

การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์
ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ*

The Operation of Strategies Adoption on Social Media
Use of Public University Library

รัตติยากร สาลีผลิน (Rattiyakorn Saleepalin)**

ศศิพิมล ประพินพงศกร (Sasipimol Prapinpongsakorn)***

ศุภรชชตรา แสนวา (Sumattra Saenwa)****

*ปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**นิสิตปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

rattiyakorn.saleepalin@swu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

sasipimol@g.swu.ac.th

****อาจารย์, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

sumattra@g.swu.ac.th

ได้รับบทความ: 21 ม.ค. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 12 ม.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI:

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการใช้อินเทอร์เน็ตของห้องสมุดและ
การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ โดยใช้
วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ บุคลากรห้องสมุดผู้รับผิดชอบการใช้อินเทอร์เน็ต
ของห้องสมุด จำนวน 14 คน จากห้องสมุด 14 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ที่กำหนด
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการใช้อินเทอร์เน็ต

ออนไลน์ของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแนะนำบริการและทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เพื่อการประชาสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ รวมถึงประสานงานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์มแต่จะใช้เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มหลักที่แบ่งปันไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ ความถี่ในการโพสต์เฉลี่ยวันละ 1-3 ครั้ง ทั้งในเวลางานและนอกเวลางาน รูปแบบที่โพสต์มีความหลากหลาย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีทัศน์ รูปภาพ เป็นต้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด พบว่า

- 1) ด้านการกำหนดนโยบาย ห้องสมุดมีเพียงแนวปฏิบัติหรือข้อตกลงร่วมกันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดแต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เป็นลายลักษณ์อักษร
- 2) ด้านการกำหนด วัตถุประสงค์และเป้าหมาย มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากร รวมทั้งการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้ โดยมีเป้าหมายให้ผู้ใช้รับรู้เกี่ยวกับการบริการของห้องสมุดและเป็นที่รู้จักมากขึ้น
- 3) ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย มีการกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นที่นิสิต/นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในสถาบันอุดมศึกษาเป็นหลัก
- 4) ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบ สื่อสังคมออนไลน์ มีการกำหนดผู้รับผิดชอบและขอบข่ายงานโดยตรง และหน่วยงานสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาทักษะและความชำนาญในงานที่เกี่ยวข้อง
- 5) ด้านการดำเนินงาน มีการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของห้องสมุด ภาษาที่ใช้มีทั้งทางการและกึ่งทางการ และโดยมากตอบคำถามผู้ใช้แบบเรียลไทม์ ใช้เทคนิคในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น การโพสต์คำบรรยายตามกระแสของสังคม เป็นต้น
- 6) ด้านการประเมินผล มีการประเมินผลหลากหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของเฟซบุ๊กแฟนเพจ การใช้แบบสอบถาม การติดตามกระแสตอบรับผ่านแฮชแท็ก เป็นต้น เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาบริการของห้องสมุดและการทำงานของบุคลากรที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

Abstract

This research aims to study the conditions of using social media in public university libraries and strategies for using social media at public university libraries by using qualitative research methods. The main informants were 14 library personnel who were responsible for

using social media from 14 libraries by selected from a specific selection based on the specified criteria. The research tool was a semi-structured interview. The research found that social media usage conditions were used to introduce library services and information resources, including public relations communication inside and outside the library. However, facebook was chosen as the main platform for sharing information with others. The average frequency of posting on facebook was 1-3 times a day, including both during work hours and after work hours. The posting formats are various such as infographics, videos and pictures. The strategy for using social media consisted of six processes: (1) Policy that is not a writing policy, concerning the guideline and agreement of library social media usage; (2) the definitions of the objectives and goals as a standard way of work for staff, including communication and building a good relationship with users; (3) the definition of the target group mainly focused on students, teachers and university staff; (4) the definition of social media was the responsibility of the personnel and most were defined as a team with clearly divided duties and training support; (5) operational aspects, consisting of library activity content postings in both formal and informal language. Most of these processes frequently answered users in real-time by using interesting content construction, such as social media caption of social trends; and (6) an evaluation consisting of various methods, such as facebook page insight, survey and the monitoring of responses to trends through hashtags. This can lead to the improvement and development of library services and staff who are responsible for social media to be more efficient.

Keywords : Social media strategy, Social media, University library

บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ผู้คนทั่วโลกสามารถใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ต่างๆ เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การรับข่าวสาร การทำธุรกิจ เป็นต้น จากการสำรวจของ Hootsuite ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์และการแก้ปัญหาการตลาดได้รวบรวมสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ในปี 2562 พบว่า คนทั่วโลกมีการใช้อินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 6 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน และการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยสูงเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยมีระยะเวลาที่ใช้ 9 ชั่วโมงต่อวัน ประชากรไทยผู้ที่มีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์มีจำนวน 51 ล้านคน จากจำนวนประชากรประเทศไทยทั้งหมด 69.24 ล้านคน (สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก 2019 คนไทยใช้ติดเน็ตมากสุดในโลก, 2562) โดยพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจากการสำรวจปี 2562 พบว่า ใช้สื่อสังคมออนไลน์จากกิจกรรมที่ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด (สรุปพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตคนไทยในปี 2561, 2562) เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ออกแบบมาเพื่อรองรับการสร้าง แบ่งปัน แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในวงกว้าง ทำให้องค์กรต่างๆ รวมถึงห้องสมุดนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ให้เกิดประโยชน์

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมการเรียนการสอน การวิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและบริการทางวิชาการแก่สถาบันอุดมศึกษาทุกระบบการศึกษาและสังคม ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงและผู้รับบริการพึงพอใจโดยมีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายรูปแบบ (สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย, 2549) รวมถึงเป็นแหล่งศึกษา ค้นคว้า วิจัยของนิสิต/นักศึกษา อาจารย์และบุคลากร ห้องสมุดจำเป็นต้องปรับรูปแบบการให้บริการโดยมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาช่วยด้านการบริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้สะดวกในการเข้าถึงข้อมูล รับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ สร้างความร่วมมือกันระหว่างห้องสมุด ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อีกทั้งทำให้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านสถานที่ และเวลา

