

เลขที่.....

แบบรายงานการเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน

☐ รายบุคคล ☒ กลุ่มบุคคล

ชื่อ - สกุล : นางสาวอัมพร ขาวบาง	ตำแหน่ง : บรรณารักษ์
งาน : งานบริการทรัพยากรสารสนเทศ	
ชื่อ - สกุล : นางสาวศิวพร ชาติประสพ	ตำแหน่ง : บรรณารักษ์
งาน : งานบริการทรัพยากรสารสนเทศ	
วันเดือนปี : 28 พฤศจิกายน 2557	เวลา : 08.30-16.30 น.
ชื่อหลักสูตร : การประชุมวิชาการ ข.บ.อ. ประจำปี 2557 เรื่อง “คิด เพื่อสร้างสรรค์ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ”	
สถานที่จัด : ห้องประชุมสำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	
หน่วยงานผู้จัด : ชมรมบรรณารักษ์สถาบันอุดมศึกษา สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย	
ค่าใช้จ่าย	☐ ไม่มี ☒ มี จำนวน 1,800 บาท เบิกจ่ายจากงบประมาณ ☐ แผ่นดิน ☒ เงินรายได้ ☐ บออื่นๆ (ระบุ).....
ใบเกียรติบัตร/วุฒิบัตร	☐ ได้รับ ☐ ไม่ได้รับ เนื่องจาก..... ☒ ไม่มี

สรุปสาระสำคัญ

การประชุมครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้ทราบและเตรียมความพร้อมในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อดำเนินงานห้องสมุด เนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเชิงรุก: มุมมองของผู้บริหาร 2) การประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 3) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด (ในวันที่โลกเล็กลง) และ 4) ความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาสรุปได้ดังนี้

1. “การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดเชิงรุก: มุมมองของผู้บริหาร” โดยรศ.ดร.ระวีวรรณ เอื้อพันธ์วิริยะกุล รองคณบดีฝ่ายวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

1.1 การประชาสัมพันธ์จะครอบคลุม 3 เรื่องหลัก คือ

ก่อ: สร้างความเข้าใจ ให้ข้อมูลใหม่

กัน: ป้องกันข่าวเชิงลบ ข่าวก่ทำให้เข้าใจผิด

แก้: แก้ข่าวหรือข้อมูลที่ทำให้เข้าใจผิด

เชิงรับ คือ แก้ ส่วนเชิงรุก คือ ก่อ และ กัน ทั้งนี้ต้องเพิ่มความรวดเร็ว ตรงประเด็น และการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกเข้าไปด้วย

1.2 เครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์ (อ้างอิงจาก Kotler, P. บิดาแห่งการตลาด) คือ

PENCILS ซึ่งประกอบด้วย

P: Publication ป้ายประกาศในรูปแบบต่างๆ รวมถึงจอคอมพิวเตอร์ที่ใช้แทนป้ายประกาศ แผ่นพับ ใบปลิว

E: Event การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้มีคนมาร่วมงาน

N: News ข่าวสาร

C: Community Involvement Activity การจัดกิจกรรมที่ให้ชุมชนเข้าร่วม

I: Identity เช่น นามบัตรองค์กร เสื้อที่มีโลโก้หรือข้อมูลขององค์กร

L: Lobbying Activity

S: Social Responsibility การจัดบริการชุมชนต่างๆ

1.3 เป้าหมาย ต้องดูว่าเป้าหมายของเราเป็นใคร เพื่อที่จะเลือกวิธีการประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้องและเหมาะสม โดยพิจารณาจากใคร ลักษณะอย่างไร มีพฤติกรรมอย่างไร มีข้อจำกัดและทัศนคติอย่างไร

เป้าหมายขององค์กรต้องมี 2 กลุ่ม คือ 1) เป้าหมายภายใน คือ บุคลากรในองค์กร โดยการประชาสัมพันธ์จะมุ่งไปที่การสื่อสารถ่ายทอดเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับองค์กรให้บุคลากรได้ทราบ ช่องทางที่ใช้ประชาสัมพันธ์ได้แก่ อีเมล เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และติดประกาศ และ 3) เป้าหมายภายนอก คือ สมาชิก และบุคคลทั่วไป ช่องทางที่ใช้ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ การติดประกาศ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และการจัดกิจกรรม

