

# การวิเคราะห์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย<sup>1</sup>

## An Analysis of the Use of Facebook in Academic Libraries in Thailand

วงศ์กร ชัยรัตน์ถาวร<sup>2</sup>

Wongsakorn Chairatanathavorn

แววตา เตชาทวีวรรณ<sup>3</sup>

Wawta Techataweewan

สมชาย วรรณญาณุไกร<sup>4</sup>

Somchai Waranyanugrai

<sup>1</sup> บทความจากปริญญาพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2557

<sup>2</sup> นิสิตปริญญาโท ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
E-mail: wongsakornc1986@gmail.com

<sup>3</sup> ป.ร.ด., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ E-mail: walta@swu.ac.th

<sup>4</sup> รองศาสตราจารย์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
E-mail: somchaiw@swu.ac.th

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอ รูปแบบการนำเสนอ ลักษณะการใช้เฟซบุ๊ก การตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊ก นโยบายและกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กจำแนกตามตัวแปรเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้เฟซบุ๊กกับการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาที่ใช้เฟซบุ๊กอย่างเป็นทางการ จำนวน 80 แห่ง และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กห้องสมุดที่มีการตอบสนองสูงสุด จำนวน 13 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ F-test และสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- 1) เนื้อหาที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุด รูปแบบการนำเสนอที่ใช้มากที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ
- 2) สมาชิกตอบสนองด้วยการกดไลค์มากที่สุด
- 3) ลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดส่วนใหญ่ คือ ระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กอยู่ระหว่าง 2-3 ปี มีจำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กน้อยกว่า 1,000 คน มีการใช้แท็บพื้นฐานเพียงอย่างเดียว และมีความถี่ในการโพสต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- 4) เนื้อหาที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกแตกต่างกัน ส่วนรูปแบบการนำเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกไม่แตกต่างกัน
- 5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดกับการตอบสนองของสมาชิก พบว่า จำนวนสมาชิกและความถี่ในการโพสต์มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองของสมาชิกในทางบวก
- 6) นโยบายการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดไม่มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กโดยตรง แต่แฝงอยู่ในนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสารกับผู้ใช้ห้องสมุดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข่าวสารห้องสมุด ส่วนกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊ก พบว่าห้องสมุดมีกลยุทธ์ในการเลือกใช้ภาพประจำเพจและภาพปก การคัดเลือกเนื้อหาที่นำเสนอ การสร้างแท็บเฟซบุ๊กขึ้นมาใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางบริการห้องสมุด การใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางรับความคิดเห็นจากสมาชิกเฟซบุ๊ก และมีการประเมินการใช้เฟซบุ๊กจากสถิติของเฟซบุ๊กและเว็บไซต์วิเคราะห์สถิติ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้เฟซบุ๊ก ได้แก่ การขาดทักษะคอมพิวเตอร์และทักษะการประชาสัมพันธ์ของผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊ก การขาดการบริหารจัดการที่ดี และการขาดการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กของห้องสมุด

## Abstract

The purposes of this research are to study the content, presentation style, facebook use characteristic, facebook users' response, and library policy and strategy of employing facebook in Thailand, to compare the facebook users' response by content and presentation style, and to study the relationship between characteristic of facebook use and facebook users' response. The sampling group of quantitative research is 80 academic libraries in Thailand which use official facebook sites and the sampling group of qualitative research is 13 academic librarians as facebook page administrator. The research was conducted through a data record form and a semi-structured interview form. The data was tested for percentage, mean, standard deviation, F-test and Pearson product-moment correlation coefficient. The research findings were as follow: 1) The most content posted on facebook was "Library news and activities", the most presentation style posted on facebook was "Text and photo". 2) The most facebook users' response was "Like". 3) The characteristic of facebook use revealed that most academic libraries have used facebook for 2 to 3 years, have less than 1,000 facebook members, have

used only default tab on facebook, and have less than 1 post per week. 4) The varieties of content posted on facebook had different response from facebook users. Besides, the varieties of presentation style posted on facebook had no different to facebook users' response. 5) The relationship between characteristic of facebook use and users' response found that the number of facebook members and frequency of facebook posts were positive correlation to the users' response. 6) The library policy of employing facebook revealed that most academic libraries do not have a facebook policy and all of academic libraries but conceal in public relations policy as a mean of increasing communication channel and publicizing library news and activities. The strategy of libraries employing facebook revealed that most academic libraries have strategies for profile and cover pictures, selection of contents, custom tab creation for the additional library services, providing channels for users' opinion sharing, and evaluation facebook use from facebook page insights and other analytical websites. In terms of problems, it was found that library facebook page administrators lacked computer and public relations skills, academic libraries managed facebook page inefficiently, and lacked publicizing their facebook page.

**คำสำคัญ:** เฟซบุ๊ก ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

**Keyword:** Facebook, Academic libraries

## บทนำ

ปรากฏการณ์ของยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based society economy) เช่นปัจจุบันมีการใช้ความรู้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้องค์ความรู้และนวัตกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ผู้คนในสังคมจึงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ค้นหา เข้าถึง แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยตอบสนองและสนับสนุนการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างและแบ่งปันข้อมูล การทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งการสร้างชุมชนหรือเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ตและเป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงผู้คนให้เข้าถึงกันได้ง่ายและกว้างขวางมากที่สุด กิจกรรมที่มีบนเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถกระทำได้หลากหลาย เช่น การโพสต์ข้อความ รูปภาพและวีดิทัศน์ การแท็ก (Tagging) การส่งข้อความถึงกัน การแบ่งปันไฟล์ การเผยแพร่ข้อมูลปัจจุบันของตนเอง การเปิดโอกาสให้มีการรู้จักกันโดยตรงหรือผ่านเพื่อนในเครือข่าย การเล่นเกมออนไลน์ การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลแบบเผยแพร่สู่สาธารณะหรือเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) มายสเปซ (MySpace) และไฮไฟว์ (His)

เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและถูกจัดอันดับเป็นเว็บที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด (*Top Sites: The Top 500 Sites on the Web*. 2012: Online) ก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 2004 โดย มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) คริส ฮิวส์ (Chris Hughes) และดัสติน มอสโควิท (Dustin Moskovitz) ปัจจุบันเฟซบุ๊กจัดว่าเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสมบูรณ์แบบมากที่สุด บุคคลทั่วไปสามารถสมัครเป็นสมาชิกโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ควบคุมกำหนดสิทธิ์ระดับต่าง ๆ ในการโพสต์หรือแบ่งปันข้อมูล และเปิดโอกาสให้เชื่อมโยงกับการใช้งานเว็บอื่น ๆ ได้ รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมเพิ่มเติมเพื่อ

ใช้บนเพจเฟซบุ๊กของตน นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังรวบรวมโปรแกรมประยุกต์บนอินเทอร์เน็ตมาใช้งานร่วมกัน เช่น การสนทนาออนไลน์ เกมออนไลน์ การสร้างเว็บเพจส่วนบุคคล เป็นต้น เฟซบุ๊กมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 43 ภายใน 5 ปี ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก (*Facebook Shows Strong Growth over Past Five Years*. 2012: Online) ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สมาคม ตลอดจนองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรนำเฟซบุ๊กมาประยุกต์กับการดำเนินงานขององค์กรอย่างแพร่หลาย จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่ขยายจำนวนสมาชิกและเชื่อมโยงกันอย่างไม่รู้ที่สิ้นสุด