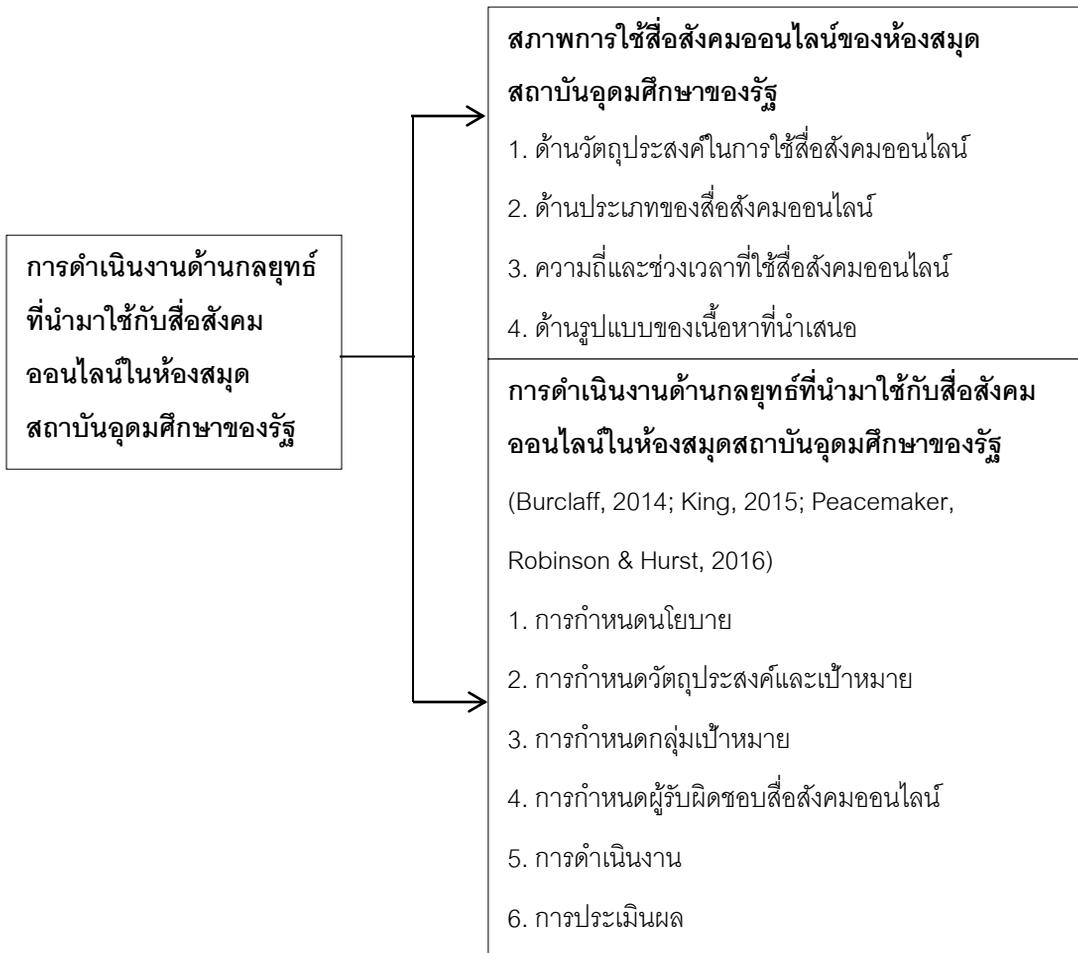
จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่าห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทุกแห่งมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการให้บริการ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น ซึ่งมีการใช้ในหลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไปอาจเป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกัน รวมถึงผู้ใช้ที่มีความแตกต่างกัน การใช้ในหลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไปจะช่วยให้สารสนเทศที่ห้องสมุดเผยแพร่ส่งไปถึงผู้ใช่มากกว่าการใช้เพียงแพลตฟอร์มเดียว และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดไม่ได้มีการวางแผนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จึงแนะนำให้มีการพัฒนานโยบายสื่อสังคมออนไลน์ในสถาบันอุดมศึกษา (Chitumbo, 2015, น.37) ห้องสมุดส่วนใหญ่ยังขาดการบริหารจัดการที่ดี โดยผู้บริหารห้องสมุดให้ความสำคัญกับการใช้เฟซบุ๊กค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดปัญหาด้านการดำเนินงานเฟซบุ๊กที่ขาดความต่อเนื่องและมีประสิทธิผล เห็นได้จากการไม่ได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กอย่างชัดเจน แต่ใช้นโยบายหรือแผนการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การใช้ห้องสมุดเป็นแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก การกำหนดผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดเป็นผู้ที่มีภาระงานประจำอื่นที่ต้องรับผิดชอบ อีกทั้งยังพบปัญหาผู้รับผิดชอบไม่มีทักษะในการออกแบบกราฟิก

เพื่อนำเสนอบนเฟซบุ๊กที่น่าสนใจ ขาดทักษะการประชาสัมพันธ์ ขาดการประสานงานที่ดีในคณะทำงาน และการกำหนดผู้รับผิดชอบไม่เหมาะสม และเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีจำนวนสมาชิกน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษา อาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัย (วงศกร ชัยรัตน์ธาวรร, 2557, น.84-89) ส่วนด้านนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์องค์กรขาดการวางแผนและไม่มีกำหนดนโยบายและเป้าหมายการนำมาใช้อย่างชัดเจน และพบปัญหาด้านการนำไปใช้งาน คือ ส่วนใหญ่ยังใช้ไม่ได้ ไม่เต็มความสามารถหรือฟังก์ชันที่มีอยู่ และบุคลากรไม่มีเวลาในการเรียนรู้งาน (จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, 2558, น. 61) ดังนั้นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดยังคงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นกับทุกหน่วยงาน ไม่เว้นแต่หน่วยงานห้องสมุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ว่าควรทำอย่างไรห้องสมุดจึงจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิผลมากที่สุดทั้งในด้านการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับผิดชอบ การดำเนินงาน และการประเมินผล แต่จากการสำรวจเบื้องต้นยังไม่พบบางงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาในแง่มุมกลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เพื่อให้ทราบถึงว่าห้องสมุดในปัจจุบันมีสภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไรบ้าง และมีการดำเนินงานด้านกลยุทธ์อย่างไรในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นแนวทางให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและห้องสมุดประเภทอื่นๆ นำไปใช้ในการวางแผนและดำเนินงานการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดให้ประสบความสำเร็จ มีความน่าเชื่อถือ สร้างการยอมรับและความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุดแก่สังคมและชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตและวิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยนี้ได้แก่ บุคลากรห้องสมุดที่รับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 14 คน จากห้องสมุดฯ 14 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบ

เจาะจงตามเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดไว้ คือ 1) เป็นบุคลากรห้องสมุดที่มีตำแหน่งบรรณารักษ์หรือตำแหน่งอื่นที่มีส่วนรับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 2) เป็นผู้รับผิดชอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดไม่น้อยกว่า 1 ปี และ 3) ห้องสมุดแห่งนั้นมีเฟซบุ๊กแฟนเพจและมียอดผู้กดติดตามไม่น้อยกว่า 10,000 บัญชี (Facebook account) (สำรวจเดือนมีนาคม 2563) ทำให้มีห้องสมุดที่อยู่ในเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 14 แห่ง ได้แก่ สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักหอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำนักหอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ สำนักบรรณสารสนเทศมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด การดำเนินงานด้านกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแนวคำถามสัมภาษณ์
2. สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลภูมิหลังของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ตำแหน่งงาน วุฒิการศึกษา อายุ ประสบการณ์ที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด และภาระงานที่รับผิดชอบ 2) สภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด ครอบคลุมถึงประเด็นวัตถุประสงค์ในการใช้ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ ความถี่ในการโพสต์ ช่วงเวลาที่โพสต์และรูปแบบการโพสต์ 3) กลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยมีกรอบแนวคิด 6 ด้าน ซึ่งได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Burclaff, 2014; King, 2015; Peacemaker, Robinson, & Hurst, 2016) ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล โดยผู้วิจัยกำหนดแนวคำถามสัมภาษณ์ทั้งประเด็นใหญ่และย่อยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย
3. ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการประเมินความตรงตามเนื้อหาด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามสัมภาษณ์มีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ นอกจากนี้ผู้ทรงคุณวุฒิ

ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เช่น แก้ไขการใช้ภาษาให้สื่อความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น และเสนอให้เพิ่มคำถามย่อยในประเด็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การพัฒนาการเปลี่ยนแปลงในการบริหารและบริการของห้องสมุดหรือไม่ อย่างไร จากนั้นผู้วิจัยแก้ไขปรับปรุงแล้วนำไปทดลองสัมภาษณ์กับบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดที่ไม่ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน จากห้องสมุด 3 แห่ง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ชัดเจนในข้อคำถามต่างๆ และทำการทบทวนและแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G-020/2563X โดยได้รับผลการพิจารณาว่าเป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC) เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2563 และดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองระหว่างเดือนพฤษภาคม-เดือนกรกฎาคม 2563 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ และผ่านเครื่องมือออนไลน์ Zoom (เนื่องจากอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19)

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มามีความเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาจากการอิมิตัวของข้อมูลที่ได้มาว่าสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ตามกรอบแนวคำถามครบถ้วนหรือไม่เพียงใด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ร่วมกับการจัดกลุ่มข้อมูลและสรุปผลเชิงพรรณนา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ภูมิหลังของบุคลากรผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด

บุคลากรส่วนใหญ่มีตำแหน่งบรรณารักษ์และนักเอกสารสนเทศ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ อายุระหว่าง 38-57 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มของคนยุค Generation X และ baby boomers มีประสบการณ์ที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดตั้งแต่ 2-12 ปี โดยมีบุคลากรที่มีภาระงานในการรับผิดชอบดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดโดยเฉพาะเป็นงานหลัก และสามารถนำไปใช้ประเมินสมรรถนะการทำงาน (Key Performance Indicator: KPI) ของตนเองได้ สำหรับงานที่รับผิดชอบจะเน้นการสร้างสื่อ การโพสต์ การตอบคำถาม การประชาสัมพันธ์

การรับข้อร้องเรียน รวมถึงดูแลภาพลักษณ์ของห้องสมุดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่จะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการคิดเนื้อหา สร้างสื่อ และการตอบคำถามผู้ใช้ นอกจากนี้ยังมีงานรับผิดชอบอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเป็นงานรอง เช่น งานบริการ งานสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นต้น

2. สภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

2.1 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ ดังนี้ 1) เพื่อแนะนำบริการต่างๆ ของห้องสมุด ทั้งบริการใหม่และบริการเก่าที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักหรือมีผู้ใช้บริการน้อยสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกัน เพื่อให้ผู้ใช้รับรู้ว่ามีบริการอะไรบ้าง ซึ่งบางบริการผู้ใช้อาจไม่ทราบว่ามีการให้บริการในห้องสมุด เช่น บริการเขียนบรรณานุกรมด้วยโปรแกรม EndNote บริการตรวจสอบความซ้ำซ้อนของผลงานวิชาการ ฯลฯ โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ที่ไม่สามารถเปิดบริการได้ตามปกติ ห้องสมุดได้เน้นการแนะนำบริการออนไลน์ที่จำเป็นเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้ เช่น บริการยืมหนังสือออนไลน์ การชำระค่าปรับออนไลน์ และบริการจัดส่งหนังสือถึงบ้านทางไปรษณีย์ เป็นต้น 2) เพื่อแนะนำทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เช่น หนังสือ วารสาร ฐานข้อมูล เป็นต้น โดยเฉพาะทรัพยากรสารสนเทศที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้หรือเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังเลือกทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจตามเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสในขณะนั้น 3) เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารบริการและกิจกรรมของห้องสมุด รวมทั้งใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการในการบริการตอบคำถามและรับข้อร้องเรียนจากผู้ใช้ และ 4) เพื่อติดต่อสื่อสารมอบหมายงานกับบุคลากรภายในห้องสมุด เนื่องจากห้องสมุดทุกแห่งมีไลน์กลุ่มของบุคลากรภายในห้องสมุดทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานและประหยัดค่าใช้จ่ายขององค์กร ตลอดจนมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบรรณารักษ์ห้องสมุดอื่น โดยเฉพาะบุคลากรที่อยู่ในกลุ่มงานเดียวกันเพื่อประสานงานก่อนการส่งหนังสืออย่างเป็นทางการอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ตันจะโร และ พิมพ์วิภา ไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) พบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำนวนมากใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสาร กับผู้ใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยใช้ในการประชาสัมพันธ์ และการแนะนำบริการของห้องสมุด งานวิจัยของแววตา เตชะทวิวรรณ (2555) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บ 2.0 ของห้องสมุด ได้แก่ ด้านการอ่านข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุดอื่น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การติดตามข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลในกลุ่มบรรณารักษ์ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และการแนะนำหนังสือหรือแหล่งสารสนเทศกับผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของปริศนา ปรมัชฌิมา (2557) พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ มีการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในเครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับงานบริการสารสนเทศ โดยใช้ในการบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการชี้แนะแหล่งสารสนเทศ การบริการสารสนเทศทันสมัย ใช้บริการสืบค้นสารสนเทศ

จากฐานข้อมูล ใช้บริการจัดส่งสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างสถาบัน ใช้บริการสำเนาหน้าสารบัญและ ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ และมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและ กิจกรรมต่างๆ ใช้เพื่อการสื่อสารองค์กร ทำคลังภาพแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลสื่ออื่นๆ และงานวิจัยของ โอควางเฮง (Okuonghae, 2018) พบว่า บรรณารักษ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสาร แบบไม่เป็นทางการ โดยใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน การบรรยายและการสัมมนา

