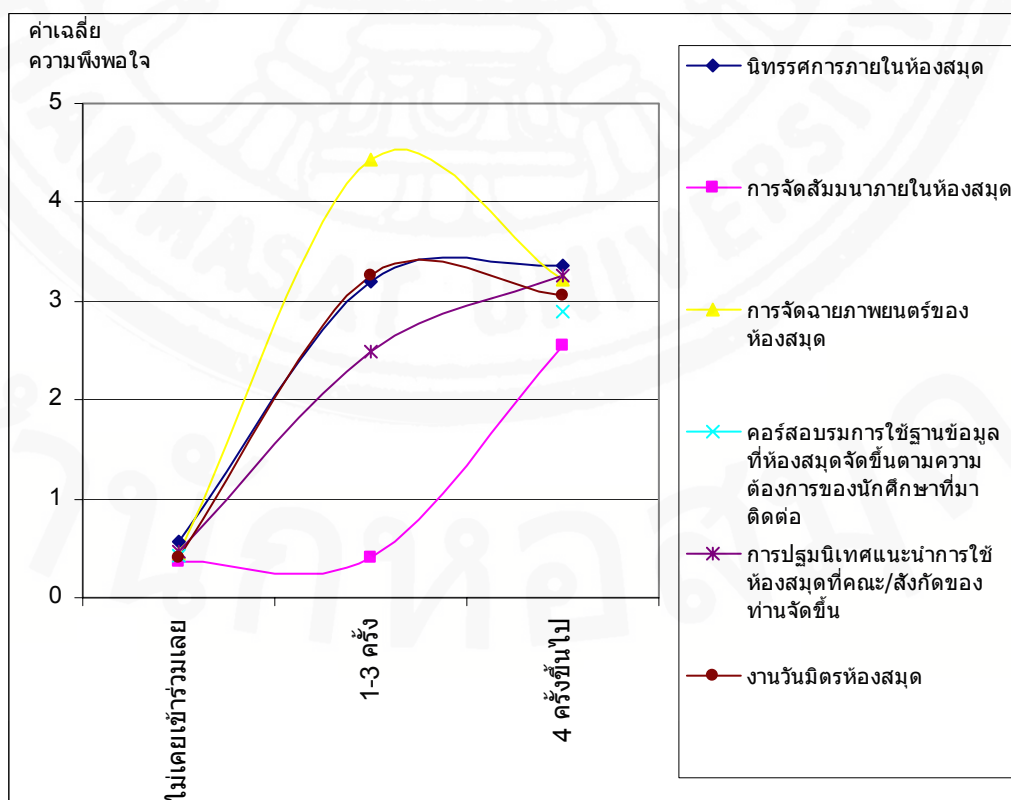
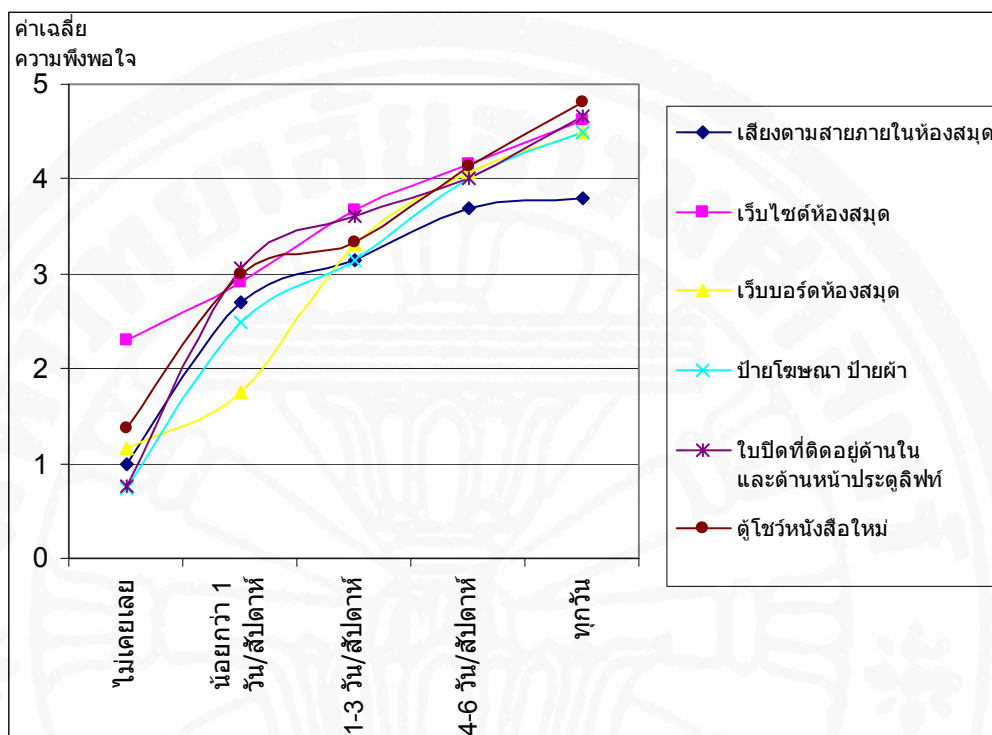
นอกจากนี้ นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทมากขึ้น จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทสูงขึ้นตามไปด้วย ตามแผนภูมิที่ 5.10