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่หลักในการสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัย ตลอดจนการบริการทางวิชาการให้กับนิสิตและคณาจารย์ เนื่องจากคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์ดังกล่าว ทำให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งนำเฟซบุ๊กมาใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุด รวมทั้งเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ห้องสมุดและสาธารณะ เฟซบุ๊กจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดได้แก่ ประกาศข่าวสารข้อมูลข่าวต่าง ๆ แนะนำทรัพยากรสารสนเทศและแหล่งข้อมูล และการแสดงตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในบริการห้องสมุดให้กับผู้ใช้ (Hendrix; et al. 2009: 46; Jacobson. 2011: 86) รวมทั้งการใช้เฟซบุ๊กเพื่อสนับสนุนงานบริการห้องสมุด ได้แก่ บริการสืบค้นโอแพค (OPAC) บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า การเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม การสอนการใช้ห้องสมุด และการรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ ซึ่งห้องสมุดสามารถใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อและให้บริการผู้ใช้แบบออนไลน์ โดยตระหนักถึงการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กอย่างสร้างสรรค์และมีทัศนคติที่ดีต่อการเข้าร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ปรากฏในปัจจุบัน พบว่าห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรม แจ้งข่าวสารและจัดการความรู้ภายในห้องสมุด (รัฐธีร์ ปภัสร์สุรีย์โชติ. 2554; กัลยา ต้นจระโระ และ พิมพวิภาไพ เปรมสมิทธิ. 2555) บรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (แวนดา เตซาทวิวรรณ. 2555) และใช้เพื่องานบริการสารสนเทศในระดับปานกลาง (ปะราลี ปาละสุวรรณ. 2556) ส่วนงานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ งานวิจัยของเฮ็นดริกซ์และคณะ (Hendrix; et al. 2009) วาน (Wan. 2011) อายุและอาบริซฮาห์ (Ayu; & Abrizah. 2011) จาคอบสัน (Jacobson. 2011) เจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011) ซึ่งศึกษาทั้งในด้านเนื้อหาที่นำเสนอ รูปแบบการนำเสนอ การตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊ก นโยบายและกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊ก และลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กในด้านต่าง ๆ ซึ่งผลการศึกษามีทั้งสอดคล้องและแตกต่างกัน

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จากการสำรวจในปัจจุบันพบว่ายังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับเฟซบุ๊กโดยตรง ทั้งนี้เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนผู้นิยมใช้สูงสุดในปัจจุบัน จากสถิติการใช้เฟซบุ๊กของประเทศไทย (*Thailand Facebook Statistics*. 2012: Online) พบว่ามีผู้ใช้มากกว่า 16 ล้านคน จัดอยู่ในอันดับ 16 จากผู้ใช้ทั่วโลกทั้งหมด 213 ประเทศ และมีการเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่อง ในจำนวนผู้ใช้ทั้งหมดนี้มีผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 33 ซึ่งเป็นสัดส่วนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มคนในช่วงอายุอื่น เนื่องจากผู้ใช้ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ คือ นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีการใช้เฟซบุ๊กสูงสุด ดังกล่าว เฟซบุ๊กจึงเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง นอกจากนี้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีความพร้อมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงมีการใช้เฟซบุ๊กเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อให้ทราบข้อมูลใน 2 มิติ คือ การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุด และการตอบสนองของสมาชิกต่อเฟซบุ๊กของห้องสมุด ซึ่งจะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในการใช้เฟซบุ๊กให้ได้ประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

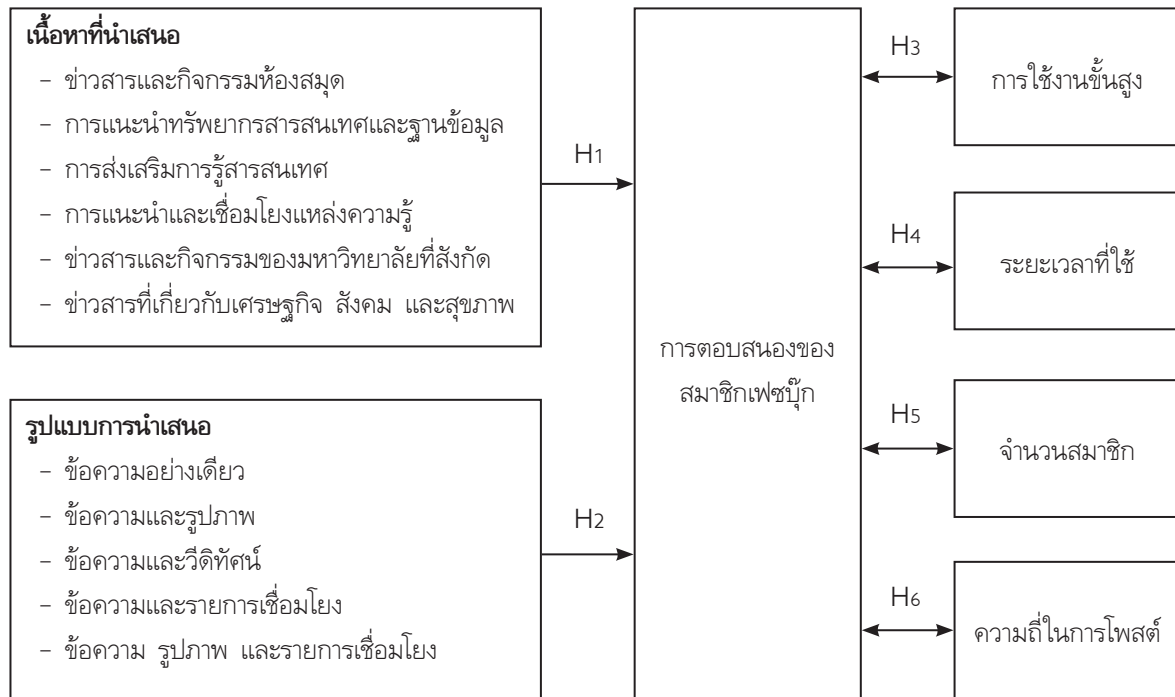
1. เพื่อศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอบนเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำแนกตามตัวแปรเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอ
4. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยกับการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊ก
6. เพื่อศึกษานโยบายและกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

### สมมติฐานในการวิจัย

1. เนื้อหาที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกแตกต่างกัน
2. รูปแบบการนำเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกแตกต่างกัน
3. การใช้งานชั้นสูงบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีความสัมพันธ์กับการตอบสนองของสมาชิกในทางบวก
4. ระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดกับการตอบสนองของสมาชิกในทางบวก
5. จำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีความสัมพันธ์การตอบสนองของสมาชิกในทางบวก
6. ความถี่ในการโพสต์บนเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีความสัมพันธ์การตอบสนองของสมาชิกในทางบวก

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



## วิธีดำเนินการวิจัย

1. กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 119 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556: ออนไลน์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ใช้เฟซบุ๊กอย่างเป็นทางการ จำนวน 80 แห่ง โดยสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากกลุ่มประชากรข้างต้น ซึ่งได้จำนวนมากกว่าจำนวนขั้นต่ำตามการใช้สูตรกรณีทราบจำนวนประชากรของยามานะ (Yamane, 1967: 886-887) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่มีการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กในลำดับสูงสุด จำนวน 13 แห่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบบบันทึกข้อมูลผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านบรรณารักษศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบบันทึกข้อมูลในด้านวัตถุประสงค์ เนื้อหา และสำนวนภาษา จากนั้นนำผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruency: IOC) พบว่า แบบบันทึกข้อมูลมีค่า IOC ระหว่าง 0.80-1.00 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพสามารถใช้เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลได้จริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ถึง 31 สิงหาคม 2556 หรือช่วงเวลา 3 เดือน โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลเพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดจากเฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย จำนวน 80 แห่ง ซึ่งผู้วิจัยบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลจากเส้นเวลา (Timeline) ของเฟซบุ๊ก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบบันทึกข้อมูลโดยใช้สถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าความถี่