2.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ห้องสมุดใช้มากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์@ และทวิตเตอร์ เพราะสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์มมีข้อดีและข้อจำกัด ที่แตกต่างกัน เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ทำให้มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก นอกจากห้องสมุดสามารถใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการแนะนำบริการและทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด การประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นช่องทางที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ ของห้องสมุดได้อย่างดีและทำให้ห้องสมุดสามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้ง่าย รวมถึงไลน์@ และทวิตเตอร์ ซึ่งมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้ใช้บริการห้องสมุดมีลักษณะนิสัยและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ต้องการข้อความที่สั้นกระชับเข้าใจง่าย ต้องการติดตามกระแสและแนวโน้มผ่านทวิตเตอร์ ต้องการ สนทนาส่วนตัว หรือการรับข่าวสารจากการบรอดแคสต์ของไลน์@ เป็นต้น ดังนั้นห้องสมุดจึงใช้สื่อสังคม ออนไลน์หลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตัมโบ (Chitumbo, 2015) พบว่า ด้านความนิยมในการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบรรณารักษ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย แคมเบีย พบว่า นิยมใช้ 3 อันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และยูทูป งานวิจัยของพีชเมกเกอร์ และคนอื่นๆ (Peacemaker et al., 2016) พบว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญต่อกลยุทธ์การสื่อสาร ของห้องสมุด โดยสื่อสังคมออนไลน์ถูกรวมเข้ากับการและกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุด และงานวิจัยของ เดวีโดวาและคนอื่นๆ (Davydova, Marina, Slianyk, & Syerov, 2019) พบว่า ในปี 2019 สื่อสังคม ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของห้องสมุดในยุคนี้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์

2.3 ด้านความถี่และช่วงเวลาในการโพสต์ พบว่า ห้องสมุดมีความถี่ในการโพสต์เฉลี่ย วันละ 1-3 ครั้ง เนื่องจากในแต่ละวันถ้าไม่โพสต์อะไรเลยจะทำให้ไม่มีตัวตน จึงไม่ควรปล่อยให้เพจว่าง และการโพสต์ถี่เกินไปในแต่ละวันทำให้แยงการมองเห็นกันเองของโพสต์ และทำให้ผู้ใช้เกิดความรำคาญ จนอาจจะเลิกติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดได้ โดยโพสต์ตอบคำถามทั้งในเวลางาน (office hours) และนอกเวลางาน เนื่องจากผู้ส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาหลังจากเลิกเรียนหรือ เลิกงาน แต่ในกรณีที่เป็นคำถามที่ไม่เร่งด่วน เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาในการสืบค้น หรือในช่วงเวลา ที่ดีกจนเกินไป ผู้ปฏิบัติงานเลือกที่จะรับเรื่องและกลับมาตอบคำถามนั้น ๆ ในเวลางาน โดยจะมีข้อความ

ตอบกลับอัตโนมัติว่าได้รับเรื่องแล้วบรรณารักษ์จะกลับมาตอบให้เร็วที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับวีรพงษ์ พวงเล็ก (2561, น.24) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจ กล่าวว่าการโพสต์อย่างน้อยวันละ 3 ครั้ง เพื่อเป็นการสร้างความถี่ให้กับกลุ่มผู้รับสารได้เข้ามาเห็นโพสต์เป็นประจำ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของกัลยา ตันจะโร และ พิมพรีาไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) พบว่า ความถี่ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมไม่มีความแน่นอน เพราะห้องสมุดมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุดต่อเมื่อมีความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นทุกวัน และไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนล่วงหน้าได้ และวงศกร ชัยรัตนถาวร (2557) พบว่า มีความถี่ในการโพสต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

2.4 ด้านเนื้อหาและรูปแบบที่โพสต์ พบว่า เนื้อหาที่โพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเกี่ยวกับการบริการและการประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆ รูปแบบที่โพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดมีความหลากหลาย ได้แก่ อินโฟกราฟิก วิดีทัศน์ รูปภาพและลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังทรัพยากรสารสนเทศหรือชี้แหล่งไปยังแหล่งข้อมูลนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการใช้มัลติมีเดีย การเล่นเกมตอบคำถาม ชิงรางวัลและการถ่ายทอดสด (live) กิจกรรม บริการและการอบรมของห้องสมุด โดยใช้ข้อความประกอบคำบรรยายเพื่ออธิบายขยายความจากสื่อที่นำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับสารสนเทศที่ครบถ้วน การสร้างสื่อขึ้นอยู่กัระยะเวลาในการเผยแพร่ ซึ่งถ้าเป็นเรื่องที่ห้องสมุดต้องการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์เป็นเวลานานสื่อที่นำออกมาต้องมีความสวยงาม สะดุดตาพาดหัวเรื่องน่าสนใจ ซึ่งต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบและเวลาในการสร้างสื่อ แต่ถ้าสื่อที่มีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สั้นๆ จะนำเสนอโดยใช้รูปภาพประกอบคำบรรยาย เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานเห็นว่ามีระยะเวลาในการเผยแพร่น้อย ไม่อยากเสียเวลาในการทำมากนัก เช่น วันเวลาเปิดปิดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงศกร ชัยรัตนถาวร (2557) พบว่า เนื้อหาที่น่าสนใจบนเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุด โดยรูปแบบการนำเสนอที่ใช้มากที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ และงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่า ใช้ภาพประกอบตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่ายจากบรรยายจริง ซึ่งทำให้ภาพมีความสมจริง สื่ออารมณ์ออกมาได้ชัดเจน

3. การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการกำหนดนโยบาย พบว่า ผู้บริหารห้องสมุดให้ความสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากถือว่าเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และมีความสำคัญในปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้เป็นที่รู้จักกับผู้ใช้หรือบุคคลอื่นๆ มากขึ้น โดยมีการประชุม

เฉพาะทีมแอดมินเมื่อมีเรื่องเร่งด่วน เมื่อมีปัญหาหรือต้องปรึกษาหารือทำข้อตกลงร่วมกัน มีเพียงบางห้องสมุดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการซื้อ@ และมีเพียงข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติร่วมกันเท่านั้นทางด้านการโพสต์ การตอบคำถาม และข้อยกเว้นต่างๆ เช่น แนวปฏิบัติในการโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยการโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ต้องมีความสุภาพ ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ถ้า นำข้อมูลหรือรูปภาพมาจากที่อื่นต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา ไม่โพสต์เรื่องที่เกิดความขัดแย้งทั้งเรื่องการเมือง ศาสนาและความเชื่อ ไม่พาดพิงบุคคลที่ 3 โดยไม่ได้รับอนุญาต คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ การตอบคำถามต้องตอบในเชิงบวกและต้องไม่ทำให้ห้องสมุดเสียหาย เป็นต้น แต่ยังไม่มีการกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ต้นจะโร และ พิมพวิภา ไพ ปรรมสมิทธิ์ (2555) ที่พบว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยพบปัญหาด้านการจัดการที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ นโยบายการใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่ชัดเจน อาจเป็นเพราะห้องสมุดเพิ่มเริ่มมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้งานประชาสัมพันธ์ จึงไม่ได้มีการวางนโยบายและแผนงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของวงศกร ชัยรัตน์ถาวร (2557) พบว่า ห้องสมุดไม่มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเฟซบุ๊กโดยตรงแต่แฝงอยู่ในนโยบายการประชาสัมพันธ์และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์ (2558) พบว่า ขาดการวางแผนการนำมาใช้งาน และไม่มีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการนำมาใช้อย่างชัดเจน แต่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการกำหนดนโยบายการใช้งาน เพื่อให้บุคลากรทราบกฎเกณฑ์ในการใช้งานร่วมกัน