แผนภูมิที่ 5.10

สมมติฐานของสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดทั้ง 24 ประเภท



แผนภูมิที่ 5.10 (ต่อ)



สมมติฐานข้อที่ 2 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

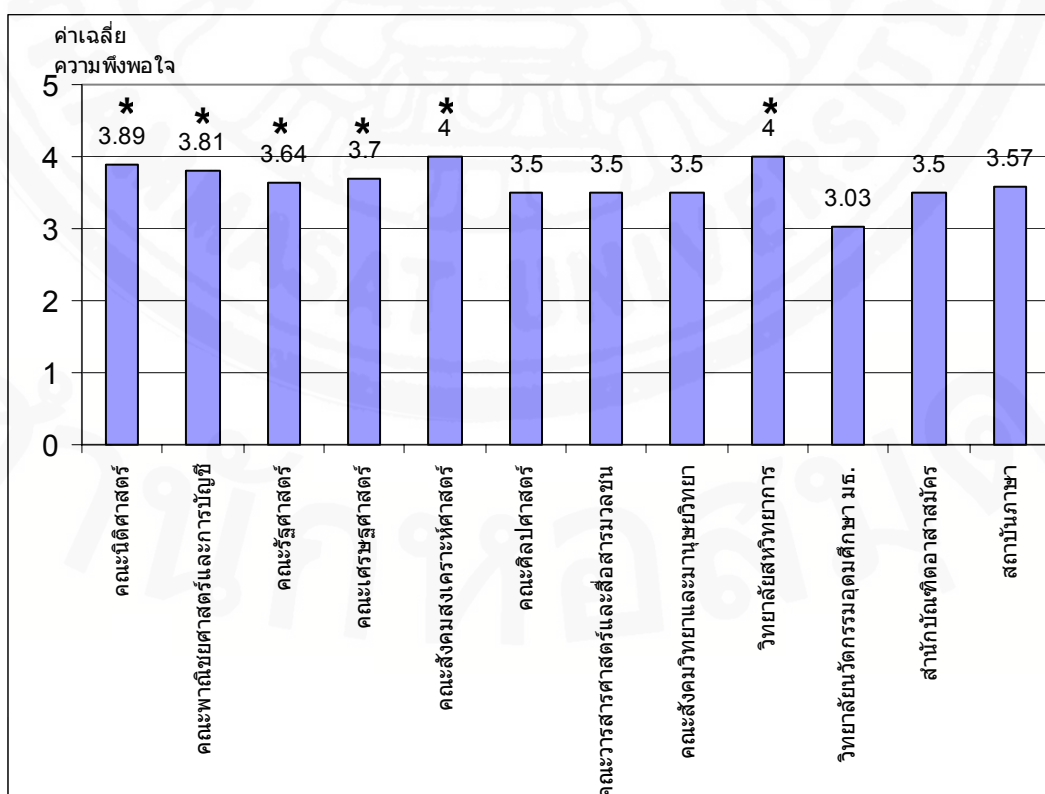
สมมติฐานข้อที่ 2.2 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.3 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีสถาบันที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