และร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและข้อมูลการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาด้านเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กต่อเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอ ค่าสถิติ F-test ในการเปรียบเทียบเนื้อหาที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอของห้องสมุดกับการตอบสนองของสมาชิก หากพบความแตกต่างจะทดสอบรายคู่ใช้วิธีการของ LSD และค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้เฟซบุ๊กกับการตอบสนองของสมาชิก ซึ่งจำแนกตามตัวแปรการใช้งานขั้นสูง ระยะเวลาที่ใช้ จำนวนสมาชิก และความถี่ในการโพสต์

นอกจากนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยเริ่มจากการถอดคำสัมภาษณ์แล้วนำมาจัดพิมพ์ให้เป็นเนื้อหาในรูปแบบแฟ้มเอกสาร จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาที่ถอดคำสัมภาษณ์กับข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึก สรุประเบียดคำสัมภาษณ์ และจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับความมุ่งหมายของวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

### 1. เนื้อหาที่นำเสนอ รูปแบบการนำเสนอและการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบผลการวิจัย ดังนี้

1.1 เนื้อหาที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กห้องสมุดมากที่สุด คือ ข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุด ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในการใช้เฟซบุ๊ก คือ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของห้องสมุดให้แก่ผู้ใช้ห้องสมุดและสาธารณะทราบ เป็นการเชิญชวนผู้ใช้เข้าร่วมกิจกรรมของห้องสมุด และกระตุ้นให้ผู้ใช้หรือสาธารณะสนใจเรื่องราวของห้องสมุดมากขึ้น (รัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ. 2554: 76; Hendrix; et al. 2009: 47) นอกจากนี้เฟซบุ๊กมีเครื่องมือเผยแพร่ (Publisher tool) ซึ่งปรากฏอยู่ส่วนบนของหน้าหลักใช้สำหรับแบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูล ห้องสมุดสามารถแบ่งปันภาพ วีดิทัศน์ และรายการเชื่อมโยงได้ รวมทั้งมีแท็บเหตุการณ์ (Events) และแท็บบันทึก (Notes) สำหรับให้รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมและส่งคำเชิญเชิญชวนไปยังสมาชิกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเฮ็นดริคซ์ และคณะ (Hendrix; et al. 2009: 46) งานวิจัยของวาน (Wan. 2011: 315) งานวิจัยของอายุและอาบริซฮาห์ (Ayu; & Abrizah. 2011: 244) งานวิจัยของรัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554: 76) และงานวิจัยของกัลยา ต้นจะโร และพิมพ์รำไพ ประสมสิทธิ์ (2555: 50) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมของห้องสมุด ผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจาคอบสัน (Jacobson. 2011: 86) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบริการสืบค้นฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศ และงานวิจัยของอะฮารอนี (Aharony. 2012: 363) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษานำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับทรัพยากรห้องสมุดมากที่สุด

1.2 รูปแบบการนำเสนอที่ใช้มากที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ ซึ่งเป็นการนำเสนอทั้งตัวอักษรและรูปภาพ อาจประกอบด้วยรูปภาพและข้อความที่พิมพ์บรรยายภาพ หรือเป็นเพียงรูปภาพที่มีข้อความปรากฏอยู่บนภาพ ทั้งนี้เนื่องจากรูปภาพเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในการชี้หรือแสดงข้อมูลเฉพาะต่าง ๆ เพื่อช่วยสนับสนุนให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความเข้าใจได้ชัดเจนและง่ายขึ้น ประหยัดเวลาในการรับรู้ อีกทั้งเป็นสื่อที่สร้างความสะดุดตาได้จากภาพและสีสัน (วิวัฒน์ชัย สุขทรัพย์. 2543: ออนไลน์) นอกจากนี้การอัปโหลดภาพบนเฟซบุ๊กกระทำได้ง่าย ห้องสมุดสามารถสร้างอัลบั้มและอัปโหลดภาพไว้ในแต่ละอัลบั้มเพื่อแบ่งปันให้ผู้ใช้และสาธารณะได้ชมภาพเหล่านั้น ซึ่งสามารถเลือกอัปโหลดได้ทั้งครั้งละภาพหรือหลายภาพ รวมทั้งระบุรายละเอียดเกี่ยวกับภาพ ย้าย เพิ่มภาพ หรือลบภาพในอัลบั้มได้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเฮ็นดริคซ์และคณะ (Hendrix; et al. .2009: 46) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่โพสต์รูปภาพ ผลการวิจัย

ดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจาคอบสัน (Jacobson. 2011: 81) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีแนวโน้มการโพสต์วีดิทัศน์เพิ่มมากขึ้น และมีการโพสต์รูปภาพลดลง และงานวิจัยของวาน (Wan. 2011: 315) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาโพสต์วีดิทัศน์และรูปภาพน้อย

## 2. การตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกบนเฟซบุ๊กตอบสนองต่อเฟซบุ๊กของห้องสมุดด้วยการกดไลค์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการกดไลค์นอกจากเป็นการแสดงความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับแล้วนั้น ยังเป็นการแสดงเจตจำนงที่จะติดตาม (Follow) ข้อมูลข่าวสารของเฟซบุ๊กห้องสมุดด้วย โดยเฉพาะสมาชิกที่มีเพื่อนบนเฟซบุ๊กของตนจำนวนมากจะมีโอกาสในการมองเห็นโพสต์ต่างๆ ของเพื่อนปรากฏบนเพจจำนวนมากเช่นกัน นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังใช้อัลกอริทึมเอดจ์แรนค์ (Edgerank algorithm) ซึ่งเป็นวิธีการของเฟซบุ๊กในการจัดลำดับโพสต์ โดยคัดเลือกโพสต์ที่มีการตอบสนองของสมาชิกจำนวนมากไว้ลำดับสูงสุดในรายการข่าวใหม่ (Jones. 2012: Online) ถ้าสมาชิกเฟซบุ๊กกดไลค์การโพสต์ของห้องสมุดจะทำให้สามารถรับรู้เรื่องราวความเคลื่อนไหวของห้องสมุดได้อย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แสดงความเห็นต่อโพสต์ และตอบสนองด้วยการกดไลค์เป็นส่วนมาก ผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจัทมณี คายะนันท์ (2554: 63) ที่พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่ตอบสนองด้วยการแสดงความคิดเห็น และงานวิจัยของอายุและอาบริซฮา (Ayu: & Abrizah. 2011: 248) ที่พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กส่วนใหญ่โพสต์คำถามเกี่ยวกับบริการห้องสมุดบนเฟซบุ๊ก

## 3. การเปรียบเทียบการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา จำแนกตามตัวแปรเนื้อหาที่น่าเสนอและรูปแบบการนำเสนอ พบผลการวิจัย ดังนี้

3.1 เนื้อหาที่น่าเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกแตกต่างกัน โดยเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำทรัพยากรสารสนเทศและฐานข้อมูล การแนะนำบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยที่สังกัด และข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ มีการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กมากกว่าเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุด ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาที่น่าเสนอเกี่ยวกับการแนะนำทรัพยากรสารสนเทศและฐานข้อมูลเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของนักศึกษาและอาจารย์โดยตรง จึงให้เกิดความสนใจและตอบสนองจำนวนมาก ส่วนเนื้อหาที่น่าเสนอเกี่ยวกับข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยที่สังกัด และข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพเป็นเรื่องราวความเคลื่อนไหวทางสังคมในวงกว้างและมักอยู่ในความสนใจของผู้คนโดยทั่วไป จึงทำให้สมาชิกเฟซบุ๊กสนใจและให้การตอบสนองจำนวนมากเช่นกัน ทั้งนี้เนื้อหาที่น่าเสนอเกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุดซึ่งมีการตอบสนองน้อยกว่าเนื้อหาดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากเนื้อหาที่น่าเสนอเป็นเรื่องทั่วไปที่สมาชิกเฟซบุ๊กทราบหรือสามารถรับรู้ได้จากการเข้าใช้ห้องสมุด จึงทำให้ได้รับการตอบสนองจำนวนน้อย ซึ่งงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) พบว่า ห้องสมุดควรให้ความสำคัญต่อการเลือกเนื้อหาและหัวข้อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิกเฟซบุ๊ก