3.2 ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย พบว่า ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากร รวมทั้งการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการของห้องสมุดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งกับนิสิต นักศึกษา อาจารย์ รวมถึงบุคคลภายนอก และการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบรรณารักษ์กับผู้ใช้บริการ รวมทั้งการรับข้อร้องเรียนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นด้วย ซึ่งมีตัววัดความสำเร็จที่เกิดขึ้น คือ การได้รับกระแสตอบรับจากผู้ใช้งานทั้งด้านการเข้าร่วมกิจกรรม การเยี่ยมทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น และห้องสมุดมีการกำหนดเป้าหมายของทีม คือ ต้องการให้ผู้ใช้รับรู้เกี่ยวกับบริการของห้องสมุดและเป็นที่รู้จักมากขึ้น การมีผู้ติดตามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพิ่มขึ้นทุกปี ห้องสมุดเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้ใช้รู้ว่าห้องสมุดมีบริการใดบ้าง ซึ่งสามารถดูได้จากยอดที่ผู้ใช้เห็นโพสต์ (Reach) และยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) และทรัพยากรรวมถึงบริการของห้องสมุดที่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถูกนำไปใช้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของอักพอฮอเนอร์ และ โอลิส (Akporhonor & Olise, 2015) พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมห้องสมุด คือ เพื่อส่งเสริมห้องสมุดและบริการช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสารสองทาง ทำให้ห้องสมุดสามารถสื่อสารกับผู้ใช้ได้ง่าย ใช้ในการรับข้อเสนอแนะช่วยสร้างความภักดีและประหยัดค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับบทความของคาแมน และ ชัวเวอริง (Kahmann, & Schwering, 2018) กล่าวถึงเหตุผลที่ห้องสมุดสมัยใหม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อยกระดับการรับรู้และการมองเห็นของห้องสมุด เพื่อนำเสนอห้องสมุดในฐานะที่ทันสมัย เป็นการเปิดใช้งานกับผู้ใช้โดยตรงสร้างความน่าเชื่อถือในฐานะผู้ให้บริการดิจิทัลและการสร้างเครือข่ายร่วมกัน งานวิจัยของอีเกวี (Igwe, n.d.) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ที่ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ส่งเสริมการบริการของห้องสมุด การประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มการใช้ห้องสมุด เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลได้ดีขึ้นเป็นช่องทางในการรับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ เพื่อสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างบรรณารักษ์หรือห้องสมุดอื่นและผู้ใช้ และเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของห้องสมุด และงานวิจัยของอุไวรอรรณ ใจหาญ และขวัญชฎิล พิศาลพงศ์ (2560) พบว่า นักศึกษามีความต้องการใช้บริการสารสนเทศและติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับห้องสมุด โดยมีความต้องการบริการสารสนเทศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก ได้แก่ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการเผยแพร่ไฟล์บันทึกการบรรยาย และบริการสืบค้นสารสนเทศตามที่ใช้ร้องขอและส่งผลการค้นสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์

3.3 ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นทางการ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นิสิต นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคคลภายนอก และมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายซึ่งมุ่งเน้นที่กลุ่มเป้าหมายหลักเพื่อให้ห้องสมุดทราบพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อนำมาสร้างโพสต์หรือกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ และเกิดประโยชน์มากขึ้น ได้แก่ การดูข้อมูลเชิงลึกของเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือ Analytics Google การทำ Focus group การวิเคราะห์เชิงพฤติกรรม และการจัดกิจกรรมออกบูท ซึ่งสอดคล้องกับสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2561) กล่าวถึงสถานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้มีการจัดจ้าง outsource เพื่อทำการโปรโมทเพจเพิ่มยอดจำนวนสมาชิกเพจ โดยนำฐานข้อมูลเชิงลึกมาทำการวิเคราะห์ อาทิ การเข้าถึงโพสต์ ด้านความรู้สึก ด้านความคิดเห็น การแชร์และอื่นๆ ยอดรวมการรับชม หรือจำนวนรวมของผู้ที่ได้รับชมเพจ เป็นต้นแล้วทำการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เข้าชม รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และปรับแก้ไขอยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนงศ์ลักษณ์ ถวัลย์ภิชัย (2558) พบว่า ชุมชน (Community) เป็นสิ่งสำคัญ องค์กรต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องเข้าใจว่า

กลุ่มเป้าหมายใช้สื่อสังคมออนไลน์ และใช้งานออนไลน์เวลาใดบ้าง ควรทำความเข้าใจและเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

3.4 ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดผู้รับผิดชอบและขอบข่ายงานโดยตรง ในด้านการคิดเนื้อหา การสร้างสื่อ การโพสต์ และการตอบคำถาม ซึ่งส่วนใหญ่มีการกำหนดเป็นภาระงานหลัก เนื่องจากการดูแลสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลา ทั้งการคิดเนื้อหา การสร้างสื่อ การตอบคำถาม ทำให้ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดต้องทำเกินภาระงานที่กำหนด แต่มีบางห้องสมุดที่ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นงานรอง เนื่องจากเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งในการประชาสัมพันธ์เท่านั้น รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาทักษะและความชำนาญในงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยเชิญวิทยากรมาจัดการอบรมภายใน รวมถึงการส่งบุคลากรออกไปอบรมภายนอก หากผู้ปฏิบัติงานรู้สึกสนใจหรือหัวข้อการอบรมไหนที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาสนับสนุนให้การดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดดีขึ้น ได้แก่ โปรแกรมผลิตสื่อ อบรมการเขียนเนื้อหา การเขียนข่าวให้น่าสนใจ และผู้ปฏิบัติงานมีการศึกษาด้วยตนเองด้วยเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่มีกระแส ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตลอด จึงจำเป็นต้องหมั่นดูเทรนด์ (Trend) ในขณะนั้น เพื่อสร้างสื่อให้น่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอะบอค และควินยา (Abok & Kwanya, 2016) พบว่า ห้องสมุดควรจัดอบรมการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด งานวิจัยของกัลยา ต้นจระไร และ พิมพรีราไพ เปรมสมิทธิ (2555) พบว่า ผู้รับผิดชอบหลักในการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ คือ บรรณารักษ์ เพราะบรรณารักษ์เป็นผู้ที่ต้องทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของห้องสมุดแก่ผู้ใช้บริการและเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลของห้องสมุดที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการมากที่สุด และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศราวณะวงค์ (2558) พบว่า ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมากที่สุด คือ ต้องการให้มีการฝึกอบรมเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และทักษะความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะสื่อที่น่าสนใจ ใช้งานง่าย และสอนการใช้งานเชิงลึก

3.5 ด้านการดำเนินงาน พบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนกิจกรรมการโพสต์ มีเพียงบางห้องสมุดที่มีการวางแผนกิจกรรมการโพสต์เป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี โดยมีการกำหนดว่าในแต่ละวันจะโพสต์เรื่องใดบ้าง แต่ไม่ค่อยเป็นไปตามแผนกิจกรรมที่วางไว้ เนื่องจากมีเรื่องสำคัญแทรกเข้ามาจึงต้องโพสต์เรื่องนั้นๆ ก่อน รวมถึงผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดมีภาระงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย ไม่ได้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่า มีการวางแผนในเนื้อหาที่สื่อสารออกไป มีการกำหนดโพสต์

