

การสร้างการรับรู้องค์กรผ่านกิจกรรมนิสิต กรณีศึกษาโครงการ
MSU Library Open House สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
จตุพล รัชเรืองวงศ์

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

**Brand Awareness Building Through Student Activities: A Case Study of
MSU Library Open House Project Academic Resource Center,
Mahasarakham University**
Jatupon Ratcharueangwong
Academic Resources Center, Mahasarakham University Khamriang Subdistrict,
Kantharawichai District, Mahasarakham
E-mail: jatupon.r@msu.ac.th

► รับบทความ 23 เมษายน 2567 ► แก้ไขบทความ 26 สิงหาคม 2567 ► ตอบรับบทความ 29 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามสร้างกระบวนการการรับรู้องค์กรให้กับนิสิตใหม่ในช่วงต้นภาคการศึกษา โดยการจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อแนะนำให้นิสิตใหม่ได้รับรู้ รับทราบ เข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลและการเข้าใช้บริการต่าง ๆ ของสำนักวิทยบริการ จากผลการศึกษาปัญหาและความต้องการจากการจัดกิจกรรมในปีการศึกษา 2565 พบว่านิสิตมีความต้องการให้สำนักวิทยบริการจัดกิจกรรมที่กระชับเวลา อยากให้มีกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดจะทำให้กิจกรรมไม่น่าเบื่อและอยากให้บรรยากาศครึกครื้น ดังนั้นในปีการศึกษา 2566 สำนักวิทยบริการจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้องค์กรมาประยุกต์ใช้ส่งผลให้เกิดกระบวนการการสร้างการรับรู้องค์กรและได้นำมาใช้ในการจัดกิจกรรมโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity ผลการประเมินโครงการพบว่านิสิตมีการรับรู้องค์กรโดยมีความพึงพอใจต่อการจัดงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 และพบว่าสำนักวิทยบริการมีจำนวนสัดส่วนการเข้าใช้บริการของนิสิตใหม่คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดและจากการสอบถามแบบสุ่มพบว่านิสิตส่วนใหญ่รู้จักสำนักวิทยบริการจากการจัดกิจกรรมในโครงการนี้

คำสำคัญ

การรับรู้องค์กร, สำนักวิทยบริการ, ห้องสมุด

Abstract

The Academic Resources Center, Mahasarakham University create an organizational awareness process for new students at the beginning of the new semester by organizing various activities and projects for new students to have awareness, understanding of information, and access to various services of the Academic Resources Center. The results of problem and needs study from the activities organized in the academic year 2022 revealed that students had a desire for the Academic Resources Center to

ผลงานนี้ผ่านการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ PULINET ครั้งที่ 14 วันที่ 10-12 มกราคม 2567
จัดโดยศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และหน่วยงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค (PULINET)

organize activities that were time-saving. The activities should relieve stress, not be boring, and the atmosphere should be lively. Therefore, in the academic year 2023, the Academic Resources Center applied the concept of creating organization awareness, resulting in a different process of creating organization awareness. This process was used in organizing the project: MSU Library Open House: Knowledge Infinity. The results of the project evaluation found that students had the highest level of awareness of the organization and were satisfied with the overall organization of the event, with an average of 4.55. It was also found that the Academic Resource Center had a high proportion of new students entering the service. 70 percent of the total number of service users and a random inquiry found that most students know about the Academic Resource Center from organizing activities in this project.

Keywords

Organizational Awareness, Academic Resources Center, Library

บทนำ (Introduction)

การรับรู้ (Perception) อัมพล ชโยมชัย (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการรับรู้หมายถึงกระบวนการจัดการหรือตีความหมายของสิ่งที่บุคคลคนนั้นได้สัมผัสจากประสาทสัมผัสของตนเอง โดยการตีความจะอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ ทักษะคิดและค่านิยมของตน เมื่อรับรู้ในเรื่องนั้นในลักษณะใดก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกไปในลักษณะนั้นด้วย การสร้างการรับรู้องค์กร (Organizational Awareness) จึงหมายถึงการสร้างการรับรู้ที่ควรจะเป็นขององค์กร หน่วยงาน สถาบัน ให้เกิดขึ้นในความคิดของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นหน่วยงานสนับสนุนการเรียนการสอนตามแผนพัฒนาหน่วยงานและการประกันคุณภาพการศึกษาตามยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้กำหนดให้มีเรื่องของการสร้างการรับรู้องค์กรโดยให้หน่วยงานมีแนวทางส่งเสริมพัฒนาภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้นิสิตได้รับรู้ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ดังนั้นในภาคการศึกษาใหม่ของทุก ๆ ปีการศึกษา สำนักวิทยบริการจึงจัดกิจกรรมที่เป็นการแนะนำให้นิสิตใหม่ได้รับรู้ รับทราบ เข้าใจเกี่ยวกับข้อมูล สิทธิประโยชน์ และการเข้าใช้บริการต่าง ๆ ภายในสำนักวิทยบริการ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้องค์กร (Organizational Awareness) ให้กับนิสิตใหม่ที่เข้ามาใช้บริการภายในสำนักวิทยบริการ