* **“PUSH NOTIFICATIONS”** การใช้ประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นที่นิยมมากขึ้น การส่งอีเมลเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่พอ จะต้องใช้ช่องทางอื่นที่เข้าถึงเป้าหมายได้มากขึ้น เช่นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะปัจจุบันมีการใช้สมาร์ทโฟนกันมากขึ้น มีการแจ้งเตือนหนังสือหามาอยู่ หรือแจ้งกิจกรรมทางไลน์ถึงผู้ใช้เป็นต้น ทั้งนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือเว็บไซต์นั้น จะต้องผู้ดูแลควบคุมและแก้ไขข้อมูลได้ในกรณีที่มีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เพราะสื่อประเภทนี้จะแพร่ออกไปได้รวดเร็วมาก

2. “การประยุกต์ใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์” โดย นายบุญเลิศ อรุณพิบูลย์ หัวหน้างานพัฒนาและบริการสื่อสาระดิจิทัล ฝ่ายบริการความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์บริการความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (STKS)

2.1 New Media หรือ สื่อใหม่ คือ สื่อที่ใช้ช่องทางเทคโนโลยีการสื่อสารหรืออินเทอร์เน็ต / ไม่จำกัดพื้นที่และเวลาในการสื่อสาร / ไร้ตัวตน ไม่มีเจ้าของ / สื่อสารได้มากกว่า 2 ทาง / ไม่สามารถปิดกั้นได้ / ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างข่าว แต่สื่อใหม่นี้ก็มีข้อเสียคือ อาจไม่มีความน่าเชื่อถือเพราะทุกคนสามารถสร้างข้อมูลได้ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความคลาดเคลื่อนของข้อมูล เช่น เมื่อมีการแชร์ข้อมูลต่อๆ กันไป ก็ไม่ทราบว่าข้อมูลมาจากไหน ถูกต้องหรือไม่ ก็เชื่อกันต่อไป เป็นการเชื่อจากความเชื่อ ไม่ใช้การเชื่อจากความรู้

ห้องสมุดจะต้องควบคุม จัดการไม่ให้มีการเข้าใจผิดกับสิ่งที่ไม่ใช่เรื่องประชาสัมพันธ์ รวมถึงพิจารณาสื่อใหม่มีอะไรบ้าง จากนั้นเลือกใช้ตามความเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องใช้ทุกช่องทาง เพราะจะเป็นภาระในการอัปเดตข่าวสารข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศควรเข้ามาช่วยในการทำงานสะดวกและส่วนเร็วขึ้น ไม่ใช้การเพิ่มภาระ ดังนั้นจึงควรเลือกใช้สื่อที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ เช่น เมื่อสร้างข้อมูลบนเฟซบุ๊ก ก็สามารถเชื่อมโยงไปยังทวิตเตอร์ให้อัตโนมัติ

ในต่างประเทศ ทวิตเตอร์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมมาก แต่ในประเทศไทยไม่ค่อยได้รับความนิยมเนื่องจากคนไทยชอบพรรณนา ใช้คำฟุ่มเฟือย และการมักติดการพิมพ์แบบการจัดหน้าเหมือนในไฟล์เวิร์ค จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ทางทวิตเตอร์ซึ่งมีพื้นที่ในการใส่ข้อความที่จำกัด ไม่สามารถทำได้ ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์นั้น ควรจะใช้ข้อความที่กระชับ ชัดเจน หากมีรายละเอียดใดใด ให้ใช้การแนบไฟล์แทน ทั้งนี้ไฟล์ที่ใช้แนบควรจะมีพื้นที่น้อยและสามารถเปิดได้กับทุกเครื่องมือ

2.2 สื่อออนไลน์นั้นมีทั้งสื่อที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้แก่

สื่อทางการ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เว็บไซต์องค์กร/บริษัท เว็บไซต์ผู้เชี่ยวชาญ เว็บไซต์หน่วยงานเฉพาะทาง

สื่อไม่เป็นทางการ ได้แก่ บล็อกส่วนตัว เว็บบอร์ด เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อีเมล วิกิ

สื่อที่เป็นทางการ เช่น เว็บไซต์ จะต้องจัดทำเนื้อหาให้สมบูรณ์ จากนั้นจึงใช้สื่อไม่เป็นทางการมาเป็นตัวกระตุ้นการเข้าถึงสื่อทางการ โดยนำข้อความสั้นๆ เกี่ยวกับเนื้อหา/หัวข้อบนเว็บไซต์หรือสื่อทางการมานำเสนอเพื่อให้เป้าหมายเชื่อมโยงมา ห้ามใช้สื่อที่ไม่เป็นทางการมาเป็นสื่อหลักเด็ดขาด เพราะสื่อไม่เป็นทางการมักจะมีอายุไม่ยาวนาน หากมีการปิดตัวลง ข้อมูลทั้งหมดก็จะหายไป ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับสื่อทางการหรือสื่อหลัก และกระตุ้นหรือเปิดช่องทางไปสู่สื่อหลักโดยใช้สื่อที่ไม่เป็นทางการ