ในแต่ละสัปดาห์ โดยมีการศึกษาว่าสมาชิกให้ความสนใจหรือติดตามโพสต์ในรูปแบบการสื่อสารใด เนื้อหาที่โพสต์ขึ้นอยู่กับเอกลักษณ์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์ม ซึ่งห้องสมุดทุกแห่งใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นแพลตฟอร์มหลักและแชร์ไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ เนื่องจากเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางที่มีผู้ติดตามมากที่สุดทำให้สามารถเข้าถึงคนได้ง่าย ใช้งานง่าย สะดวกที่สุด และไม่มีข้อจำกัดทางด้านารโพสต์สามารถเล่นคอนเทนต์ได้มากกว่าสื่ออื่น ภาษาที่ใช้ควรใช้ภาษาที่เป็นทางการและกึ่งทางการขึ้นอยู่กับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความแต่คงความสุภาพไว้ ทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจต่อสารนั้น การโต้ตอบกับผู้ใช้แบบเรียลไทม์มีการกำหนดระยะเวลาในการตอบไม่เกิน 15 นาที ถ้าเป็นนอกเวลาจะมีข้อความตอบกลับอัตโนมัติเพื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าเรารับเรื่องไว้แล้วจะรีบกลับมาตอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอบทความ มีการใช้ภาพประกอบเนื้อหา ภาพส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้สอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ มีการใช้คำที่เหมาะสม สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ใช้ภาษาแบบกึ่งทางการมีความเป็นกันเองและงานวิจัยของณัฐนันท์ กองจริต และ ชุติมา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่า การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจนจะดึงดูดความน่าสนใจในการอ่าน เพราะสามารถเข้าใจได้ง่ายและตรงไปตรงมาของสารในเนื้อหาที่เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจต้องการจะสื่อสาร รวมทั้งมีการตอบสนองต่อการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งการกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น การตอบเนื้อหาผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกเป็นกันเอง และมีการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงพอต่อความจำเป็น ได้แก่ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างสื่อ และอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับด้านเทคนิคการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ พบว่า ห้องสมุดที่เป็นกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลหลักมีเทคนิคหรือกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจที่สามารถดึงดูดผู้ใช้ ดังนี้

3.5.1 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้ถูกแพลตฟอร์ม เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น เฟซบุ๊ก นำเสนอเนื้อหาได้หลากหลาย เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีทัศน์ ลิงก์ เป็นต้น ไลน์@นำเสนอเนื้อหาด้วยการบรอดแคสต์ที่ส่งข้อมูลในครั้งเดียวไปยังผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนได้ครบทุกคน แต่มีข้อจำกัดด้านจำนวนการบรอดแคสต์ อีกทั้งสามารถใช้ในการสนทนาส่วนตัวกับผู้ใช้ได้ ยูทูป เน้นการนำเสนอด้วยวิดีโอ อินสตาแกรมนำเสนอรูปภาพ และทวิตเตอร์นำเสนอด้วยข้อความที่สั้น กระชับ มีจุดเด่นด้านการติดแฮชแท็กทำให้ห้องสมุดสามารถดูเทรนด์ต่างๆ ได้จากทวิตเตอร์ ซึ่งในการโพสต์แต่ละแพลตฟอร์มควรมีช่วงเวลาในการโพสต์ที่เหลื่อมกัน เช่น การโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กในช่วง 10.00-11.00 น. ควรจะโพสต์ผ่านแพลตฟอร์มอื่นของห้องสมุดในช่วงบ่าย หรือวันถัดไป เป็นต้น เนื่องจาก

ถ้าโพสต์เนื้อหาพร้อมกันในทุกแพลตฟอร์มจะทำให้ผู้ใช้ที่เห็นโพสต์พร้อมกันในทุกแพลตฟอร์ม และถ้าพลาดข้อมูลในช่วงเวลานั้น ผู้ใช้พลาดโอกาสในการรับข้อมูลในทุกแพลตฟอร์มเช่นกัน ดังนั้นการโพสต์ในเวลาที่ต่างกันคนละแพลตฟอร์มจึงน่าจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลข่าวสารห้องสมุดได้

3.5.2 เนื้อหาที่โพสต์ควรเป็นเรื่องที่มีประโยชน์กับผู้ใช้ตามกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำบริการ ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด รวมทั้งคำถามที่พบบ่อยหรือสิ่งที่ผู้ใช้ควรจะต้องรู้ รวมทั้งข่าวสารต่างๆ มาสลับสับเปลี่ยนกันนำเสนอบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดนำมาเชื่อมโยงกับกระแสปัจจุบัน ด้วยวิธีการนำเสนอต้องมีความน่าสนใจ เพื่อไม่ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกเบื่อและอยากอ่านต่อจนจบและไม่โพสต์เรื่องเดียวกันติดต่อกันหลาย ๆ โพสต์ ควรสลับสับเปลี่ยนกัน ถ้าเป็นเรื่องบริการเหมือนกันควรนำทั้งบริการเก่าและบริการใหม่มาแนะนำเสนอ ไม่ควรเน้นที่บริการใดบริการหนึ่งเท่านั้นนอกจากเรื่องเกี่ยวกับห้องสมุดแล้วควรนำเกร็ดความรู้ เรื่องรอบตัว หรือเรื่องที่มีประโยชน์กับผู้ใช้มาแนะนำเสนอด้วย แต่ในเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนหรือส่งผลกระทบต่อจิตใจอย่างเรื่องการเมือง ศาสนาและความเชื่อควรเลี่ยงที่จะนำเสนอ ถ้าจำเป็นต้องนำเสนอจะต้องนำเสนอด้วยความเป็นกลาง ไม่ชี้หน้าหรือชักจูงไปทางใดทางหนึ่ง รวมถึงมีการสร้างไลน์กลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มนิสิต/นักศึกษาใหม่ กลุ่มนิสิต/นักศึกษาปัจจุบันและกลุ่มอาจารย์ เป็นต้น เพื่อส่งข้อมูลไปเฉพาะกลุ่มให้ตรงกับผู้ใช้บริการ เพราะบางเรื่องที่ส่งไปเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มนั้น ๆ ก็อาจจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกรำคาญและบล็อก (block) ห้องสมุดได้

3.5.3 การโพสต์คำบรรยายตามกระแสสังคม โดยการนำสิ่งที่กำลังเป็นกระแสมีคนสนใจและพูดถึงเยอะมากสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับห้องสมุด เช่น คำคมหรือคำพูดฮิตๆ การนำเพลงที่กำลังเป็นกระแสมาดัดแปลงให้เข้ากับบริการและทรัพยากรของห้องสมุดที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยการทำเป็นคาราโอเกะ หรือการนำคำพูดของละครที่เป็นกระแสมาเล่น เป็นต้น และต้องเล่นให้ไวที่สุด