จากการศึกษาผลการจัดกิจกรรมในการศึกษาที่ผ่านมาในชื่อโครงการ “ต้อนรับเปิดเทอมใหม่กับสำนักวิทยบริการ ประจำปีการศึกษา 2565” มีการจัดกิจกรรม Onsite ออกไปแนะนำสำนักวิทยบริการในวันปฐมฤกษ์นิสิตใหม่ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดขึ้น จัดกิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการ ณ บริเวณสำนักวิทยบริการ อาคาร A และจัดกิจกรรม Online Facebook Live โดยถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook: MSU Academic Resources Center ซึ่งผลของการจัดกิจกรรมพบว่านิสิตมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมในการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก แต่ส่วนของข้อเสนอแนะมีการเสนอว่าเนื้อหาโดยรวมเยอะเกินไป อยากให้กระชับเวลาให้เหมาะสมกับกิจกรรม อยากให้มีกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดจะทำให้กิจกรรมไม่น่าเบื่อและอยากให้มีการบรรยายครึกครื้นกว่านี้

ดังนั้นในปีการศึกษา 2566 มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้รับนิสิตใหม่เข้ามาเป็นจำนวน 12,000 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการจัดกิจกรรมที่เป็นการสร้างการรับรู้องค์กร สำนักวิทยบริการจึงได้เชิญบุคลากรภายในสำนักวิทยบริการ หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย และหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยที่มีองค์ความรู้ในการสร้างการรับรู้ องค์กรมาระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจตามข้อเสนอแนะของนิสิตในชื่อโครงการ “MSU Library Open House: Knowledge Infinity” เพื่อให้เกิดการรับรู้ของสำนักวิทยบริการ ให้เป็นที่รู้จักแก่นิสิตใหม่ที่เข้ามาศึกษาภายในมหาวิทยาลัยรวมถึงนิสิตที่กลับมาเรียนในภาคการศึกษาใหม่ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการส่งเสริมให้นักเรียน

นิสิต ในเขตพื้นที่บริการและพื้นที่ใกล้เคียง ชุมชน องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งจะก่อให้เกิดการรับรู้ของสำนักวิทยบริการขยายเป็นวงกว้างออกไป

วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อสร้างกระบวนการการรับรู้ของสำนักวิทยบริการ โดยใช้การระดมความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดกระบวนการสร้าง รักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ของ Marconi
2. เพื่อสร้างการรับรู้ของนิสิตใหม่โดยใช้กระบวนการการรับรู้ของสำนักวิทยบริการ

วิธีการดำเนินการ (Methodology)

จากการศึกษาผลประเมินการจัดกิจกรรม โครงการ ในปีการศึกษา 2565 ที่ผ่านมาของสำนักวิทยบริการ ในชื่อโครงการ “ต้อนรับเปิดเทอมใหม่กับสำนักวิทยบริการ ประจำปีการศึกษา 2565” ซึ่งมีผลประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ในส่วนของการเสนอแนะทำให้ทราบว่านิสิตมีความต้องการให้สำนักวิทยบริการจัดกิจกรรมแนะนำห้องสมุดที่ผ่อนคลาย ความเครียดจากการเรียน ไม่น่าเบื่อ และอยากให้บรรยากาศครึกครื้นกว่านี้ จึงนำผลการศึกษาดังกล่าวมาจัดเป็นกิจกรรมการระดมความคิดเห็นจากบุคลากรสำนักวิทยบริการและหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการแบ่งปันความรู้ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด มีการบูรณาการองค์ความรู้โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือในการระดมความคิดเห็นโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

