

พฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ

The Users' Behavior, Needs and Image Perception of Sisaket Rajabhat University Library

เริงใจ เขียวอ่อน, แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี*

Rerngjai Khew-on, Gamgarn Somprasertsri*

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Master of Arts Program in Information Science, Mahasarakham University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ และเพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ แบ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 348 คน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 6 คน และบุคลากร จำนวน 16 คน เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมี 2 ลักษณะ คือ แบบตรวจสอบรายการ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า (1) พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเข้าใช้อยู่ระหว่าง 2-3 ชั่วโมง ช่วงเวลาใช้บริการ ห้องสมุดบ่อยที่สุดคือ วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.30 น.-16.30 น. วิธีการให้ได้มาซึ่งข้อมูลของผู้ใช้บริการ คือ ค้นข้อมูลจากทรัพยากรในห้องสมุด เหตุผลที่เข้าใช้บริการเพราะห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศครบถ้วน หลากหลาย และตรงกับความต้องการ วัตถุประสงค์ ในการเข้าใช้เพื่อค้นคว้าสารสนเทศ ประกอบการทำงาน ทำรายงานหรือการบ้าน บริการที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด คือบริการยืม-คืน ทรัพยากรสารสนเทศ (2) ผู้ใช้บริการมีความต้องการด้านผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านทรัพยากร (3) ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด

คำสำคัญ พฤติกรรม, ความต้องการ, การรับรู้ภาพลักษณ์, ผู้ใช้บริการ, ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ABSTRACT

The purposes of this research are to study behaviors and requirement of users in library at Sisaket Rajabhat university and to study awareness of users for image of the library. A sample comprises students and personnel of the university which are 348 for bachelor degree, 6 for graduated level and 6 personnel. Questionnaires are used as a tool in this research and designed into two direction which are checklist and rating scale. It is analyzed by static under percentage, average and standard derivation. Results show that (1) users' behavior for using library at Sisaket Rajabhat university is a time per week with 2-3 hours at business day, a method for getting a desired data of the users is searching library's resources, reasons for using the library are preparing completely resources, varieties resources and

responding the user requirement, the purposes of using the library are searching information for working, reports and homework and circulation service is the most usage service (2) Preparing service from service provider is the most requirement following by service, place and environment (3) location and environment is dominant image of the library.

Keywords: behavior, needs, image perception, user, Sisaket Rajabhat University library