3.5.4 ภาษาที่ใช้ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้สนใจต้องเขียนให้ตรง สั้น เข้าประเด็น ชูคำถามที่เป็นคำบรรยายให้น่าสนใจ ภาษาที่ใช้ควรเป็นภาษาเดียวกับบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารด้วย เมื่อผู้ใช้อ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ทันทีไม่ต้องตีความมาก เช่น เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารกับนิสิต นักศึกษาที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ควรใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป อาจมีการนำมุกที่กำลังเป็นกระแสในปัจจุบันมาเล่น ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นแล้วนำมาโยงเข้ากับบริการหรือทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เป็นต้น

3.5.5 รูปแบบการนำเสนอมีความหลากหลาย เช่น รูปภาพ อินโฟกราฟิก และวีดิทัศน์ เป็นต้น ต้องมีความหลากหลาย สะดุดตาให้ผู้ใช้เกิดความรูสึกอยากอ่านต่อจนจบ คำนึงถึงขนาด

ที่เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม แก่นหรือประเด็น (Theme) ที่ต้องการนำเสนอควรเข้ากันเพื่อให้สื่อมีความน่าสนใจ มีการใช้สื่อโหมจึกมาเพิ่มสีสันให้กับข้อความ และการสร้างเอกลักษณ์หรือภาพจำให้กับผู้ใช้ เช่น การใช้ตัวอักษร (Font) ของมหาวิทยาลัย การใช้มาศคอตของหอสมุด เป็นต้น

3.5.6 การใช้ฟังก์ชันของสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละแพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์ เช่น การปักหมุดโพสต์ ซึ่งเป็นฟังก์ชันหนึ่งที่มีประโยชน์มากของเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยการปักหมุดโพสต์สำคัญ และสิ่งที่ผู้ใช้จำเป็นต้องรู้ จะทำให้โพสต์นั้นอยู่บนสุดของเฟซบุ๊กแฟนเพจ เมื่อผู้ใช้เข้ามายังเฟซบุ๊กแฟนเพจของห้องสมุดจะสามารถมองเห็นโพสต์นี้ก่อน ไม่ถูกโพสต์อื่นๆ แย่งการมองเห็น การสร้างกิจกรรม (event) ที่กำลังจะมาถึงบนหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ใช้ทราบถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ห้องสมุดจัดขึ้นแล้ว ยังทำให้ห้องสมุดทราบจำนวนผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมคร่าวๆ ได้ด้วย และการใช้สติ๊กเกอร์ในเฟซบุ๊กและไลน์ในการโต้ตอบกับผู้ใช้เพื่อให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น การถ่ายทอดสดการอบรมออนไลน์ ซึ่งอำนวยความสะดวกกับผู้ใช้ในด้านเวลาและสถานที่ ถ้าผู้ใช้ไม่สะดวกเดินทางมายังห้องสมุดก็สามารถดูผ่านการถ่ายทอดสดได้และยังสามารถกลับมาดูย้อนหลังได้ด้วย การใช้สติ๊กเกอร์ในเฟซบุ๊กและไลน์ในการโต้ตอบคำผู้ใช้เพื่อให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น การบอกรดแคสติ์ในไลน์@ และการใช้แฮชแท็กบนทวิตเตอร์ เป็นต้น

3.5.7 มีการสร้างกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด เช่น การถ่ายทอดสดกิจกรรมของห้องสมุด การถ่ายทอดสดการเล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น จะทำให้ห้องสมุดกับผู้ใช้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้นโดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังห้องสมุดก็สามารถมีส่วนร่วมกับห้องสมุดได้

3.5.8 การสร้างเอกลักษณ์ของห้องสมุดเพื่อเป็นภาพจำให้กับผู้ใช้ ได้แก่ รูปโปรไฟล์และรูปภาพปกควรเป็นรูปที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด ไม่ควรเปลี่ยนแปลงเกินไปจะทำให้ผู้ใช้จำเป็นภาพลักษณ์ของห้องสมุดได้ การใส่แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด ซึ่งในแต่ละห้องสมุดจะมีการสร้างแฮชแท็กที่แตกต่างกันออกไป เช่น #wecare #เราใส่ใจผู้ใช้บริการ รวมถึงแฮชแท็กชื่อห้องสมุด เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละห้องสมุดแล้ว ห้องสมุดยังสามารถติดตามความคิดเห็นหรือกระแสตอบรับ (feedback) จากผู้ใช้ได้จากแฮชแท็กเหล่านี้

3.5.9 อำนาจความสะดวกทำให้ผู้ใช้มากที่สุดในการชี้แหล่งสารสนเทศที่น่าเสนอ เช่น การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด นอกจากการพูดถึงทรัพยากรนั้นๆ แล้ว ควรมีลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของห้องสมุด เพื่อบอกรายละเอียดทางบรรณานุกรมรวมถึงสถานะของทรัพยากร

สารสนเทศนั้นด้วย รวมถึงบอกช่องทางการติดต่อห้องสมุดให้กับผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้มีความสนใจ มีข้อซักถามในเรื่องนั้นจะสามารถติดต่อสอบถามกับผู้รับผิดชอบได้โดยตรง เป็นต้น

3.5.10 การมีปฏิริยาตอบโต้กับผู้ใช้ เช่น การตอบโพสต์ ตอบความคิดเห็น หรือ กดถูกใจความคิดเห็นของผู้ใช้ ซึ่งเหมือนกับเป็นการใส่ใจผู้ใช้ และบางความคิดเห็นของผู้ใช้ ไม่ว่าจะ เป็นข้อคำถามหรือข้อเสนอแนะถือเป็นประโยชน์กับห้องสมุดในการนำมาปรับปรุงและพัฒนาโพสต์ให้ดียิ่งขึ้น

จากเทคนิคการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจที่กล่าวไปข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่า เนื้อหาการสื่อสารที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กสามารถนำความรู้ คติสอนใจ หรือคำพูด เพื่อสร้างแรงบันดาลใจไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รู้สึกมีกำลังใจหลังจากรับรู้สื่อต่างๆ และงานวิจัยของณัฐนันท์ กองจريت และ ชุติมา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่า การสื่อสารเนื้อหามากกว่าเน้นแบนด์จะทำให้ลูกค้า ผู้ติดตาม ผู้อ่าน ได้เข้าใจและเข้าถึงเนื้อหาที่เจ้าของเพจต้องการ จะสื่อซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ติดตามและผู้อ่าน เนื่องจากถ้าผู้รับสารมีความชื่นชอบและพึงพอใจ ในเนื้อหาข่าวสารที่สื่อออกมา ก็จะส่งผลให้เกิดการติดตามเพื่ออ่านเนื้อหาที่มีประโยชน์ เกิดความจงรักภักดีในเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ และนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการในที่สุด งานวิจัยของณัฐนันท์ กองจريت และ ชุติมา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่าปฏิริยาตอบกลับของผู้รับสาร ได้แก่ การกดถูกใจ การแบ่งปันเนื้อหา และการแสดงความคิดเห็น ตามลำดับ เนื่องจาก การกดถูกใจเป็นรูปแบบของปฏิริยาตอบกลับที่ง่ายที่สุดที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมองเห็นการสื่อสาร เมื่อผู้ติดตามมีความชอบใจ หรือเห็นด้วยในเนื้อหานั้นก็จะทำการถูกใจเป็นอันดับแรก และหากเห็นว่ามีประโยชน์ก็จะนิยมแบ่งปันออกไปให้ผู้อื่นในเครือข่ายของตนเองได้รับทราบข้อมูลด้วย รวมทั้งการสอบถามข้อมูลด้วยวิธี แสดงความคิดเห็น