1. ผู้บริหารและผู้บริหารงานจากสำนักวิทยบริการ จำนวน 14 คน โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการต้อนรับเปิดเทอมใหม่ ในทุกปีการศึกษาที่ผ่านมา
 2. ผู้แทนหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ในการสร้างการรับรู้ โดยได้รับความร่วมมือจากผู้แทนจากบริษัทนิว โนวเลจ อินฟอร์เมชัน จำกัด, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa), บริษัท Sherio & Co และชมรม Cosplay & Cover Dance มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 4 คน การระดมความคิดเห็นในครั้งนี้ได้นำกรอบแนวคิดกระบวนการสร้าง รักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ของ Marconi, 1996: 3-21 อ้างถึงใน สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2548: 222 (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560: 83-84) มาประยุกต์ใช้เป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ ซึ่งมีการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน คือ
- ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและเรียนรู้กลุ่มเป้าหมาย (Knowing your Market)
 - ขั้นตอนที่ 2 สร้างการรับรู้ (Creating Perception)
 - ขั้นตอนที่ 3 การรักษาหรือคงไว้ซึ่งการรับรู้ (Maintain Perception)
 - ขั้นตอนที่ 4 การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ (Change Perception)

ผลการดำเนินการและอภิปรายผล (Result and Discussion)

ผลการดำเนินการ

1. การระดมความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดกระบวนการสร้าง รักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคณะผู้ดำเนินการกับผู้แทนหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ในการสร้างการรับรู้ และทำให้เกิดการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในชื่อโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity ซึ่งมีกระบวนการสร้างการรับรู้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

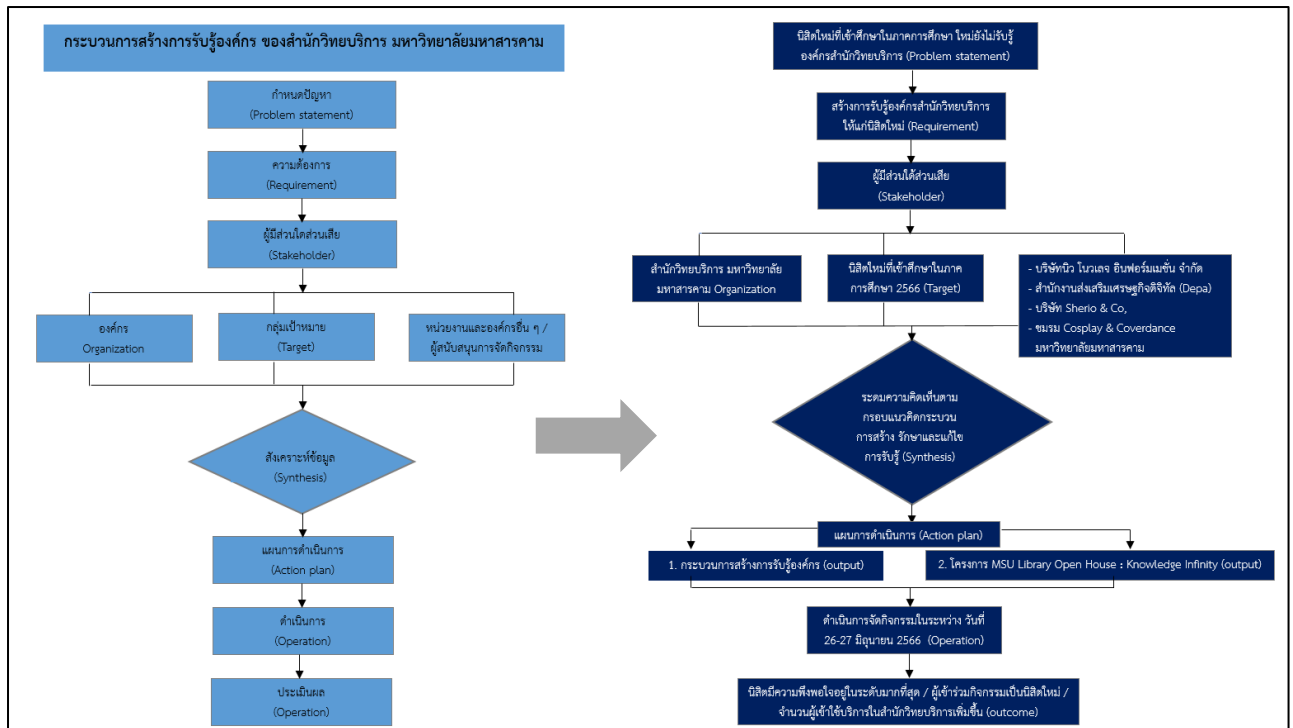
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและเรียนรู้กลุ่มเป้าหมาย (Knowing your Market) ทำการศึกษาผลการประเมินการจัดโครงการ “ต้อนรับเปิดเทอมใหม่กับสำนักวิทยบริการ ประจำปีการศึกษา 2565” ผลของการศึกษาพบว่านิสิตมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมในการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก แต่ส่วนของข้อเสนอแนะนิสิตเสนอว่าเนื้อหาโดยรวมเยิ่นเย้อเกินไปอยากให้กระชับเวลาให้เหมาะสมกับกิจกรรม อยากให้มีกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดจะทำให้กิจกรรมไม่น่าเบื่อและอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้นะ