บทนำ

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา หลายองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐ องค์กรของภาคเอกชน ทั้งที่เป็น องค์กรธุรกิจและไม่เป็นธุรกิจ ต่างให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อสร้างชื่อเสียงขององค์กร เพราะ ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นสำคัญ เกี่ยวข้องกับการกระทำหรือแสดงออกของแบรนด์ ที่นำเสนอถึงคุณค่า ความเชื่อและ วิสัยทัศน์ขององค์กร ให้โดดเด่น ให้เป็นที่รับรู้ จดจำ ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าหรือบริการและตัวขององค์กร ก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างองค์กรกับลูกค้า ตลอดจนแรงบันดาลใจที่จะใช้สินค้าและบริการ ซึ่งภาพลักษณ์นั้น ถือว่า เป็นสิ่งสำคัญและต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะถ้าหากภาพลักษณ์ถูกนำเสนอออกไปทางไม่ดีจะก่อให้เกิด ความเสียหาย และจะส่งผลกระทบต่อองค์กร ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ของบริการ ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง หากเป็นหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศ ด้วยแล้วก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการลดลง เช่นเดียวกันกับที่ อีรพันธ์ โลทองคำ (2553 : 126) กล่าวว่า องค์กรที่มีชื่อเสียง และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจย่อมต้องพัฒนาภาพลักษณ์ของตนตลอดเวลา ภาพลักษณ์ที่องค์กรสร้างย่อมเป็น ภาพลักษณ์เชิงบวก โดยสามารถสร้างผ่านชื่อเสียงและการกระทำที่ดีของแบรนด์ให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเป็นองค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่มีหน้าที่บริการในด้านทรัพยากรสารสนเทศแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งเมื่อ กล่าวถึงห้องสมุดแล้ว มีคนจำนวนมากที่นึกถึงภาพลักษณ์ของห้องสมุดที่มีแต่เอกสารตำราที่เก่า ไม่ทันสมัย อาคารที่เก่า ทรุดโทรม บรรยากาศไม่น่าเข้าไปใช้บริการ เนื่องจากการออกแบบพื้นที่การให้บริการ รวมทั้งผู้ให้บริการหรือบรรณารักษ์ที่ดู เคร่งขรึม ซึ่งดูไม่ค่อยสอดคล้องกับสมัยใหม่ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเปลี่ยนไปและพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เปลี่ยนไป ห้องสมุด บางแห่งมีการปรับภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัย ทำให้ภาพลักษณ์ของคำว่าห้องสมุดมีสีสัน มีความแปลกใหม่และเป็นแบรนด์ที่ ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด เช่น ห้องสมุดมารวย ที่ได้สร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้ดูทันสมัย มีที่นั่งสบายและผ่อนคลาย คล้ายโรงภาพยนตร์ และมีพื้นที่สำหรับร้านกาแฟ คล้ายอินเทอร์เน็ต คาเฟ่ (Internet café) มีคอมพิวเตอร์ ที่สามารถใช้ อินเทอร์เน็ต และมีการจัดแสดงหนังสือในลักษณะเหมือนร้านขายหนังสือ หรือกรณีของห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้สร้างอัตลักษณ์ของห้องสมุดให้เด่นชัดขึ้น เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการให้เลือกเข้าใช้บริการห้องสมุด ด้วยการสื่อสารแบรนด์เพื่อ สร้างการจดจำด้วยแบรนด์ "@KKULIBRARY" ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ที่องค์กรทั่วไปรวมถึงองค์กรห้องสมุด มีการปรับ ภาพลักษณ์ใหม่ เนื่องมาจากต้องการการยอมรับจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับองค์กรห้องสมุดมหาวิทยาลัย ราชภัฏศรีสะเกษ ซึ่งเป็นห้องสมุดที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลา 18 ปี ได้มีการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการรูปแบบใหม่ให้ทันสมัย เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2560 ซึ่งมีการจัดพื้นที่ให้บริการ โดยเฉพาะบริเวณชั้น 1 ที่ได้จัดทำเคาน์เตอร์ให้บริการยืม-คืน ที่ ปรับภาพลักษณ์ให้ดูเหมือนเคาน์เตอร์ของธนาคาร ให้บริการครบทุกขั้นตอนการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ เคาน์เตอร์ วารสารและสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง ที่ตั้งอยู่ตรงกลางของพื้นที่ให้บริการทั้งหมด เพื่อให้ง่ายแก่การให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ และ มีพื้นที่ให้บริการโซนสำหรับเยาวชน ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นเป็นทรงกลม ด้านนอกเป็นวงล้อสีต่างๆ คล้ายวงล้อหลายวงล้อม รอบชั้นหนังสือเยาวชน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้นั่งอ่านตามอัธยาศัย มีพื้นที่ห้องสำหรับเด็กที่ปูพื้นด้วยแผ่นยางพาราและมีเบาะ สีสดใสต่างๆ รองรับสำหรับการนั่งอ่าน มีพื้นที่สำหรับโซนโน้ตบุ๊กที่มีสวิตซ์ไฟพร้อมใช้งานเพื่อสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ มีพื้นที่ โซนสำหรับหนังสือนวนิยาย ที่มีบริเวณกว้างขวางสำหรับผู้รักการอ่านหนังสือนวนิยาย โดยทางห้องสมุดจัดเบาะรองนั่ง พับได้และสามารถเคลื่อนย้ายได้ พร้อมจัดโต๊ะญี่ปุ่นและเบาะนั่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการได้เลือกนั่งตาม อัธยาศัยและยังมีพื้นที่สำหรับจัดนิทรรศการตามวาระวันสำคัญต่างๆ ภายในรอบปีหรือเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นนอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรสารสนเทศ ได้แก่ เรื่องสั้น นิยายสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์ไว้ให้บริการที่บริเวณชั้น 1 แต่จากรายงาน ประจำปี 2560 (2560 : 18) พบว่าสถิติผู้ใช้บริการเฉลี่ยต่อวันจำนวน 504 คน เมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษาประจำปี

การศึกษา 2560 ทั้งหมดจำนวน 10,850 คน หรือแม้กระทั่งการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ห้องสมุดจัดขึ้น เช่น รายงานผลการดำเนินงานโครงการสัปดาห์ห้องสมุด ประจำปี 2560 (2560 : 15) ที่มีจำนวนนักศึกษาเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 363 คน จากจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติที่มีจำนวนทั้งสิ้น 9,612 คน ซึ่งถือว่ามีส่วนในการใช้บริการน้อย จากสภาพปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้ห้องสมุดต้องปรับตัวกับการบริหารจัดการ เพื่อกระตุ้นการเข้าใช้บริการของนักศึกษา อีกทั้งสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงของการเข้าถึงข้อมูล ทำให้ห้องสมุดได้รับผลกระทบ เช่นเดียวกับ วิศปีย์ ชัยช่วย (2553: 51) ที่ได้กล่าวว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงหลายประการโดยเฉพาะปริมาณผู้ใช้ที่ลดลง และการประเมินคุณภาพที่เข้มข้นมากขึ้น ดังนั้น ห้องสมุดหลายแห่งจึงให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์เพื่อสร้างชื่อเสียง และการยอมรับจากผู้รับบริการ เพื่อเป็นการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

สิ่งสำคัญในการสร้างแบรนด์ห้องสมุด คือการเข้าใจพฤติกรรม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังต้องทำความเข้าใจถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อห้องสมุดอีกด้วย ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่นำไปใช้พัฒนาบริการ การสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ห้องสมุดที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การบริการของห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ปีการศึกษา 2561 จำนวน 11,334 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 10,647 คน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 203 คน และบุคลากร จำนวน 484 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, R.V and Morgan, D.W, 1970: 607-610) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 348 คน นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 6 คน และบุคลากร จำนวน 16 คน และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ (1) เพศ (2) สถานภาพ และ (3) สังกัดคณะวิชา/หน่วยงาน

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพการเข้าใช้ห้องสมุดของผู้ใช้บริการ ประเภคำถามปลายปิด ได้แก่ (1) ความถี่ในการใช้บริการห้องสมุด (2) ระยะเวลาในการใช้บริการห้องสมุด และ (3) ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ได้แก่ (1) เมื่อท่านเข้าใช้บริการห้องสมุด ท่านมีวิธีการให้ได้ว่าซึ่งข้อมูลอย่างไร (2) ท่านเข้าใช้บริการห้องสมุดเพราะเหตุใด (3) ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการห้องสมุด (4) ท่านเข้าใช้บริการห้องสมุดเพื่อวัตถุประสงค์ใด และ (5) ท่านเข้าใช้บริการใดบ้างของห้องสมุดบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแบ่งความต้องการของผู้ใช้บริการออกได้เป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านบริการห้องสมุด (2) ด้านทรัพยากรสารสนเทศ (3) ด้านผู้ให้บริการ (4) ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ (5) ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม (6) ด้านประชาสัมพันธ์ และ (7) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแบ่งการรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด (2) ด้านบริการ (3) ทรัพยากร (4) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (5) ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ (6) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (7) ด้านการประชาสัมพันธ์ และ (8) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมีการนำไปทดลองใช้กับผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.949 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองโดยแจกให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งภาคปกติและภาค กศ.บป. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคลากรที่เข้าใช้บริการ ณ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ กลุ่มงานวิทยบริการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ระหว่างวันที่ 1-24 กุมภาพันธ์ 2562

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน และนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำไปทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติ ร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพและพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการห้องสมุดของผู้ใช้บริการ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์การวัดระดับความต้องการและการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 75)

- คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 ระดับความต้องการ/ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์มากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 ระดับความต้องการ/ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์มาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 ระดับความต้องการ/ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 ระดับความต้องการ/ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์น้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 ระดับความต้องการ/ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 285 คน (ร้อยละ 77.00) เป็นเพศชาย จำนวน 85 คน (ร้อยละ 23.00) เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ จำนวน 314 คน (ร้อยละ 84.90) รองลงมาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาค กศ.บป. จำนวน 34 คน (ร้อยละ 09.20) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 6 คน (ร้อยละ 01.60) ส่วนบุคลากรเป็นอาจารย์ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 02.40) และเจ้าหน้าที่ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 01.90) ส่วนคณะที่สังกัด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดคณะครุศาสตร์มากที่สุด จำนวน 147 คน (ร้อยละ 39.80) รองลงมาคือคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี จำนวน 57 คน (ร้อยละ 15.40) และคณะวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง จำนวน 54 คน (ร้อยละ 14.60)

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการห้องสมุดของผู้ใช้บริการ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด (ร้อยละ 46.80) รองลงมาเป็น 2 ครั้ง/สัปดาห์ (ร้อยละ 26.50) ระยะเวลาในการใช้บริการ 2-3 ชั่วโมง (ร้อยละ 60.80) รองลงมาคือ 1 ชั่วโมง/ครั้ง (ร้อยละ 21.90) และน้อยที่สุด คือ 6 ชั่วโมงขึ้นไป (ร้อยละ 2.70)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือเวลา 08.30 น.-16.30 น. วันจันทร์-วันศุกร์ (ร้อยละ 73.50) รองลงมาคือเวลา 08.30-16.30 น. วันเสาร์-วันอาทิตย์ (ร้อยละ 16.20) ผู้ใช้เมื่อเข้ามาใช้บริการห้องสมุดจะค้นข้อมูลจากทรัพยากรในห้องสมุด (ร้อยละ 49.0) รองลงมา คือ การค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของห้องสมุด (ร้อยละ 25.3) และค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ (ร้อยละ 18.7) เหตุผลที่เข้าใช้บริการห้องสมุด คือ มีทรัพยากรสารสนเทศครบถ้วน หลากหลาย และตรงกับความต้องการ (ร้อยละ 28.6) รองลงมา คือ อยู่ใกล้เส้นทางสะดวก (ร้อยละ 19.7) และการตกแต่งภายใน บรรยากาศผ่อนคลาย (ร้อยละ 16.8) ผู้มีสิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ ไม่มี (ร้อยละ 35.5) รองลงมาได้แก่ เพื่อน (ร้อยละ 34.4) ส่วนวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการนั้นจะเห็นว่าผู้ใช้เข้าห้องสมุดมาเพื่อค้นคว้าสารสนเทศประกอบการทำงาน ทำรายงาน หรือการบ้าน (ร้อยละ 38.8) และเพื่ออ่านหนังสือและสิ่งพิมพ์ต่างๆ ภายในห้องสมุด (ร้อยละ 20.8) และเข้าห้องสมุดเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 11.8) บริการที่ผู้ใช้เข้าบ่อยที่สุด ได้แก่ บริการยืม-คืน (ร้อยละ 26.0) รองลงมา คือ บริการเอกสาร ตำราทั่วไป (ร้อยละ 12.2) และใช้บริการหนังสือพิมพ์ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง (ร้อยละ 10.4)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการ

การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการ โดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และมีความต้องการด้านผู้ให้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมา คือ ด้านบริการ ($\bar{X} = 3.98$) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.96$) ด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 3.95$) ด้านการจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ($\bar{X} = 3.94$) ด้านประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.85$) และน้อยที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.75$) โดยความต้องการแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านบริการ ผู้ใช้บริการต้องการให้ห้องสมุดเปิดให้ทุกคนเข้าใช้บริการห้องสมุดได้ตามความเหมาะสม โดยที่ไม่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ มีบริการยืม-คืนระหว่างห้องสมุด ($\bar{X} = 4.17$) มีพื้นที่บริการสำหรับอ่านหนังสือตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 3.97$) มีการประยุกต์ใช้บริการที่มีอยู่ใน Social Network เข้ามาขยายขอบเขตงานบริการ เช่น มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับบรรณารักษ์ โดยตรงกับกลุ่มผู้ใช้บริการ messenger Line ($\bar{X} = 3.85$) และน้อยที่สุด คือ มีการปรับปรุงแบบบริการเชิงรุก โดยไม่ต้องรอให้ผู้ใช้บริการเดินเข้ามาหา เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา เช่น การให้บริการส่งถึงที่ ($\bar{X} = 3.85$)