3.2 รูปแบบการนำเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่แตกต่างกัน ทำให้การตอบสนองของสมาชิกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกเฟซบุ๊กให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่น่าเสนอมากกว่ารูปแบบการนำเสนอ เพราะสื่อที่น่าเสนอบนเฟซบุ๊กมีทั้งรูปแบบที่เป็นข้อความ รูปภาพ วิดิทัศน์ และรายการเชื่อมโยง สามารถนำเสนอได้ทั้งรูปแบบเดียวหรือผสมผสานกัน ซึ่งเป็นรูปแบบที่ใช้นบนเฟซบุ๊กโดยทั่วไปทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กคุ้นเคยกับการนำเสนอรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ จึงไม่ได้ให้ความสำคัญหรือสนใจในรูปแบบดังกล่าว แต่เน้นการรับรู้เนื้อหาที่ได้จากการนำเสนอของห้องสมุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) ที่พบว่า ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กควรให้ความสำคัญกับการเลือกเนื้อหาหรือหัวข้อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิกมากกว่า นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจจะทำให้สมาชิกเฟซบุ๊กติดตามอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มโอกาสในการมีส่วนร่วมหรือกระตุ้นการสนทนาระหว่างสมาชิกเฟซบุ๊กกับห้องสมุดซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่อแนวโน้มการใช้บริการ



ห้องสมุด (สุธีรพันธุ์ ลักรวัตร. 2554: 63)

#### 4. ลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบผลการวิจัย ดังนี้

4.1 ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กอยู่ระหว่าง 2-3 ปี ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กเริ่มเผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) แต่ได้รับความนิยมอย่างมากจนถูกจัดอันดับเป็นเว็บที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเมื่อ พ.ศ. 2555 ดังนั้นการใช้งานเฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยอยู่ในราว 2-3 ปีที่ผ่านมาหลังจากที่เฟซบุ๊กเป็นที่รู้จักและใช้งานกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเริ่มหลังจากห้องสมุดในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีการใช้เฟซบุ๊กอย่างแพร่หลายตั้งแต่ พ.ศ. 2551 (Wan. 2011: 314) ซึ่งห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยนับว่าเป็นห้องสมุดที่มีความทันสมัยและทันต่อเทคโนโลยีกว่าห้องสมุดประเภทอื่น โดยมักเป็นเทคโนโลยีที่ดำเนินตามห้องสมุดของประเทศที่พัฒนาแล้วโดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ (Five adopter categories) ของโรเจอร์ส (Rogers. 1983: 247) โดยประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนามักเป็นผู้ที่ตามสังคมส่วนใหญ่ (Early majority) จึงต้องใช้เวลาในการไตร่ตรองการใช้เฟซบุ๊กว่าคุ้มค่าและเป็นประโยชน์หรือไม่ ก่อนจะมีการเริ่มใช้งานเฟซบุ๊กในห้องสมุด ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของปราลี ปาละสุวรรณ (2556: 69) ที่พบว่าบรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีประสบการณ์ใช้งานเฟซบุ๊กตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

4.2 สมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีจำนวนน้อยกว่า 1,000 คน ทั้งนี้เนื่องจากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยอยู่ในช่วงระยะเริ่มใช้งานเฟซบุ๊ก โดยมีการใช้งานสูงสุด 2-3 ปีที่ผ่านมา และจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่าห้องสมุดขาดการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊ก จึงทำให้มีผู้ขอเป็นเพื่อนเฟซบุ๊กหรือเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดจำนวนน้อย ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของวาน (Wan. 2011: 314) ที่พบว่า ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กต่ำกว่า 100 คน และงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) ที่พบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กน้อยกว่า 600 คน นอกจากนี้ผลการวิจัยของชาร์นิโคและบาร์เน็ต (Charnigo: & Barnett. 2007: 29) พบว่าบรรณารักษ์มีทัศนคติเชิงลบต่อการใช้เฟซบุ๊ก โดยมีความคิดเห็นว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ควรมานำใช้เพื่อการสืบค้นสารสนเทศหรืองานทางวิชาการมากกว่าการใช้งานเฟซบุ๊ก และเซีย (Xia. 2009: 477) พบว่า บรรณารักษ์ขาดการกระตือรือร้นในการใช้เฟซบุ๊ก ทำให้ไม่จัดทากิจกรรมหรือหัวข้อที่น่าสนใจดึงดูดผู้ใช้ห้องสมุดให้เป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก

4.3 ห้องสมุดส่วนใหญ่ใช้แท็บพื้นฐานบนเฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว เนื่องจากเฟซบุ๊กมีบริการแท็บพื้นฐาน (Default tab) เช่น แท็บรูปภาพ แท็บวิดีโอ แท็บเหตุการณ์ แท็บบันทึก เป็นต้น ที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของห้องสมุด โดยออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกและไม่ซับซ้อน จึงทำให้ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กห้องสมุดเลือกใช้แท็บพื้นฐานดังกล่าว ส่วนการสร้างแท็บขึ้นมาใหม่ (Custom tab) ซึ่งเฟซบุ๊กห้องสมุดมีการใช้งานน้อยมาก เนื่องจากผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีทักษะด้านคอมพิวเตอร์ขั้นสูง สามารถออกแบบหน้าเว็บได้อย่างเป็นระบบ สามารถเขียนโปรแกรมภาษาเอฟบีเอ็มแอล (FBML: Facebook Markup Language) และเอชทีเอ็มแอล (HTML) ได้ และการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายสำหรับประมวลผลข้อมูล หรือสามารถใช้แอปพลิเคชันไอเฟรม (iFrame) เพื่อนำเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตมาแสดงบนเฟซบุ๊กเพจของห้องสมุดจึงจะสามารถสร้างแท็บที่ใช้งานได้มีประสิทธิภาพตามต้องการ (สุธีรพันธุ์ ลักรวัตร. 2554: 50, 60) ประกอบกับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ขาดแคลนบุคลากรด้านคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะโปรแกรมเมอร์ จึงทำให้ห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่สร้างแท็บขึ้นมาใหม่ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเฮนดริคซ์และคณะ (Hendrix: et al. 2009: 46) งานวิจัยของอะฮารอนี (Aharony. 2012: 362) และงานวิจัยของอายูและอาบริซาค์ (Ayu: & Abrizah. 2011: 246) พบว่ามีการใช้แท็บพื้นฐานของเฟซบุ๊กและแท็บที่สร้างขึ้นใหม่น้อยมาก

4.4 ห้องสมุดส่วนใหญ่มีความถี่ในการโพสต์บนเฟซบุ๊กน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากผลการวิจัยนี้สัมพันธ์กับผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพและพบว่า บรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาที่รับผิดชอบงาน