2.3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย อันดับที่ 1 ใช้จากสมาร์ทโฟน (77.1%) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (69.4%) คอมพิวเตอร์พกพา (49.5%) แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (31%) และสมาร์ตทีวี (8.4%) ตามลำดับ

นอกจากนี้ “การใช้คำ” คงที่และถูกต้อง นับเป็นสิ่งสำคัญต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กรด้วย ในการนำเสนอเนื้อหาใดใด จะต้องเลือกใช้คำให้ถูกต้องเหมาะสม และคงที่ เช่น คำว่า ebook Ebook e-book E-Book แม้ว่าขณะนี้ยังไม่มีการบัญญัติคำที่ควรจะใช้ เราก็คงที่จะเลือกใช้คำใดคำหนึ่งให้คงที่ รวมไปถึงการเลือกใช้ข้อความที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทราบว่าเมื่อใดจะใช้คำ/ข้อความที่เป็นทางการ หรือเมื่อใดจะใช้ภาษาพูด

3. “การตลาดและการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด (ในวันที่โลกเล็กลง)” โดย นายอภิชัย อารยะเจริญชัย หัวหน้าหน่วยจดหมายเหตุและพิพิธภัณฑ์ ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์องค์กรจะต้องทำควบคู่กับการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์องค์กรคือการเน้นไปที่ภาพลักษณ์ ความเป็นองค์กร เรื่องราวต่างๆ ขององค์กร ส่วนการตลาดคือการเน้นไปที่การขาย การตลาดโดยจงใจให้เกิดการซื้อขายหรือการใช้บริการ

จากการศึกษาเปรียบเทียบสื่อออนไลน์กับสื่อดั้งเดิมโดยเน้นไปที่การเชื่อและไม่เชื่อ พบว่า สื่อที่ได้รับการเชื่อมากที่สุด คือเพื่อนบอก รองลงมาคือความคิดเห็นจากผู้บริโภค เว็บไซต์ โฆษณาจากโทรทัศน์ โฆษณาจากนิตยสาร โฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ และโฆษณาจากสื่อสังคมออนไลน์ ตามลำดับ

3.1 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้ได้ผล ควรพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายคือใคร ต้องการอะไร
- 2) ประเมินบริการให้เหมาะกับเป้าหมาย
- 3) ใช้สื่อเดียวกับเป้าหมาย โดยสำรวจดูว่าเป้าหมายใช้สื่อใดบ้าง เพชฌัญญูอาจจะมีผู้นิยมใช้มาก แต่ควรสำรวจช่องทางอื่นด้วยเพื่อความครอบคลุม
- 4) กลุ่มผู้ดูแลการจัดทำ/นำเสนอสื่อจะต้องทำความเข้าใจให้ตรงกันถึงความเป็นกลุ่มเป้าหมาย จุดประสงค์ รูปแบบ การสื่อสาร เนื้อหา ซึ่งจะต้องเป็นไปในทางเดียวกัน
- 5) วางแผนจัดการเนื้อหา ว่าควรจะนำเสนออะไร เมื่อใด
- 6) ดูแลจัดการแต่ละสื่อที่ใช้ให้เหมาะสม เพราะสื่อแต่ละสื่อจะมีเอกลักษณ์ที่ต่างกัน ไม่ควรใช้รูปแบบเดียวหรือทำเพียงการคัดลอกแล้วนำไปวางในทุกสื่อ
- 7) กำหนดแนวทางการสื่อสาร อย่าละเลยทุกๆ ความคิดเห็นของเป้าหมาย
- 8) ตั้งค่า KPI ให้ชัดเจน และนำมาวิเคราะห์อยู่เสมอ

3.2 การทำการประชาสัมพันธ์ในวันที่โลกเล็กลง ควรพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

- 1) มีการใช้สื่อออนไลน์กันมากขึ้น แต่อย่าหลงลืมสื่อเดิม เช่น ไปสเตอร์ ไปปลิว แผ่นพับ เพราะยังคงเป็นสื่อที่ใช้ได้ผล สื่อบางสื่อที่ดูธรรมดาแต่กลับได้ผลกว่าสื่อที่ซับซ้อน
- 2) ผู้บริโภคบริโภคสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์จำนวนมหาศาลในแต่ละวัน เราจะต้องหาให้พบว่าเข้าอยากได้อะไร อยากรู้อะไร
- 3) สร้างความสม่ำเสมอในการนำเสนอ
- 4) เปิดโอกาสให้เป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม
- 5) สร้างคุณค่าของ “แบรนด์” ต่อผู้ใช้ในระยะยาว
- 6) พยายามสร้างเนื้อหาของตัวเอง อย่าใช้การแชร์ข้อมูลของคนอื่นมากเกินไป