2) ด้านทรัพยากร ผู้ใช้บริการต้องการให้ห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ ทรัพยากรที่มีเนื้อหาทันสมัย หลากหลาย ($\bar{X} = 3.97$) ทรัพยากรสารสนเทศที่ครอบคลุมสาขาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.97$) และน้อยที่สุด คือ มีเครือข่ายความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนการใช้ทรัพยากรระหว่างห้องสมุด ($\bar{X} = 3.87$)

3) ด้านผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความเสมอภาคมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.11$) มีความรู้และสามารถช่วยเหลือหรือให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการได้ตรงความต้องการ ($\bar{X} = 4.11$) มีบุคลิกดีและการแต่งกายที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.09$) มีความสามารถด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.08$) และน้อยที่สุดคือ มีความสามารถด้านภาษา ($\bar{X} = 3.98$)

4) ด้านการจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ผู้ใช้บริการต้องการให้จัดนิทรรศการสนับสนุนกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย เช่น สัปดาห์วิชาการ การต้อนรับนักศึกษาใหม่ การแสดงความยินดีกับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา เป็นต้น มากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมา คือ จัดนิทรรศการตามวาระ เทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ ในรอบปีที่น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.95$) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สารสนเทศให้แก่ นักศึกษาใหม่ ($\bar{X} = 3.93$) และน้อยที่สุดคือ จัดอบรมฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.92$) และจัดสัปดาห์ห้องสมุดเป็นประจำทุกปี ($\bar{X} = 3.92$)

5) ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ผู้ใช้บริการต้องการให้มีพื้นที่สำหรับทำงานรวมกลุ่มมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมา คือ มีพื้นที่สำหรับนั่งอ่านหนังสือส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.16$) สถานที่มีแสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.15$) มีพื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อน ($\bar{X} = 4.15$) มีพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนกิจกรรมให้แก่ นักศึกษา ($\bar{X} = 3.94$) มีแผนผังแสดงรายละเอียดข้อมูลในแต่ละชั้นที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.93$) มีห้องน้ำสะอาด ($\bar{X} = 3.85$) และน้อยที่สุด คือ มีพื้นที่สำหรับบริการอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.29$)

6) ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการต้องการให้มีการเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมด้านต่างๆ ของห้องสมุดให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และอัปเดตอยู่ตลอดเวลาที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมา คือ มีช่องทางการ

ประชาสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน Line, Facebook, sms และเว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.91$) มีคู่มือแนะนำการใช้ห้องสมุด ($\bar{X} = 3.83$) และน้อยที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายเพื่อเตือนเวลาการยืม และการปิดให้บริการ ($\bar{X} = 3.70$)

7) ด้านเทคโนโลยี ผู้ใช้บริการต้องการให้มีคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ มีความทันสมัย รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและมีจำนวนเพียงพอมากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมา คือ ฐานข้อมูลห้องสมุดเข้าใช้ได้ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.80$) สัญญาณ wifi ที่ใช้งานได้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.72$) และน้อยที่สุด คือ ความเร็วและความเสถียรของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.64$)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุด

ผู้ให้บริการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) โดยผู้ให้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ด้านบริการ ($\bar{X} = 4.02$) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 3.99$) ด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด ($\bar{X} = 3.94$) ด้านประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.90$) ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ ($\bar{X} = 3.85$) ด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 3.85$) และน้อยที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.78$) โดยการรับรู้ภาพลักษณ์แต่ละด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการมีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินงานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของห้องสมุดมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.00$) มีการพัฒนา ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านเทคโนโลยี ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 3.93$) มีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาดำเนินการเพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.92$) มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพกว้างไกล ($\bar{X} = 3.92$) และน้อยที่สุด คือ มีการวางแผน การกำหนดเป้าหมาย และแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.91$) การบริหารงานมีประสิทธิภาพเต็มที่ตามงบประมาณที่ได้รับ ($\bar{X} = 3.91$)