เฟซบุ๊กมีงานประจำที่ต้องปฏิบัติ เช่น งานบริการตอบคำถามช่วยการค้นคว้า งานเทคนิคห้องสมุด เป็นต้น จึงไม่มีเวลาในการปฏิบัติงานด้านเฟซบุ๊กเต็มที่ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอายุและอาบริซฮ์ (Ayu: & Abrizah. 2011: 247) ที่พบว่าห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีความถี่ในการโพสต์บนเฟซบุ๊ก 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ นอกจากนี้งานวิจัยของชาร์นิโคและบาร์เน็ต (Charnigo; & Barnett. 2007: 29) งานวิจัยของเฮนดริคซ์และคณะ (Hendrix; et al. 2009: 46) และเซีย (Xia. 2009: 477) ยังพบว่า บรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาโพสต์บนเฟซบุ๊กน้อยครั้ง เนื่องจากขาดความเชื่อมั่นว่าเฟซบุ๊กทำให้ห้องสมุดบรรลุวัตถุประสงค์ และไม่กระตือรือร้นในการใช้เฟซบุ๊ก

## 5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยกับการตอบสนองของสมาชิก ผลการวิจัยพบดังนี้

5.1 จำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการตอบสนองของสมาชิกในทางบวก โดยเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่มีสมาชิกเฟซบุ๊กจำนวนมาก ได้รับการตอบสนองของสมาชิกเฟซบุ๊กห้องสมุดมากกว่าห้องสมุดที่มีสมาชิกเฟซบุ๊กจำนวนน้อย ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กห้องสมุดที่มีจำนวนสมาชิกมาก โอกาสที่เกิดการตอบสนองจากสมาชิกย่อมมีมากขึ้นกัน รวมทั้งการกดไลค์โพสต์ของห้องสมุด ทำให้การโพสต์นั้นไปปรากฏบนเพจของสมาชิกเฟซบุ๊กของผู้ใช้ และเพื่อนของสมาชิกนั้นก็สามารถมองเห็นและกดไลค์หรือตอบสนองอื่น ๆ ได้เช่นกัน นอกจากนี้การใช้เฟซบุ๊กเป็นการแสดงตัวตนของห้องสมุดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในบริการของห้องสมุดแก่ผู้ใช้ (Hendrix; et al. 2009: 46) เมื่อแสดงตนบนเฟซบุ๊กเป็นระยะเวลาานานจะทำให้ผู้คนพบเห็นและสนใจที่จะติดตาม หรือสมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดมากขึ้น

5.2 ความถี่ในการโพสต์บนเฟซบุ๊กของห้องสมุดมีความสัมพันธ์กับการตอบสนองของสมาชิกในทางบวก โดยเฟซบุ๊กของห้องสมุดที่มีความถี่ในการโพสต์จำนวนมากครั้งต่อสัปดาห์ ได้รับการตอบสนองจากสมาชิกเฟซบุ๊กจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากการโพสต์จำนวนมากย่อมสร้างโอกาสที่สมาชิกเฟซบุ๊กจะตอบสนองต่อโพสต์ของห้องสมุดมากด้วยเช่นกัน การโพสต์ของห้องสมุดทำให้สมาชิกเฟซบุ๊กมองเห็นความเคลื่อนไหวของห้องสมุด รับรู้ข้อมูลที่น่าสนใจ สร้างความเป็นกันเองและความไว้วางใจต่อกัน (Buddy Media. 2011: Online) ซึ่งการโพสต์อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ถือเป็นการสร้างบทสนทนาอย่างต่อเนื่อง และหากห้องสมุดนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของสมาชิกทำให้ได้รับการตอบสนองและเกิดการติดตามเพจ รวมทั้งการแนะนำสมาชิกใหม่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กห้องสมุด นอกจากนี้ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของคนไทยและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ พบว่า คนไทยส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน มักใช้ในช่วงเย็นและกลางคืน (ณัฐภัทร บพมาตร์. 2553: 72; วัชรวิ กาเข็นติมะ. 2553: 61; จุฑามณี คายะนันท์. 2554: 61; อธิราพร ดันที่ปธรรม. 2554: 58; วิมลพรรณ อภาเวท: สาวิตรี ชีวะสาธน์; และชาญ เดชอัศววง. 2554: 51; ณัฐกรานต์ รัตนสุภา. 2555: 72; นุชรีย์ แผ่นทอง. 2555: 60) ดังนั้นการโพสต์ทุกวันย่อมทำให้สมาชิกพบเห็นโพสต์ของห้องสมุดตลอดเวลา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเซีย (Xia. 2009: 477) งานวิจัยของชาน (Chan. 2010: 479) งานวิจัยของจาคอบสัน (Jacobson. 2011: 88) งานวิจัยของอายุและอาบริซฮ์ (Ayu: & Abrizah. 2011: 247) และงานวิจัยของวาน (Wan. 2011: 314) ที่สนับสนุนให้มีการโพสต์บ่อยครั้งทุกวันและทุกสัปดาห์ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) ที่พบว่า ความถี่ในการนำเสนอบนเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่องไม่ได้ส่งผลต่อจำนวนการตอบสนองของสมาชิก โดยเขาให้เหตุผลว่า ห้องสมุดควรให้ความสำคัญกับการเลือกเนื้อหาหรือหัวข้อที่ตรงกับความสนใจของสมาชิกมากกว่าการโพสต์บ่อยครั้งแต่มีเนื้อหาไม่น่าสนใจ

## 6. นโยบายและกลยุทธ์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบผลการวิจัย ดังนี้

6.1 ห้องสมุดไม่มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเฟซบุ๊กโดยตรง แต่แฝงอยู่ในนโยบายการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากห้องสมุดมองเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ในอีกช่องทางหนึ่ง และในทางการตลาดเป็นที่ยอมรับว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพในสังคมยุคปัจจุบัน ประกอบกับงานประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดซึ่งเป็นงานหลักที่มาดั้งเดิม เมื่อมีการนำเฟซบุ๊กมาใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์

ห้องสมุดจึงกำหนดนโยบายการใช้เฟซบุ๊กแฝงในนโยบายการประชาสัมพันธ์ หรือมีการกำหนดเป็นกรอบการปฏิบัติในการประชุมภายใน นอกจากนี้บุญเลิศ อรุณพิบูลย์ (2553: 25) ได้อธิบายความเป็นมาของการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดว่า การใช้เฟซบุ๊กในห้องสมุดมักเริ่มจากการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งในองค์กรเป็นผู้สร้างช่องทางการสื่อสารนี้ขึ้นโดยไม่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554: 106) ที่พบว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่กำหนดนโยบายเกี่ยวกับในการใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีดังกล่าว

6.2 ห้องสมุดใช้เฟซบุ๊กโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้ใช้ห้องสมุดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข่าวสารของห้องสมุด ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยสามารถขยายฐานสมาชิกได้จำนวนมากและกว้างขวาง หากเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กแบบเพจ (Page) มีสมาชิกได้ไม่จำกัด แต่หากเป็นสมาชิกแบบบัญชีส่วนบุคคล มีสมาชิกได้ไม่เกิน 5,000 ราย ทั้งนี้ไม่นับรวมสมาชิกที่เป็นแบบผู้ติดตาม (Follower) หลังจากตอบรับคำขอเป็นเพื่อนแล้ว เฟซบุ๊กจะแนะนำเพื่อนคนอื่น ๆ ในเครือข่ายของ ผู้ใช้นั้นต่อๆ ไปอีกไม่สิ้นสุด รวมทั้งการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กกระทำได้หลายลักษณะ ทั้งที่เป็นข้อความ ความคิดเห็น รูปภาพ วิดีทัศน์ และรายการเชื่อมโยง รวมทั้งการแท็กภาพและข้อความเพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าใหม่ไลน์ (Time line) ของสมาชิกเฟซบุ๊กที่ถูกแท็ก ตลอดจนการสร้างเครือข่ายสำหรับติดต่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนข้อมูล (อภิชัย อารยะเจริญชัย. 2553: 32) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเฮ็นดริคซ์ และคณะ (Hendrix: et al. 2009: 47) งานวิจัยของอายุและอาบริซฮาห์ (Ayu: & Abrizah. 2011: 244) งานวิจัยของอะฮารอนี (Aharony. 2012) งานวิจัยของรัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554: 76) และงานวิจัยของกัลยา ต้นจระไรและพิมพ์จำไพ เปรรมสมิทธิ์ (2555: 50) ที่พบว่าห้องสมุดส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