ขั้นตอนที่ 2 สร้างการรับรู้ (Creating Perception) นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการระดมความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดกระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรจากบุคลากรภายในสำนักวิทยบริการ หน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยที่มีองค์ความรู้ในการสร้างการรับรู้องค์กร โดยได้รับความร่วมมือจากชมรม Cosplay & Cover Dance มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มนิสิตของมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่มีความชื่นชอบในการแต่งกาย Cosplay และการเต้น Cover Dance โดยมีหน่วยงานภายนอกร่วมด้วย ได้แก่ บริษัทนิว โนวเลจ อินฟอรมเมชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการฐานข้อมูลทางการศึกษา, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอ, และบริษัท Sherio & Co ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจและการแข่งขันกีฬา e-Sports เพื่อสร้างกระบวนการรับรู้องค์กรและสร้างกิจกรรมตามข้อเสนอแนะของนิสิต

ขั้นตอนที่ 3 การรักษาหรือคงไว้ซึ่งการรับรู้ (Maintain Perception) ในปีการศึกษา 2566 มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้รับนิสิตใหม่เข้ามาเป็นจำนวน 12,000 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก สำนักวิทยบริการและหน่วยงาน องค์กรจึงมีความเห็นตรงกันว่าต้องคงไว้ซึ่งกิจกรรมที่ตรงกับพันธกิจของสำนักวิทยบริการและสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตามกระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรภายใต้ชื่อโครงการ “MSU Library Open House: Knowledge Infinity”

ขั้นตอนที่ 4 การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ (Change Perception) สำนักวิทยบริการและหน่วยงาน องค์กรมีความเห็นตรงกันว่าต้องการให้นิสิตใหม่เกิดการรับรู้องค์กรแตกต่างออกไปจากปีการศึกษาที่ผ่านมา จากเดิมที่นิสิตใหม่มักจะรู้จักสำนักวิทยบริการหรือที่เรียกว่าห้องสมุดผ่านการแนะนำหน่วยงานในงานปฐมนิเทศของมหาวิทยาลัยเพียงระยะเวลาสั้น ๆ และมีกิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการที่เป็นเป็นกิจกรรมภายในอาคารเท่านั้น การจัดโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity จะทำให้เกิดการรับรู้ถึงสถานที่ตั้ง สิทธิประโยชน์ในการใช้บริการของนิสิตใหม่และทำให้นิสิตอยากเข้ามาทำความรู้จักกับสำนักวิทยบริการมากยิ่งขึ้น

ผลการระดมความคิดเห็นทำให้ได้กระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรสำนักวิทยบริการ เพื่อนำไปจัดเป็นกิจกรรมโครงการที่ตรงกับข้อเสนอแนะของนิสิต (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กระบวนการสร้างการรับรู้ของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. ดำเนินการจัดงาน MSU Library Open House: Knowledge Infinity ประจำปีการศึกษา 2566 ในระหว่างวันที่ 26 – 27 มิถุนายน 2566 เวลา 08.00 – 22.00 น. (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 การจัดงาน MSU Library Open House: Knowledge Infinity

จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศภายในงานได้แก่

2.1 กิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการแบบ Onsite จัดขึ้นที่อาคารสำนักวิทยบริการ ประกอบไปด้วยการแนะนำจุดให้บริการสารสนเทศภายในอาคาร วิธีการสมัครสมาชิกใหม่ วิธีการสืบค้นสารสนเทศและวิธีการยืมหนังสือ และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 กิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการแบบ Onsite