2) ด้านบริการ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการได้รับการบริการด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมา คือ ได้รับการบริการด้วยความเต็มใจ เอาใจใส่ และเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.04$) ได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และตรงความต้องการ ($\bar{X} = 4.03$) ได้รับการบริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ทันเวลา ($\bar{X} = 4.02$) และน้อยที่สุด คือ มีป้ายแนะนำบริการต่างๆ ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.95$)

3) ด้านทรัพยากร ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงทรัพยากรสารสนเทศมีความหลากหลายมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา คือ ทรัพยากรสารสนเทศมีป้ายกำกับถูกต้อง ($\bar{X} = 3.89$) ทรัพยากรสารสนเทศมีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.87$) ทรัพยากรสารสนเทศ ครอบคลุมกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.84$) ทรัพยากรสารสนเทศมีเพียงพอและตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.81$) และน้อยที่สุด คือ ทรัพยากรสารสนเทศใหม่ออกให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.80$)

4) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการแต่งกายที่เหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา คือ มีความเป็นมิตรและเต็มใจช่วยเหลือในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.02$) มีความรู้ความสามารถ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ ผู้ใช้บริการได้ตรงความต้องการ ($\bar{X} = 4.00$) มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ และบริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลา ($\bar{X} = 3.97$) และน้อยที่สุด คือ อยู่ประจำพร้อมให้บริการตลอดช่วงเวลาการให้บริการ ($\bar{X} = 3.96$)

5) ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมตรงกับความสนใจ และความต้องการมากที่สุด ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมา คือ มีการจัดนิทรรศการตามวาระ เทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.92$) มีการจัดกิจกรรมและโครงการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.86$) และน้อยที่สุด คือ มีโปสเตอร์ส่วนลดค่าปรับต่างๆ ภายในห้องสมุด ($\bar{X} = 3.71$)

6) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความเป็นระเบียบ และความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้ มีสภาพพร้อมใช้งานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา คือ ห้องสมุดมีการปรับอุณหภูมิห้องที่เหมาะสม และมีแสงสว่างที่เพียงพอ ($\bar{X} = 4.08$) ห้องสมุดสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย มีความทันสมัย และเหมาะสมกับการเรียนรู้ของคนยุคใหม่ เช่น มุมสำหรับพักผ่อน และมีพื้นที่สำหรับความบันเทิง สามารถดึงดูดผู้ให้บริการให้เกิดความประทับใจ และเข้ามาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.08$) ห้องสมุดมีการจัดสรรพื้นที่เป็นสัดส่วน เหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X} = 4.06$) และน้อยที่สุด คือ ห้องสมุดปราศจากฝุ่นละออง คิวและกลิ่นรบกวน ($\bar{X} = 4.04$)

7) ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุดได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาคือ มีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.91$) มีการประชาสัมพันธ์

เกี่ยวกับการดำเนินงานห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.90$) มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.90$) และน้อยที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับทรัพยากรสารสนเทศใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.88$)

8) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการเข้าถึงฐานข้อมูลออนไลน์ห้องสมุด สามารถเข้าถึงได้ง่าย และรวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลามากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา คือ เว็บ OPAC สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.83$) เว็บไซต์ห้องสมุดมีการใช้งานที่ง่าย สะดวก และตรงใจผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.78$) และน้อยที่สุด คือ คอมพิวเตอร์ให้บริการมีประสิทธิภาพ และมีความเสถียรภาพตลอดการใช้งาน ($\bar{X} = 3.71$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเข้าใช้อยู่ระหว่าง 2-3 ชั่วโมง ช่วงเวลาใช้บริการห้องสมุดบ่อยที่สุดคือวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.30 น.-16.30 น. วิธีการให้ได้มาซึ่งข้อมูลของผู้ใช้บริการ คือ ค้นข้อมูลจากทรัพยากรในห้องสมุด ค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของห้องสมุดและค้นหาข้อมูลจากเว็บโอแพ็ค เหตุผลที่เข้าใช้บริการเพราะห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศครบถ้วนหลากหลายและตรงกับความต้องการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการห้องสมุดมากที่สุดคือ ไม่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ เพื่อค้นคว้าสารสนเทศ ประกอบการทำงาน การทำรายงานหรือการบ้าน บริการที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด คือ บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ บริการเอกสาร ตำราทั่วไป และบริการ หนังสือพิมพ์ วารสารและสิ่งพิมพ์ ต่อเนื่อง และเนื่องจาก ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ที่มีชั่วโมงเรียน หากว่างเว้นจากการเรียนจึงมีเวลาเข้าใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เข้าใช้อยู่ในช่วงเวลากลางวันมากกว่าเวลานอกเวลาการ ประกอบกับห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เปิดให้บริการนอกเวลาราชการเฉพาะก่อนสอบเพียง 15 วัน ดังนั้นผู้เข้าใช้บริการจึงมีช่วงเวลาที่เข้าใช้อยู่ระหว่างเวลา 08.30 น.-16.30 น.ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เข้าใช้บริการโดยมีการตัดสินใจจากตัวเองเป็นส่วนใหญ่ บริการที่เข้าใช้บ่อยสุด คือ บริการยืม-คืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฏฐญา เผือกม่วง และคณะ (2559) ที่พบว่า มาเข้าใช้ห้องสมุดด้วยตนเอง ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บ่อยที่สุด 08.00-12.00 น. และ 12.01-16.00 น. บริการที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริการยืม-คืนด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของสายฝน บุษบา (2559) ที่พบว่า ความถี่ในการเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 08.30 น.-12.00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริญาพร การสอน. (2555) ที่พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้มาใช้บริการห้องสมุด เป็นช่วงเวลาสั้นๆ คือ 1-2 ชั่วโมง โดยให้เหตุผลว่าจะมาใช้ตามวันและเวลาที่สะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา แวซอเหาะและโสภา ไทยลา (2552) ที่พบว่า มีความถี่ในการเข้าใช้บริการห้องสมุด 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ เหตุผลในการเข้าใช้ห้องสมุดคือเพื่ออ่านหนังสือและสิ่งพิมพ์ต่างๆ ภายในห้องสมุด รองลงมาคือ เพื่อค้นคว้าสารสนเทศเพื่อประกอบการทำรายงาน

2. ความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านทรัพยากร ด้านผู้ให้บริการ ด้านการจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการในด้านผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมา ก็คือ ด้านบริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านทรัพยากร ด้านการจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ด้านประชาสัมพันธ์ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดี ไม่มีค่าใช้จ่าย ต้องการที่จะได้รับการบริการอย่างเสมอภาค เต็มใจให้บริการไม่เลือกปฏิบัติ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และได้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ตรงต่อความต้องการ นั้นเป็นเพราะผู้ให้บริการต้องการได้รับความสะดวก สบายและได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการมากที่สุดเมื่อเข้าใช้บริการ ซึ่งห้องสมุดควรที่จะมีทรัพยากรสารสนเทศให้ครบถ้วน หลากหลาย ให้เพียงพอตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เพราะเหตุผลที่เข้าใช้บริการส่วนใหญ่ คือต้องการทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการอ่าน การค้นคว้า การทำรายงาน และการใช้บริการยืม-คืน สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา แวซอเหาะและโสภา ไทยลา (2552) ที่พบว่า ความคาดหวังของบุคลากรและนักศึกษาสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีความต้องการต่อบริการห้องสมุดทุกด้านอยู่ในระดับมาก ที่จะได้รับการที่ดี สะดวก สบาย ตรงตามความต้องการทุกครั้งที่ใช้บริการในทุกๆ ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านทรัพยากร ซึ่งทั้ง