3.3 บทบาทของห้องสมุดกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

- 1) เป็นผู้เชี่ยวชาญในการแนะนำแหล่งข้อมูล
- 2) เป็นนักกิจกรรม
- 3) พัฒนางานประจำให้เป็นงานวิจัย
- 4) ปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อกับยุคสมัย

5) อาจารย์ นักศึกษา และบรรณารักษ์จะต้องทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดมากขึ้น เช่น อาจารย์/นักศึกษามีบทบาทในการคัดเลือกหนังสือเข้าห้องสมุดมากขึ้น

4. “ความคิดสร้างสรรค์” โดย อาจารย์ธงชัย โรจน์กังสดาล ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิทยาการได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาหรือจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ โดยการตั้งคำถาม การสังเกต การหาไอเดียใหม่ๆ การนำเสนอไอเดีย เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และได้แนะนำ เทคนิค 6 วิธีในการพัฒนาหรือจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

1. **การฟัง การพูด การดู** เป็นวิธีหนึ่งในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ คือ การออกไปเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่นอกเหนือจากศาสตร์ของตัวเอง โดยการไปฟังและดูเรื่องราวต่างๆ เพราะจะทำให้เรามีประสบการณ์และเรียนรู้หลายสิ่งและนำมาใช้ในการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ได้
2. **การเขียนและการจดบันทึก** ความคิดสร้างสรรค์เกิดได้ทุกที่ ไอเดียดีๆเกิดได้ทุกเวลา ดังนั้นเราจึงต้องรีบจดบันทึก
3. **การออกกำลังกายและการทำสมาธิ** กิจกรรมเหล่านี้สามารถทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ เป็นการผ่อนคลาย ทำให้เราสดชื่นขึ้น และล้างความคิดเก่าๆออกจากสมองและเปิดใจให้คิดไอเดียใหม่ๆเข้ามา
4. **ใช้พลังจิตได้สำนึกให้เป็นประโยชน์** เวลาเราแก้ไขปัญหาไม่ได้ วิธีที่ดีที่สุดคือปล่อยวางปัญหานั้น แล้วไปทำกิจกรรมอย่างอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น จิตได้สำนึกของเรา กำลังทำงานอยู่ ดังนั้นเมื่อจิตได้สำนึกแก้ปัญหาให้เราได้แล้ว คำตอบก็จะผุดขึ้นมาเอง
5. **ฝึกฝนกิจกรรมที่ใช้มือ** ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้เกิดขึ้นจากการใช้สมองเท่านั้น การใช้มือก็มีส่วนสัมพันธ์กับการพัฒนาสมองด้วยเช่นกัน ดังนั้นเราจึงควรหาโอกาสใช้มือบ่อยๆ
6. **การสร้างเชื่อมั่น** การพูดซ้ำๆในสิ่งที่เราต้องการจนกระทั่งฝังเข้าไปในจิตใต้สำนึก จะกลายเป็นความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ดังนั้นขอให้เราจงเชื่อมั่นตัวเองเสมอว่า เรามีความคิดสร้างสรรค์ขั้นเยี่ยม

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้และแนวทางการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดห้องสมุดให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

หัวข้อการปรับปรุง / พัฒนา	รายงานผลการปรับปรุง / พัฒนา ภายในวันที่
ข้อเสนอแนะอื่นๆ	
.....	
ผู้รายงาน..... (นางสาวอัมพร ขาวบาง)	
ผู้รายงาน..... (นางสาวศิวพร ชาติประสพ)	
วันที่ 2 ธันวาคม 2557	
ความคิดเห็นของหัวหน้าหน่วยงาน	
.....	
ลงชื่อ..... (.....)	
วันที่...../...../.....	
ความคิดเห็นของผู้บริหารที่กำกับดูแลหน่วยงาน	
.....	
ลงชื่อ..... (.....)	
วันที่...../...../.....	

- หมายเหตุ :
- 1. จัดทำรายงานฯ หลังจากเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน ภายใน 15 วัน เสนอหัวหน้าหน่วยงาน
 - 2. หัวหน้าหน่วยงานเสนอความเห็น ภายใน 3 วัน เสนอผู้บริหารที่กำกับดูแล
 - 3. แจ้งผู้รายงานทราบ และจัดเก็บเข้าแฟ้ม รายงานการเข้าอบรม / สัมมนา / ศึกษาดูงาน
 - 4. หัวหน้าหน่วยงานติดตามผลการปรับปรุงพัฒนา