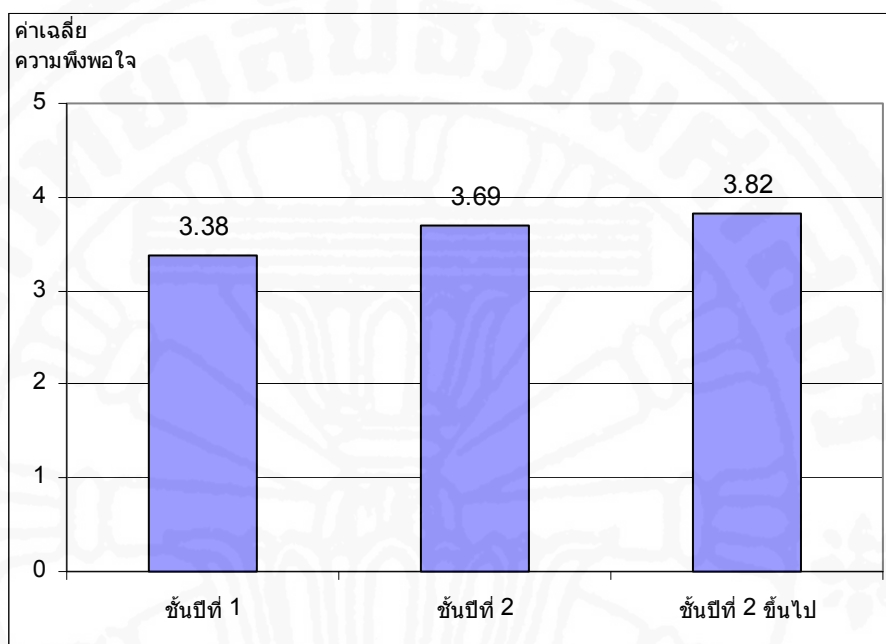
แผนภูมิที่ 5.11

สถาบันที่ศึกษาและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด



แผนภูมิที่ 5.12

ระดับชั้นปีที่ศึกษาและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด



จากแผนภูมิที่ 5.12 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่สูงขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง "การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์" สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากแผนภูมิที่ 5.1-5.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 257 คน เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28

สำหรับเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คือมีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 และเพศชาย 94 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6

ช่วงอายุที่มากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 26-35 ปี มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ส่วนใหญ่เป็นวิทยานิพนธ์

ชั้นปีของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท ชั้นปีที่ 2 มากที่สุด คือจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาคือนักศึกษาระดับปริญญาโทชั้นปีที่ 1 จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ห้องสมุดที่นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ใช้มากที่สุดคือ หอสมุดปรีดี พนมยงค์ จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ เคยใช้ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์มากกว่า 1 แห่ง

ในส่วนของความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ โดยแบ่งตามประเภทสื่อ 2 ประเภทคือ สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ แบ่งย่อย เป็นสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศนวัสดุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออื่น ๆ และสื่อกิจกรรม

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.16 สื่อบุคคล ประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน เป็นสื่อที่ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดที่นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีความถี่ในการเปิดรับสูงสุด คือ เปิดรับในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.70 ความถี่ในการเปิดรับสื่อ 1-3 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 40.5 เมื่อเทียบกับสื่อบุคคลประเภทอื่น ๆ ในห้องสมุด เช่น บรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู เจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ขายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอก เจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า เจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า เจ้าหน้าที่บริการวารสารย้อนหลัง เจ้าหน้าที่คอลเลกชันหนังสือหายาก ที่มีความถี่ในการเปิดรับในระดับน้อย หรือ อยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับสื่อเลย

จึงสามารถอภิปรายผลได้ว่า นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ใช้บริการหลักของห้องสมุด คือ บริการยืม-คืน หนังสือ จึงทำให้มีการเปิดรับสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนมากที่สุด ดังที่ จุมพล รอดคำดี¹ ได้ให้ความเห็นไว้ว่า "สื่อบุคคล"

¹จุมพล รอดคำดี, สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532), น. 268.

ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าตายังคงมีความสำคัญเสมอ ตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคม ตราบนั้นย่อมเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล ป้ายประกาศในห้องสมุด โปสเตอร์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด ในระดับน้อย โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อโสตทัศนวัสดุ คือ เสียงตามสาย อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 0.89 โดยส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อเลย คิดเป็นร้อยละ 45.1

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ และ เว็บบอร์ดห้องสมุด โดยเว็บไซต์ห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.94 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อ 1-3 วัน ต่อสัปดาห์

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณาและป้ายผ้า ตู้โชว์หนังสือใหม่ ใบบิดที่อยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์ ป้ายโฆษณาและป้ายผ้ามีความถี่ในการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับไม่เคยเปิดรับสื่อเลย มีค่าเฉลี่ย 0.84 ตู้โชว์หนังสือใหม่ มีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.33 ใบบิดที่อยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์มีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 1.09

สื่อประเภทกิจกรรมห้องสมุด ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของห้องสมุด

อภิปรายผลได้นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ส่วนใหญ่ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศนวัสดุ สื่ออื่น ๆ และสื่อกิจกรรมระดับไม่เคยเปิดรับสื่อเลย และในระดับน้อย ยกเว้นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดที่มีความถี่อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นความถี่ที่สูงกว่าระดับความถี่ของสื่อประเภทอื่น ๆ เนื่องจากเว็บไซต์เป็นสื่อที่ใกล้ตัวผู้ใช้บริการมากที่สุด สามารถใช้ที่ไหนก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่ห้องสมุด จึงทำให้การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดมีความถี่ในระดับที่สูงกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

ปัจจัยหนึ่งเกิดจากนักศึกษาระดับปริญญาโทมีข้อจำกัดในการเปิดรับสื่อประเภทที่ต้องมาใช้ที่ห้องสมุด เนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาโทส่วนใหญ่เป็นมีสถานภาพเป็นผู้ประกอบอาชีพ อาศัย

ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 26-35 ปี ช่วงระยะเวลาในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด คือ ช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากการประกอบอาชีพ และการศึกษาในชั้นเรียน ดังนั้นทำให้มีช่วงระยะเวลาในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยลง ตามข้อจำกัดของเวลา สื่อเฉพาะกิจประเภทกิจกรรมห้องสมุด เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม ก็มีเหตุผลคือ ในเรื่องข้อจำกัดของเวลาเช่นกัน

ซึ่งการเลือกใช้สื่อเป็นไปตามทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสารของ วิลเบอร์ แชรรมม² ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารจาก

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไปประสบการณ์ จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารมีประโยชน์แตกต่างกันจึงก่อให้เกิดการพัฒนาการ ปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร
3. ภูมิหลังที่แตกต่าง ทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสถานะภาพทางสังคม เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรม การสื่อสารของบุคคลนั้น ทั้งในการรับสื่อและการเลือกเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร สภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
6. บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร
8. ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่กำหนดการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วย การแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ละประเภทที่พบ ทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารจะแตกต่างกันไปด้วย

²Wilbur Schramm, Channels and Audiences in Handbook of Communication (Chicago: Roand Mc. Nally College, 1973), pp. 121-122.

ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นมีผลทำให้การเลือกเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทต่าง ๆ มีความถี่ที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลางและน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนสูงที่สุด รองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด ซึ่งความพึงพอใจการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถอภิปรายผลได้ตามที่ บาร์นลันด์ (Barnlund)³ ได้กำหนดคุณลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลเอาไว้ว่า

1. ในเบื้องต้นจะมีความเกี่ยวเนื่องรับรู้กันระหว่างคนสองคนหรือมากกว่า ซึ่งมีความใกล้ชิดกันทางกายภาพ สิ่งนี้คือการติดต่อกันทางสังคมเบื้องต้น อันเป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นก่อน
2. การรับรู้ระหว่างกันทำให้เกิดการพึงพาในการสื่อสาร ซึ่งเน้นถึงปฏิสัมพันธ์อันเป็นจุดเน้นของการเอาใจใส่ในด้านความนึกคิด และการเห็นภาพ เช่น ในการสนทนากัน การมีปฏิสัมพันธ์กันนั้นแต่ละคนจะมีการตอบสนองต่อประเด็นโดยคนอื่น ๆ

3. จุดเน้นของการปฏิสัมพันธ์ผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนนี้ ผู้มีส่วนร่วมจะขบคิดประเด็นอย่างไรกว้างขวาง ประเด็นนั้น ๆ ทำให้นำมาซึ่งสารใหม่จากบุคคลอีกคนหนึ่ง

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลมักไม่มีโครงสร้างที่แน่ชัด และมีกฎน้อยมากในการควบคุมความถี่รูปแบบ หรือเนื้อหาของสาร เราอาจกล่าวโดยรวมได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางสังคมของการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งบุคคลมีการปะทะสังสรรค์กันแบบซึ่งหน้า โดยผ่านสารที่แลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่าย ทั้งที่เป็นวจนสารและอวจนสาร

ซึ่งการที่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน มีระดับสูงสุดเนื่องจาก สื่อประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน เป็นสื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติตามแนวคิดของบาร์นลันด์ ที่บุคคลจะมีความใกล้ชิดทางกายภาพ มีการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ และมีการปฏิสัมพันธ์กัน มีการแลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่าย เจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน หนังสือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาปริญญาโท เปิดรับมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มีการปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่บริการ ณ จุดนี้มากที่สุด ตามผลการศึกษาความถี่ในการเปิดรับ และการ

³บาร์นลันด์ อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร: เอลโล่การพิมพ์, 2541), น. 61.

ทดสอบสมมติฐานก็มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับสื่อประเภทใด ๆ สูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มพึงพอใจต่อสื่อประเภทนั้น ๆ สูงขึ้นตามไปด้วย

ผู้ให้บริการห้องสมุดที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของเคทซ์และคณะ⁴ ที่ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร ดังนี้

แนวทางการศึกษาการใช้และตอบสนองของความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางจิตใจและสังคม (ซึ่งก่อให้เกิด)
2. ความต้องการและจำเป็นของบุคคล (และเกิดมี)
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ (แล้วนำไปสู่)
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ (อันก่อให้เกิดผลคือ)
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสมาคมห้องสมุดอเมริกัน (Library Administration and Management Association (LAMA) of the American Library Association)⁵ ได้ตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมห้องสมุดด้านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายประเภท เพื่อให้ห้องสมุดมีลักษณะที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย (user friendly) ซึ่งสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ก็ได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดหลายประเภท เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ แต่ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและปัจจัยหลายประการดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

⁴Katz, E.G. Blumler, and M. Gurevitch, "Utilization of mass communication by the individual," In J.G. Blumer and E. Katz, eds., The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (Beverly Hills, Calif: Sage, 1974), pp. 19-32 อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, "พฤติกรรมทางเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสารสื่อมวลชน," เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร, หน่วยที่ 11, (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547), น. 256.

⁵Dale Farris, "Powerful Public Relations: A How-To Guide for Libraries," Library Journal 127, 8 (May 1, 2002):141.

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51

อภิปรายผลได้นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ เห็นประโยชน์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคคอมส์ และ เบคเกอร์⁶ ที่ได้กล่าวถึงประโยชน์การใช้สื่อ ซึ่งมีอยู่ 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญพอควรที่จะเรียนรู้
2. เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
3. เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion)
4. เพื่อส่งเสริมความคิดหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
5. เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และความผ่อนคลายอารมณ์

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สาวิตรี หมวดเมือง⁷ วิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการ และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ของศาลปกครอง: ศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ” ในส่วนการใช้ประโยชน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารของศาลปกครองในระดับน้อย แต่มีความต้องการข่าวสารของศาลปกครอง และคิดว่าข่าวสารของศาลปกครองเป็นประโยชน์ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข่าวสารของศาลปกครองมาก มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของศาลปกครองในระดับมาก

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทภาพรวมในระดับน้อย แต่มีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในระดับมาก

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดในระดับความถี่สูงขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์

⁶ Maxwell McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1979), pp. 51-52.