6.3 ห้องสมุดมีกลยุทธ์ในการเลือกใช้ภาพประจำเพจที่เป็นภาพอาคาร และตราสัญลักษณ์ของห้องสมุด (Logo) ซึ่งสื่อถึงเอกลักษณ์ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของห้องสมุดแต่ละแห่ง และมักไม่เปลี่ยนภาพประจำเพจเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกใช้ภาพที่สื่อถึงห้องสมุดหรือตราสัญลักษณ์ห้องสมุดเป็นภาพประจำเพจ ช่วยให้สมาชิกเฟซบุ๊กประทับใจและจดจำความเป็นตัวตนและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของห้องสมุดได้ (สุธีร์พันธุ์ สักรวัตร. 2554: 57, 60) หากเปลี่ยนแปลงภาพประจำเพจบ่อย ๆ จะทำให้สมาชิกเฟซบุ๊กไม่คุ้นเคยและไม่สนใจไปในที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ห้องสมุดเลือกใช้ภาพปก (Cover) ที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศภายในห้องสมุด กิจกรรมและนิทรรศการที่ห้องสมุดจัดขึ้น บริการของห้องสมุดและเทศกาลสำคัญต่าง ๆ โดยมีข้อความระบุเวลาเปิดปิดห้องสมุดและคำขวัญของห้องสมุดอยู่บนภาพปกด้วย การเปลี่ยนแปลงภาพปกขึ้นอยู่กับกิจกรรมของห้องสมุด เทศกาลสำคัญ การเปลี่ยนแปลงของเว็บไซต์ห้องสมุด และห้องสมุดส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงภาพปกนาน ๆ ครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากภาพปกเป็นการแสดงเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของห้องสมุดอย่างหนึ่ง โดยใช้รูปภาพอธิบายและสร้างความสนใจในเนื้อหาที่ห้องสมุดต้องการสื่อแก่สมาชิก นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงภาพปกเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความต่อเนื่องในการรับรู้ของสมาชิกเกี่ยวกับกิจกรรมหรือเทศกาลสำคัญ กระตุ้นให้เกิดความต้องการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมหรือเทศกาลนั้น ๆ (Shih. 2011: 132; สุธีร์พันธุ์ สักรวัตร. 2554: 50, 60)

6.4 ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดคัดเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจจากข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของห้องสมุดและมหาวิทยาลัย และจากเว็บไซต์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดทุกแห่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลทุกครั้ง โดยเฉพาะข้อมูลที่ได้จากแหล่งภายนอก ทั้งนี้เนื่องจากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทในการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้ห้องสมุดและทักษะการสื่อสารสนเทศ (ฐิติ คำหอมกุล. 2554: 96) จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจและเป็นตัวอย่างที่ดีในการอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหา ถือเป็นจริยธรรมในการใช้สารสนเทศซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทักษะการสื่อสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติ เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน (สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. 2553: ออนไลน์) ที่ระบุว่าผู้นำเสนอจะต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร หรือภาพ ที่ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การคัดลอกข้อความใด ๆ ที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

หรือรายงานข่าว ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิ หรือลิขสิทธิ์ขององค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว

6.5 ห้องสมุดบางแห่งต้องการสร้างแท็บเฟซบุ๊กขึ้นมาใหม่ (Custom tab) เพื่อเพิ่มช่องทางบริการของห้องสมุด และห้องสมุดที่มีแนวโน้มจะสร้างแท็บขึ้นมาใหม่เพื่อใช้ในการสืบค้นโอแพค การต่ออายุการยืมทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศ และการบริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางบริการของห้องสมุดผ่านเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชรีย์ แผ่นทอง (2555: 153) ที่พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กให้ความสำคัญกับส่วนการทำงานหลัก (Features) และแอปพลิเคชันในระดับมาก

6.6 ห้องสมุดใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางรับความคิดเห็นจากสมาชิกเฟซบุ๊ก โดยผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดจะเป็นผู้รวบรวมและจัดการเบื้องต้นเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของสมาชิกเฟซบุ๊ก ซึ่งภัทราวรรณ เล็กเรียงสินธุ์ (2549: 33) อธิบายเกี่ยวกับการจัดการข้อคิดเห็นของห้องสมุดว่า ผู้รับผิดชอบควรพิจารณาว่าความคิดเห็นและข้อร้องเรียนดังกล่าวอยู่ในขอบเขตที่สามารถตอบกลับได้ด้วยตนเอง หรือเห็นสมควรส่งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้บริหารพิจารณา โดยมีการตอบรับข้อร้องเรียนหรือตอบขอบคุณและแจ้งให้ผู้ใช้ทราบว่าห้องสมุดกำลังดำเนินการอย่างไร นอกจากนี้ห้องสมุดจำเป็นต้องตอบกลับข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียนแก่สมาชิกเฟซบุ๊กโดยทันทีนั้น เนื่องจากหากติดต่อกลับล่าช้าอาจทำให้ผู้ร้องเรียนเกิดความไม่พึงพอใจและนำไปสู่การบอกต่อข้อมูลเชิงลบต่อองค์กรได้ (Kotler: & Keller. 2012: 131) เฟซบุ๊กจึงใช้เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกเฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสารกับห้องสมุดได้ทั้งหน้าใหม่ไลน์ (Timeline) และการใช้เฟซบุ๊กสนทนาออนไลน์ (Facebook chat) ในการสนทนา แลกเปลี่ยนความเห็น ส่งรายการเชื่อมโยง ภาพถ่าย วิดีทัศน์ และไฟล์เอกสารได้ เป็นการสนทนาผ่านเว็บโดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมเพิ่ม หากมีการออฟไลน์ข้อความที่ส่งไปจะถูกบันทึกเก็บไว้ที่กล่องข้อความเพื่อเปิดดูได้เมื่อออนไลน์ ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถส่งข้อความส่วนตัวไปยังสมาชิกในเครือข่าย รวมถึงการสนทนาผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ (Message for windows) โดยไม่ต้องล็อกอินใช้งาน (Carter: & Levy. 2012: 33) ฟังก์ชันเหล่านี้ทำให้เฟซบุ๊กสามารถสนับสนุนการรับความคิดเห็นและข้อร้องเรียนจากสมาชิกเฟซบุ๊กได้เป็นอย่างดี

6.7 ห้องสมุดมีการประเมินการใช้เฟซบุ๊กจากสถิติของเฟซบุ๊กและเว็บไซต์วิเคราะห์สถิติอื่น ซึ่งได้แก่ รายงานสถิติเชิงลึกของเฟซบุ๊ก (Page insights) และกูเกิล อนาลิติก (Google analytic) ทั้งนี้เนื่องจากรายงานสถิติเชิงลึกของเฟซบุ๊ก เป็นฟังก์ชันหนึ่งของเฟซบุ๊กที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ในการประเมินการใช้เฟซบุ๊กของตนเอง ซึ่งผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถประเมินจากข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ จำนวนแฟนเพจ อัตราการเพิ่มของจำนวนแฟนเพจ (Fan page growth) ต่อเดือน ความผูกพันของสมาชิก เนื้อหาที่น่าสนใจและระยะเวลาการตอบกลับ (ฉันทิพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. 2556: ออนไลน์) ประกอบกับการใช้งานที่สะดวก ง่ายตาย และไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงทำให้ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดใช้ประโยชน์จากรายงานสถิติเชิงลึกของเฟซบุ๊กเพจ ส่วนกูเกิลอนาลิติกเป็นเว็บไซต์ที่พัฒนาโดยบริษัทกูเกิล ที่ใช้สำหรับวัดการเข้าถึงเว็บไซต์ โดยห้องสมุดที่ใช้เฟซบุ๊กเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ของห้องสมุด ซึ่งกูเกิล อนาลิติกสามารถรายงานให้ทราบว่า มีการเข้าถึงเว็บไซต์ห้องสมุดผ่านเฟซบุ๊กของห้องสมุดช่วงเวลาไหน และจำนวนเท่าใด