3.6 ด้านการประเมินผล ห้องสมุดทุกแห่งมีการประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์เชิงลึกที่ติดมากับเฟซบุ๊กแฟนเพจ การใช้แบบสอบถาม การติดตามกระแสผ่านแฮชแท็กเกี่ยวกับห้องสมุด พิจารณาจากความคิดเห็นและข้อร้องเรียนต่างๆ ของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังใช้ ข้อมูลจากการสังเกตและการรับรู้อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงและพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพราะการประเมินผลจะทำให้ห้องสมุดรับรู้ถึงสิ่งที่ทำมาทั้งหมดว่าเป็นอย่างไรบ้าง ทั้งกระแสตอบรับทั้งแง่บวกและแง่ลบ เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอะบอค และ ควินยา (Abok & Kwanya, 2016) พบว่า ควรมีการตรวจสอบเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดทุกวัน เพื่อตรวจสอบว่ามีการตอบคำถาม การแสดงความคิดเห็น รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ทั้งหมด และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ตันจะโร และ พิมพรีราไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) ที่พบว่า ห้องสมุดมีการประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ และ นำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นว่าห้องสมุดมีการกำหนดกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการบริการของห้องสมุดอย่างระบบโดยมีทั้งแนวปฏิบัติ มีบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรง มีผู้บริหารที่ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุน ตลอดจนมีการใช้เทคนิคการสร้างเนื้อหาต่างๆ ที่น่าสนใจ รวมถึงมีกลวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้ผู้ใช้สนใจและส่งผลในแง่บวกกับห้องสมุด ดังนั้นผลการวิจัยจะใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารห้องสมุด ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน กำหนดนโยบาย/แนวปฏิบัติในการปรับปรุงและพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการบริการของห้องสมุดหรือประยุกต์ใช้กับงานในบริบทอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกันได้

รายการอ้างอิง

- กัลยา ตันจะโร, และพิมพ์วิภา ไพ เปรมสมิทธิ์. (2555). การใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. *วารสารบรรณารักษศาสตร์*, 32(2), 39-56.
- จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2558). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วิจัยสมาคมห้องสมุดฯ*, 8(2), 55-69.
- ณัฐนันท์ กองจริต, และชุตติมา เกศดาบุตรณ์. (2562). การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเสริมสวยสัตว์เลี้ยง. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 20* (น. 1770-1780).
- นิตยา ศรีพูล. (2562). การศึกษากลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสำหรับเยาวชน: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Tee บวก”. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10* (น. 996-1008). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปริศนา ปรมัชฌิมา. (2557). รูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 7(2), 1-15.
- วงศกร ชัยรัตนถาวร. (2557). การวิเคราะห์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2561). การสื่อสารผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊กกับผลที่เกิดขึ้นต่อเจ้าของแฟนเพจเฟซบุ๊ก: กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, ฉบับพิเศษ*, 17-33.
- แววตา เตชาทวีวรรณ. (2555). การรับรู้และการใช้เว็บ 2.0 ของบรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก 2019 คนไทยใช้ติดเน็ตมากที่สุดในโลก. (2562). สืบค้น 19 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.thinkaboutwealth.com/digitalstatworld-thailand2019/>
- สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย. (2549). *มาตรฐานห้องสมุด 2549*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.tla.or.th/index.php/th/1/standard>
- สรุปพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตคนไทยในปี 2561. (2562). สืบค้น 30 มีนาคม 2562, จาก <https://www.thumbsup.in.th/thailand-internet-user-profile-2018>

- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)*. สืบค้น 10 เมษายน 2562, จาก <https://www.senate.go.th/assets/portals/49/files/handbook/km61/7.%20สำนักประชาสัมพันธ์.pdf>
- อนงค์ลักษณ์ ถวัลย์ภิชโย. (2558). *แนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา ศูนย์ตั้งเบาะนั่งรถยนต์แห่งหนึ่ง (วิทยานพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุไรวรรณ ใจหาญ, และ ขวัญขวัญ พิศาลพงศ์. (2560). การพัฒนารูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้บริการสารสนเทศสำหรับนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(49), 125-144.
- Abok, V. A., & Kwanya, T. (2016). Maximising the potential of social media to deliver academic library services to students: A case study of The Technical University of Kenya Library. *Journal of humanities and social sciences*, 8(2), 147-155.
- Akporhonor, B. A., & Olise, F. N. (2015). Librarians' use of social media for promoting library and information resources and services in university libraries in South-South Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5(6), 1-8.
- Burclaff, N. (2014). Developing a social media strategy: Tweets, pins and posts with a purpose. *College & Research Libraries*, 75(7).
- Chitumbo, E. M. M. (2015). Social Media Tools for Academic Library Services. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 4(9), 33-34.
- Davydova, I., Marina, O. M., Slianyk, A., & Syerov, Y. (2019). *Social Networks in Developing the Internet Strategy for Libraries in Ukraine*. Retrieved February 22, 2020, from https://pdfs.semanticscholar.org/758b/71c23e222f6d346b3403f9a3893a6295a04b.pdf?_ga=2.157018360.2109497140.1575017472-166530752.1569082790
- Igwe, P. J. (n.d.). *Social media librarianship in academic libraries: Optimizing trends for real-time user engagement through digital billboards*. Retrieved April 12, 2019, from <http://www.ariadne.ac.uk/issue/77/prince-jacon-igwe/>

- Kahmann, K., & Schwering, S. (2018). *Why modern libraries have to be active on social media: 7 "glorious" reason*. Retrieved April 12, 2019, from <https://www.zbw-mediatalk.eu/2018/03/warum-moderne-bibliotheken-in-social-media-aktiv-sein-muessen-sieben-glorreiche-gruende/>
- King, D. L. (2015). Managing your library's social media channels. *Library Technology Reports*, 51(1), 1-36.
- Okuonghae, O. (2018). Librarians' awareness of social media usage for information scientific communication in university libraries in South-south, Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1704.
- Peacemaker, B., Robinson, S.& Hurst, E. (2016). *Connecting Best Practices in Public Relations to Social Media Strategies for Academic Libraries*. Retrieved September 15, 2019, from <https://core.ac.uk/download/pdf/51293658.pdf>