⁷ สาวิตรี หมวดเมือง, “การศึกษาความต้องการ และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ของศาลปกครอง: ศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ,” (วิทยานิพนธ์หาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

ห้องสมุดประเภทนั้น ๆ สูงขึ้นด้วย อภิปรายได้ว่าความถี่ในการใช้บริการมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเอื้อบังอร นันทมนตรี⁸ ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา : เครือเคมิกภัณฑ์ซีเมนต์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด เป็นสื่อประเภทเดียวกับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้สอดคล้องกันในเรื่องประเภทสื่อ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับและความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับผลในการหาความสัมพันธ์ สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เอื้อบังอร นันทมนตรี พบว่าการเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ พนักงานที่เปิดรับข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมาก และจะได้รับประโยชน์จากข่าวสารประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ มาก

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทแตกต่างกัน

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทมากขึ้น จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแต่ละประเภทสูงขึ้นตามไปด้วย

พรทิพย์ พิมลสินธุ์⁹ ได้กล่าวถึง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่

1. งบประมาณ

สิ่งที่ต้องการให้ตระหนักในที่นี้ก็คือ สื่อที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์นั้นมีทั้งสื่อที่นักประชาสัมพันธ์ สามารถใช้การเผยแพร่ข่าวสารได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินและที่ต้องจ่ายเงิน เช่น หนังสือพิมพ์ที่ไม่ต้องจ่ายเงิน และโทรทัศน์ที่บ่อยครั้งต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อเวลาจากทางสถานี หรือ

⁸ เอื้อบังอร นันทมนตรี, “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา: เครือเคมิกภัณฑ์ซีเมนต์ไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

⁹ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), น. 8.

แม้แต่สื่อที่สถาบันผลิตขึ้นเอง เช่น เทปวีดีโอ แผ่นพับ รายงานประจำปี หรือ โปสเตอร์ เหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ดังนั้นถึงแม้คุณสมบัติของสื่อหนึ่งจะเหมาะสมที่สุด แต่ด้วยงบประมาณจำกัดก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสื่ออื่นได้

2. ประเภทของข่าวสาร

ข่าวสารบางประเภทอาจจะเหมาะสมสำหรับการออกข่าวทางหนังสือพิมพ์ เช่น กิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของหน่วยงาน แต่ข่าวสารบางอย่างอาจจะเหมาะแก่การทำเป็นรูปสไลด์ประกอบเสียง เช่น การแนะนำโครงสร้างและหน้าที่ขององค์กร

3. กลุ่มเป้าหมาย

บุคคลที่แตกต่างกันในสถานะเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองจะมีช่องทางการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้นในเมื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพได้นั้นจะต้องเป็นการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ เพศ วัย อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ ก็เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพในการรับสื่อแต่ละประเภท แตกต่างกันด้วย

4. ความพร้อมของบุคลากรและวัสดุอุปกรณ์

การที่จะทำการเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้สื่อหนึ่งสื่อใดเป็นเครื่องมือ นั้น หน่วยงานจะต้องมีความพร้อมทั้งคุณภาพและปริมาณของบุคลากร เพียงพอที่จะจัดทำข่าวนั้น ๆ ทั้งนี้วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ยังเป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นเดียวกัน

5. เวลา

เวลาเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ โดยผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหรือกิจกรรมบางอย่างที่ต้องเผยแพร่จึงต้องเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สังกัดที่ศึกษา และชั้นปี มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ส่วนตัวแปรทางด้าน อายุ และเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

สังกัดที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กล่าวคือ นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีสังกัดที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน¹⁰ ที่กล่าวว่า การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่

¹⁰ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2541), น. 112.

ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ

สังกัดที่ศึกษามีผลทำให้พฤติกรรมในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน ซึ่งมีเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น หลักสูตรการเรียนการสอน งานหรือที่อาจารย์ประจำสาขามอบหมายให้ทำ ทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเพื่อเข้าถึงข้อมูลมีความแตกต่างกัน

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กล่าวคือนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ เพศหญิงและเพศชาย มีโอกาสเท่ากัน ในการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กล่าวคือนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ของปรมา สตะเวทิน ที่กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มากกว่าคนที่มีอายุมากที่มักจะมีความคิดแบบอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่า คนอายุน้อย ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีสาเหตุมาจากประสบการณ์ชีวิต ผ่านยุคเข็ญต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนอายุน้อย จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน

ชั้นปี มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กล่าวคือนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่ศึกษาในชั้นปีที่ต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกับนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่ศึกษาอยู่ชั้นปีสูงขึ้น จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากขึ้น เนื่องจากมีการศึกษาค้นคว้าในรายวิชาเพิ่มขึ้น และหลักสูตรการศึกษาในระดับชั้นปีที่สูงขึ้นมีการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ การทำวิทยานิพนธ์ มีผลทำให้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมากขึ้นเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์” ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. สำนักหอสมุดควรมีการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกมากขึ้น เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่าความถี่ในการเปิดรับ และระดับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในเกณฑ์น้อยถึงปานกลาง แม้ว่าสำนักหอสมุดจะมีสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดหลากหลายประเภท ตามที่ได้ศึกษาถึง 24 ประเภท โดยแบ่งเป็นสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ

2. ควรประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ และให้มีความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ เพราะผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าเว็บไซต์เป็นสื่อที่ผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท เปิดรับมากที่สุด และมีความพึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนี้นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ มีการเปิดรับและความพึงพอใจสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน ในระดับมากเช่นกัน จึงควรมีรักษาคุณภาพการปฏิบัติงานที่ดีเช่นนี้ต่อไป และสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนบริการทุกส่วน รักษานบริการและทำหน้าที่บริการอย่างดีเลิศ

3. สำนักหอสมุดควรมีการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์ สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ พบว่าภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด อยู่ในระดับมาก แต่ความถี่ในการเปิดรับ และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอยู่ในระดับน้อย ถึง ปานกลาง ซึ่งมีความแตกต่างที่เป็นประเด็นศึกษาในการจัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังที่ พรทิพย์ พิมลสินธุ์¹¹ ให้ความเห็นในเรื่องการเลือกสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หลักการพิจารณาเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนใหญ่พบว่านักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศเน้นที่คุณสมบัติข้อดี และข้อเสีย หรือจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละสื่อ โดยมิบางกลุ่มใช้การเปรียบเทียบระหว่างสื่อต่าง ๆ ซึ่งการเปรียบเทียบดังกล่าวนั้นจะเป็นการเปรียบเทียบทั้งเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้อาศัยผลการวิจัย

¹¹ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์, น. 8.

ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรับข่าวสารของประชากรกลุ่มเป้าหมายในลักษณะการวิจัยต่าง ๆ เป็นข้อมูลที่จะช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกสื่อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาต่อยอดในประเด็นเจาะลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของกลุ่มเป้าหมายทุกประเภท เช่น อาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัย นักศึกษาทั้งระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับปริญญาโท และนักศึกษาระดับปริญญาเอก โดยนำการศึกษาครั้งนี้เป็นผลการศึกษาเบื้องต้นในการศึกษาต่อยอด เพื่อนำผลมาปรับแผนการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด และประเมินผลในเรื่องการกำหนดนโยบายในด้านงบประมาณของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและประสิทธิภาพสูงสุด
2. ควรมีการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจในบริการต่าง ๆ ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับห้องสมุดของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อให้เห็นถึงความเหมือนและความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับ ความพึงใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้บริการ