6.8 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุด ผลการวิจัยพบดังนี้

6.8.1 ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กไม่มีทักษะในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะการออกแบบกราฟิก และการแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานเฟซบุ๊ก ซึ่งโปรแกรมกราฟิกเป็นโปรแกรมสำหรับผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสวยงามและน่าสนใจ การโพสต์บนเฟซบุ๊กของห้องสมุดจำเป็นต้องสร้างความสนใจแก่สมาชิกนอกเหนือจากเนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้การขาดทักษะคอมพิวเตอร์ทำให้ไม่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานเฟซบุ๊กได้ รวมทั้งการพัฒนาใช้ฟังก์ชันขั้นสูงของเฟซบุ๊กเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่

มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเววตา เตชชาติวีวรรณ. (2555: 68) และงานวิจัยของรัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554: 165) ที่พบว่า บรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีความรู้และทักษะคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อการใช้งานที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีดังกล่าว

6.8.2 ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กขาดทักษะการประชาสัมพันธ์ จึงไม่สามารถเขียนข้อความให้ดึงดูดความสนใจ และการสรรหาเรื่องราวใหม่ ๆ มาโพสต์ เนื่องจากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามีวัตถุประสงค์ในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ดังนั้นผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กควรมีทักษะด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อดำเนินงานได้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว แต่ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กซึ่งส่วนใหญ่เป็นบรรณารักษ์ไม่ได้ศึกษาด้านนี้จึงประสบปัญหา ทั้งด้านการเขียนข้อความให้ดึงดูดความสนใจ กระชับและชัดเจน รวมทั้งการใช้สื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ต้นจระไรและพิมพ์ร่ำไพ เปรมสมิทธิ์ (2555: 51) ที่พบว่า บรรณารักษ์ขาดการอบรมเกี่ยวกับความรู้และทักษะทางด้านประชาสัมพันธ์

6.8.3 ผู้บริหารห้องสมุดขาดการบริหารจัดการที่ดีและให้ความสำคัญต่อการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดปัญหาการดำเนินงานเฟซบุ๊กที่ขาดความต่อเนื่องและมีประสิทธิผล ดังเห็นได้จากการไม่มีนโยบายหรือแผนงานที่ชัดเจน การกำหนดผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดซึ่งเป็นผู้ที่มีภาระงานประจำอื่นที่ต้องรับผิดชอบ การขาดการประสานงานที่ดีในคณะทำงานเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก และการกำหนดผู้รับผิดชอบงานไม่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจากการใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์หรืองานส่งเสริมการใช้ห้องสมุด การปฏิบัติงานเฟซบุ๊กถือเป็นงานนอกเหนือจากงานประจำ ไม่มีการประเมินผลอย่างเป็นระบบหรือบ่งบอกว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้ผู้บริหารห้องสมุดละเลยต่อความสำคัญหรือประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊ก ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554: 165) และงานวิจัยของกัลยา ต้นจระไรและพิมพ์ร่ำไพ เปรมสมิทธิ์ (2555: 52) ที่พบว่า ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญต่อการใช้เฟซบุ๊ก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเฮนดริกซ์และคณะ (Hendrix: et al. 2009: 47) ที่พบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นในความสำเร็จของห้องสมุดจากการใช้เฟซบุ๊ก และเห็นว่าห้องสมุดไม่จำเป็นต้องใช้เฟซบุ๊ก

6.8.4 ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กขาดการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กของห้องสมุด จึงทำให้สมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ นักศึกษา และอาจารย์ภายในสถาบันอุดมศึกษาที่ห้องสมุดสังกัด และส่งผลให้ห้องสมุดไม่สามารถใช้เฟซบุ๊กให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยนี้เนื่องมาจากปัญหาที่พบว่าบรรณารักษ์ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กขาดทักษะด้านการประชาสัมพันธ์และไม่มีเวลาปฏิบัติงานเฟซบุ๊ก จึงไม่ทำการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กของห้องสมุดให้ดีเท่าที่ควร ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ต้นจระไรและพิมพ์ร่ำไพ เปรมสมิทธิ์ (2555: 51) ที่พบว่า ผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กมีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่มีเวลาปฏิบัติงาน และไม่มีทักษะการประชาสัมพันธ์ และงานวิจัยของเจอโรลิโมส (Gerolimos. 2011: Online) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากนักศึกษาและอาจารย์ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ห้องสมุดคาดหวัง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

1.1 ควรกำหนดนโยบายในเรื่องการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานเฟซบุ๊กสำหรับห้องสมุด รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายเพื่อใช้ในการประเมินผล

1.2 ควรแต่งตั้งบุคลากรผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร มีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ ภาระงานอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถจัดสรรเวลาและดำเนินงานเฟซบุ๊กได้อย่างเต็มที่ และสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน ซึ่งควรมีความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์และด้านคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

2.1 ควรมีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้ห้องสมุดและสมาชิกเฟซบุ๊ก เพื่อสามารถคัดเลือกหัวข้อในการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ห้องสมุดและสมาชิกเฟซบุ๊ก ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าสมาชิกเฟซบุ๊กสนใจและตอบสนองเนื้อหาที่เกี่ยวกับการแนะนำบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก ห้องสมุดจึงควรนำเสนอให้เกิดการรับรู้และกระตุ้นการใช้บริการห้องสมุด นอกจากนี้เนื้อหาที่เกี่ยวกับการบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า พบว่าไม่มีห้องสมุดใดนำเสนอ จึงควรพิจารณาทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมในการนำเสนอเนื้อดังกล่าว เพื่อให้เกิดความสนใจและร่วมใช้บริการนี้ผ่านเฟซบุ๊ก

2.2 ห้องสมุดยังมีการใช้ฟังก์ชันขั้นสูงของเฟซบุ๊กน้อยมาก ซึ่งฟังก์ชันแท้ต่าง ๆ สามารถนำมาประยุกต์ให้บริการแก่ผู้ใช้ห้องสมุดและสมาชิกเฟซบุ๊กได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ไม่พบว่ามีการใช้อาร์เอสเอส (RSS feed) เพื่อดึงข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ต่าง ๆ มานำเสนอบนเฟซบุ๊กของห้องสมุด ซึ่งการใช้อาร์เอสเอสเป็นการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ ช่วยลดการนำเสนอรายการเชื่อมโยง และลดเวลาการปฏิบัติงานเฟซบุ๊กของผู้รับผิดชอบ

2.3 ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้ห้องสมุดเข้ามาเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุดมากขึ้น เพื่อสนับสนุนให้การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2.4 ควรพัฒนาทักษะการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถเขียนข้อความได้อย่างกะทัดรัด ชัดเจน และสุภาพ และมีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

2.5 ควรพัฒนาทักษะด้านคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถสร้างภาพกราฟิกและตกแต่งภาพ แก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้เฟซบุ๊ก และพัฒนาเฟซบุ๊กด้วยฟังก์ชันขั้นสูงที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ห้องสมุดได้อีกช่องทางหนึ่งนอกเหนือจากเว็บไซต์ของห้องสมุด