3 ด้าน มีความสำคัญเกี่ยวข้องกัน ขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้เพราะประกอบกันเป็นงานบริการห้องสมุดที่สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบริการห้องสมุด รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมของห้องสมุด และด้านทรัพยากร และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ญัฐญา เผือกผ่อง และคณะ (2559) ที่ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และพบว่า มีความต้องการด้านการบริการห้องสมุด ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ ด้านสภาพแวดล้อมและครุภัณฑ์ และด้านประชาสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. การรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ ด้านทรัพยากร และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งภาพรวมรายด้านและประเด็นรายข้อของทุกด้าน มีการรับรู้ภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมและนิทรรศการ ด้านทรัพยากร และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากการรับรู้ภาพลักษณ์ เกิดจากการมองเห็น เกิดการรับรู้รู้สึกได้ และสัมผัสได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่ได้รับการกระตุ้นทั้งจากสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกของมนุษย์ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จะรับรู้ในด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม มากที่สุด เพราะสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่สัมผัสรับรู้ได้ด้วยตาตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาใช้บริการ หากสถานที่ออกแบบได้อย่างสวยงาม ทันสมัย มีมุมบรรยากาศที่หลากหลาย และสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี มีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่มีเสียงรบกวน มีแสงสว่างที่เพียงพอ มีอุณหภูมิที่เหมาะสม และมีการออกแบบพื้นที่ให้บริการที่หลากหลาย จะทำให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจเป็นอันดับแรก และเมื่อได้รับบริการ สิ่งที่จะสัมผัสได้ต่อมาคือ ความประทับใจจากผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากการกระทำของผู้ให้บริการ เกิดเป็นภาพลักษณ์ในใจผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายฝน บุษยา (2559) ที่พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว ในสายตาของประชาชน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านอาคารและสถานที่มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบริการและด้านบุคลากร ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา แวขอเหาะและโสภา ไทยลา (2552) ที่พบว่า สิ่งที่บุคลากรและนักศึกษาคาดหวังมากคือ เรื่องแสงสว่างและอุณหภูมิ การตกแต่งและจัดสรรพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม สวยงาม เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาของนฤมล กิจไพศาลรัตน์ (2553) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการอยากเข้าใช้ห้องสมุดได้แก่ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในห้องสมุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัยความต้องการและการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ 2 หัวข้อ ดังนี้

1.1 ด้านความต้องการ ห้องสมุดควรมุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้บุคลากรเป็นผู้ให้บริการอย่างมืออาชีพ และห้องสมุดควรมีนโยบายให้ทุกคนสามารถเข้าใช้ห้องสมุดได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรืออาจปรับระเบียบและกฎเกณฑ์เพื่อเปิดรับผู้ใช้บริการมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษอย่างแท้จริง

1.2 ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้ดียิ่งขึ้น ห้องสมุดควรดูแลสถานที่และสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นจุดที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากภายนอกและเป็นจุดที่สร้างความประทับใจเป็นอันดับแรก และควรส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยี ห้องสมุดควรจัดหาหรือดูแลคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการให้มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งานให้มากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมทั้งนักศึกษาหรือบุคลากรที่ไม่เคยเข้าใช้บริการห้องสมุด เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่นำไปพัฒนาบริการ การสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ห้องสมุด ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. (2560). รายงานการดำเนินงานประจำปี พ.ศ. 2560. มปท : มปป.
- _____. (2560). รายงานผลการดำเนินงานโครงการสัปดาห์ห้องสมุด ประจำปี 2560. มปท : มปป.
- ณัฏฐญา เพือก่อง นางดวงใจ กาญจนศิลป์ และนางขวัญแก้ว เทพวิจิต. (2559). ความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยสุรนารี
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : บิสนেসอาร์แอนด์ดี.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2553). About brands เรื่องของแบรนด์. กรุงเทพฯ: ทูโรฟร์ พรินต์ติ้ง จำกัด.
- นฤมล กิจไพศาลรัตน์. (2553). ภาพลักษณ์ของห้องสมุดยุคใหม่ : การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการบริหารคุณภาพในห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย, 3 (มกราคม-มิถุนายน), 13-16.
- วิศปัติย์ ชัยช่วย. (2553). การสร้างแบรนด์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. สารสนเทศศาสตร์, 8(1), 51-58.
- ศิริญาพร การสอน. (2555). การศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตามแนวความคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : สาขาการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สายฝน บุชา. (2559). ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้วในสายตาประชาชน. ปทุมธานี : สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2555). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ : กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อังคณา แวซอเหาะและโสภา ไทยลา. (2552). ความคาดหวังของบุคลากรและนักศึกษาต่องานบริการห้องสมุด สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- Krejcie, R V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610.