2.2 กิจกรรมแนะนำหลักสูตรอบรมการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอเพื่อเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้นิสิตมีความรู้และทักษะในการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอเพื่อเตรียมพร้อมในการเข้าสู่อุตสาหกรรมสื่อและรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมในยุคดิจิทัล บรรยายโดยวิทยากรจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ร่วมกับสำนักวิทยบริการ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 กิจกรรมแนะนำหลักสูตรอบรมการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอ

2.3 กิจกรรมเสวนาทางวิชาการและแนะนำหลักสูตร Thai e-Sports to World e-Conomics เพื่อสร้างเสริมองค์ความรู้ให้นิสิตทราบถึงแนวทางการทำธุรกิจกีฬาอีสปอร์ตที่กำลังกลายเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่สามารถเปิดโอกาสให้นิสิตสร้างเป็นอาชีพเสริมจนถึงเป็นอาชีพหลักได้และยังเป็นการเพิ่มทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ ในการเข้าแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตที่กำลังเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างในปัจจุบัน บรรยายโดยวิทยากรจากบริษัท Sherio & Co ผู้พัฒนาเกมออนไลน์ Eveden ร่วมกับ สำนักวิทยบริการ (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 กิจกรรมเสวนาทางวิชาการและแนะนำหลักสูตร Thai e-Sports to World e-Economics

2.4 กิจกรรมประกวดการแต่ง Cosplay และ ประกวดการแสดง Cover Dance ในหัวข้อ “Knowledge Infinity” เป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนโรงเรียนสาธิตและนิสิตทุกคนที่มีความชื่นชอบในการแต่งกาย Cosplay ตามแบบตัวละครชื่นชอบและนำเอาเพลงและท่าเต้นของศิลปินที่มีชื่อเสียงมาทำการ Cover ใหม่ อาจเป็นการเลียนแบบที่เหมือนต้นฉบับ หรือจะเป็นการเอาท่าทางมาปรับเปลี่ยนให้แตกต่างมีความน่าสนใจมากขึ้นด้วยการใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปทำต้นฉบับ เพลงกิจกรรมนี้จัดโดยนิสิตจากชมรม Cosplay & Cover Dance มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ร่วมกับ สำนักวิทยบริการ (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 กิจกรรมประกวดการแต่ง Cosplay และประกวดการแสดง Cover Dance

2.5 กิจกรรมการแสดงความสามารถของนักเรียน นิสิต เป็นการเปิดพื้นที่ให้นักเรียนโรงเรียนสาธิตและนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามได้แสดงความสามารถตามความถนัดของตนเอง (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 กิจกรรมการแสดงความสามารถของนักเรียน นิสิต

2.6 กิจกรรม Back To School จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องเขียน แบบเรียน อุปกรณ์ทางการศึกษาและอื่น ๆ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 กิจกรรม Back To School

3. การประเมินผล

3.1 ประเมินผลเชิงคุณภาพจากผู้เข้าร่วมโครงการด้วยแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity ประจำปีการศึกษา 2566 โดยมีผู้ตอบแบบประเมินจำนวน 300 คน โดยมีภาพรวมในการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) และสรุปผลความพึงพอใจในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดังนี้ (ภาพที่ 9)

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
กิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการ	4.30	0.65	มาก
กิจกรรมการแนะนำหลักสูตรอบรมการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอ	4.17	0.70	มาก
กิจกรรมแนะนำหลักสูตร Thai e-Sports to World e-Economics	4.17	0.70	มาก
กิจกรรม Back To School จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ทางการศึกษา	4.17	0.70	มาก
กิจกรรมการเสวนาทางวิชาการเรื่อง Thai e-Sports to World e-Economics อี-สปอร์ต	4.37	0.60	มาก
กิจกรรมประกวดการแต่ง Cosplay	4.28	0.77	มาก
กิจกรรมประกวดการแสดง Cover Dance	4.38	0.72	มาก
ภาพรวมในการจัดกิจกรรม	4.55	0.54	มากที่สุด
รวม	4.55	0.54	มากที่สุด

ภาพที่ 9 ระดับความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม

3.2 ประเมินผลเชิงปริมาณด้วยการสังเกตจำนวนผู้เข้าร่วมในแต่ละกิจกรรมพบว่า มีนักเรียนนิสิตทั้งภายในมหาวิทยาลัยและนักเรียนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมากและมีผู้สมัครเข้าร่วมการประกวด Cosplay และ Cover Dance เป็นจำนวน 150 คน (ภาพที่ 10)