2.6 ควรตรวจสอบความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และแหล่งที่มาของข้อมูล ก่อนมีการนำเสนอเนื้อหาบนเฟซบุ๊กของห้องสมุด รวมทั้งการตระหนักถึงจริยธรรมในการใช้สารสนเทศของผู้อื่น โดยการอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาทุกครั้ง

2.7 ประสานงานให้มีการสร้างรูปสัญลักษณ์เฟซบุ๊ก (Facebook icon) บนเว็บไซต์ห้องสมุดให้มีความชัดเจนเพื่อเชื่อมโยงผู้ใช้อย่างเฟซบุ๊กของห้องสมุด

2.8 ควรหมั่นตรวจสอบ และสร้างความเคลื่อนไหวบนเฟซบุ๊กของห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย และนำเสนอทุกวัน

2.9 ควรสร้างเครือข่ายการทำงานเกี่ยวกับเฟซบุ๊กทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการเฟซบุ๊กของห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาประเมินผลการใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา โดยศึกษาจากผู้ใช้ห้องสมุดทั้งที่เป็นสมาชิกหรือไม่ได้เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กของห้องสมุด

3.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้เฟซบุ๊กให้มีประสิทธิภาพ สามารถสนับสนุนภารกิจของห้องสมุดได้ โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์และการบริการของห้องสมุด

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา ตันจะโร: และพิมพ์ราไฟ เปรมสมิทธิ์. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). การใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. **วารสารบรรณารักษศาสตร์**. 32(2): 39-55.
- จุฑามณี คายนันท์. (2554). **พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม**. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ว.ม. (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติ คำหอมกุล. (2554). **การส่งเสริมการรู้สารสนเทศสำหรับนักศึกษาในห้องสมุดมหาวิทยาลัย**. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ รัตนสุภา. (2555). **รูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บช. ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2556). 5 วิธีการวัดผล facebook ที่ควรรู้. สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2556, จาก <http://www.nuttaputch.com/whitepaper-5-key-metrics-for-facebook>
- ณัฐภัทร บทมาตร. (2553). **การศึกษาพฤติกรรมและคุณลักษณะที่ผู้บริโภคเลือกใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธีราพร ต้นที่ปรธรรม. 2554. **การใช้เฟซบุ๊กที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. สารนิพนธ์ ศษ.ม. (การส่งเสริมสุขภาพ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นุชรีรี่ แผ่นทอง. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2553, กรกฎาคม-ธันวาคม). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสร้างแบรนด์ของห้องสมุด. **รังสิตสารสนเทศ**. 16(2): 22-27.
- ประลาณี ปาละสุวรรณ. (2556). **การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่องานบริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สารสนเทศศาสตร์). นนทบุรี: สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยนครราชสีมา.
- ภัทราวรรณ เล็กเริงลินธุ์. (2549). **การดำเนินงานเกี่ยวกับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะและคำชมเชยของผู้ใช้ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา**. ปริญญาโท ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัฐธีร์ ปัสสุร์โยชิต. (2554). **การใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ**. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรီ กาเซ็นดิมา. (2553). **การรับรู้ต่อสื่อโฆษณาออนไลน์บนเว็บเครือข่ายสังคม Facebook**. สารนิพนธ์ บช. ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วิมลพรรณ อภาเวท; สวัสดิ์ ชีวะสาธน์; และชาญ เดชอัศวอง. (2554). **พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิวัฒน์ชัย สุขทรัพย์. (2543). **การเลือกภาพเป็นสื่อการสอน**. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2556, จาก <http://portal.edu.chula.ac.th/edtech/view.php?Page=1251875908131806>
- แววตา เตชาทวิวรรณ. (2555). **การรับรู้และการใช้เว็บ 2.0 ของบรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สภาวิชาชีพวิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2553). **แนวปฏิบัติ เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553**. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2556, จาก [http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page\\_id=292](http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page_id=292)
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2556). **สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด**. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2556. จาก [http://www.mua.go.th/university\\_mua.xls](http://www.mua.go.th/university_mua.xls)
- สุธีรพันธุ์ ลักรัตน. (2554). Facebook Marketing กลยุทธ์การตลาดเปลี่ยนเพื่อนมาเป็นแฟน. ใน **iMarketing 10.0**. บรรณาธิการโดย วศิณี เพิ่มทรัพย์. หน้า 50-53. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- อภิชัย อารยะเจริญชัย. (2553, มกราคม-มิถุนายน). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาห้องสมุดสู่การเป็น Library 2.0 กรณีศึกษา ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข. **วารสารห้องสมุด**. 54(1): 26-38.
- Aharony, Noa. (2012, July-August). Facebook Use in Libraries: An Exploratory Analysis. **Aslib Proceeding: New Information Perspectives**. 64(4): 358-372.
- Ayu, Riza A.R.: & Abrizah, A. (2011, December). Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Pages among Academic Libraries in Malasia. **The International Information & Library Review**. 43(4): 239-249.
- Buddy Media**. (2011). Retrieved February 1, 2013, from [http://www.brandchannel.com/images/papers/530\\_buddy\\_media\\_wp\\_facebook\\_retail\\_0911.pdf](http://www.brandchannel.com/images/papers/530_buddy_media_wp_facebook_retail_0911.pdf)
- Carter, Brian: & Levy, Justin. (2012). **Facebook Marketing: Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns**. 3<sup>rd</sup> ed. Indianapolis, IN: Que.
- Chan, Christopher. (2010). Using Online Advertising to Increase the Impact of a Library Facebook Page. **Library Management**. 30(4-5): 361-370.
- Charnigo, Laurie: & Barnett-Ellis, Paula. (2007, March). Checking out Facebook.com: The Impact of a Digital Trend on Academic Libraries. **Information Technology and Libraries**. 26(1): 23-34.
- Facebook Shows Strong Growth Over Past Five Years**. (2012). Retrieved August 9, 2012, from <http://www.comscore.com/2012/02/facebook-shows-strong-growth-over-past-five-years>
- Gerolimos, Michalis. (2011, November). Academic Libraries on Facebook: An Analysis of User's Comments. **D-Lib Magazine**. 17(11/12). Retrieved July 16, 2012, from <http://www.dlib.org/dlib/november11/gerolimos/11gerolimos.html>



- Hendrix, Dean; et al. (2009, January). Use of Facebook in Academic Health Science Libraries. **Journal of the Medical Library Association**. 97 (1): 44-46.
- Hernon, Peter; & Altman, Ellen. (1998). **Assessing Service Quality: Satisfying the Expectations of Library Customers**. Chicago: American Library Association.
- Jacobson, Terra B. (2011, January). Facebook as a Library Tools: Perceived vs. Actual Use. **College & Research Libraries**. 72(1): 79-90.
- Jones, Dan. (2012). **What is EdgeRank?**. Retrieved November 9, 2012, from <http://www.copyright.com/blog/what-is-edgerank-infographic>
- Kotler, Philip; & Keller, Kevin Lane. (2012). **Marketing Management**. 14<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Rogers, Everett M. (1983). **Diffusion of Innovations**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Free Press.
- Shih, Clara Chung-wai. (2011). **The Facebook Era: Tapping Online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audiences, and Sell More Stuff**. 2nd ed. Boston: Addison-Wesley Professional.
- Thailand Facebook Statistics**. (2012). Retrieved September 9, 2012, from <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/Thailand>
- Top Sites: The Top 500 Sites on the Web**. (2012). Retrieved September 10, 2012, from <http://www.alexa.com/topsites>
- Wan, Gang. (2011). How Academic Libraries Reach Users on Facebook. **College & Undergraduate Libraries**. 18(4): 307-318.
- Xia, Z. David. (2009). Marketing Library Services through Facebook Groups. **Library Management**. 30(6-7): 469-478.
- Yamane, Taro. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row.