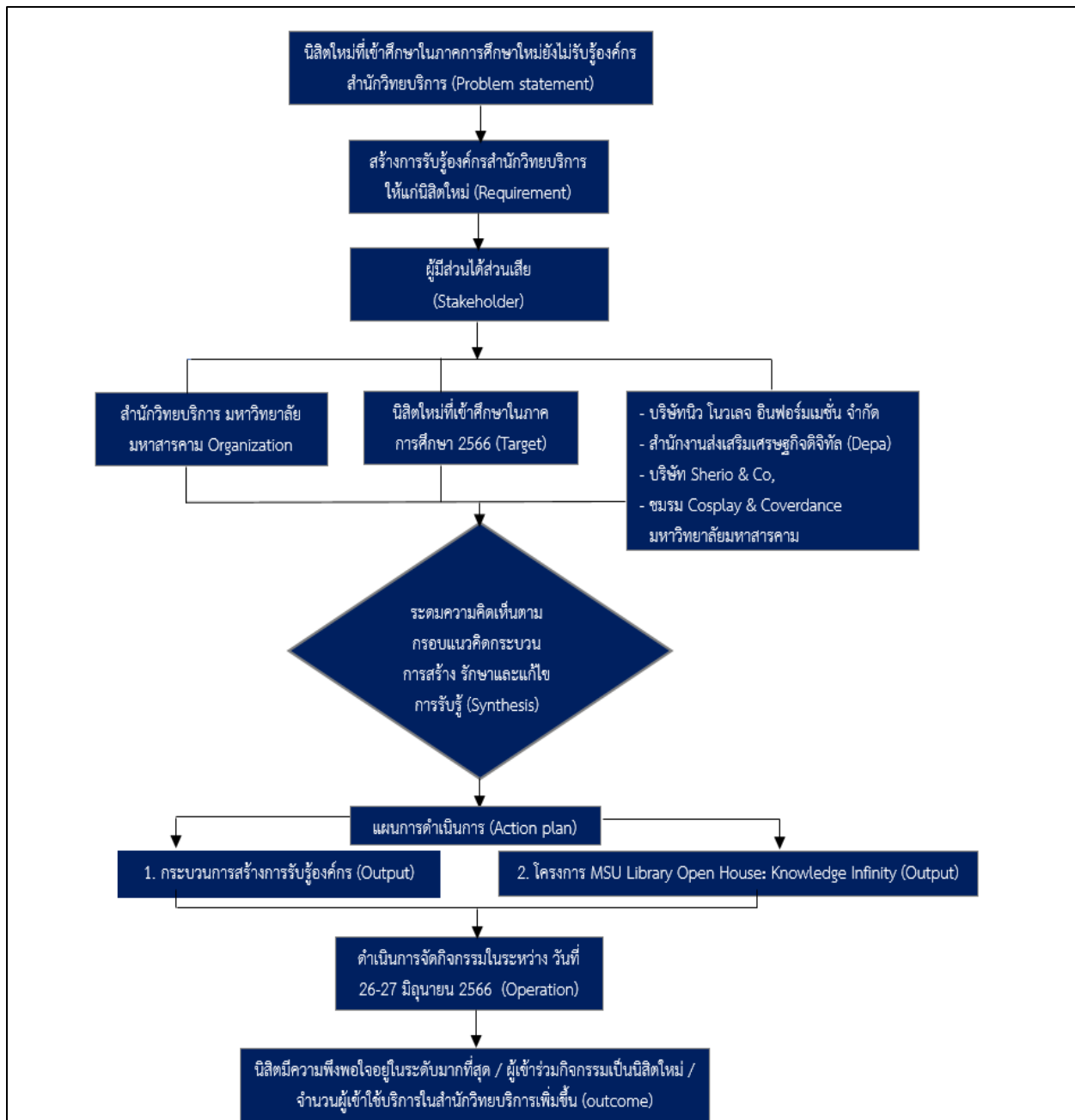
ภาพที่ 10 จำนวนผู้เข้าร่วมในแต่ละกิจกรรม

3.3 ประเมินผลเชิงปริมาณด้วยการสำรวจจำนวนผู้เข้าใช้บริการภายในสำนักวิทยบริการหลังการจัดกิจกรรมในเดือนแรกของการเปิดภาคการศึกษาพบว่าจำนวนผู้เข้าใช้บริการทั้งสิ้น 13,299 คน สัดส่วนการเข้ามาใช้บริการของนิสิตใหม่คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนผู้เข้าใช้บริการทั้งหมดและจากการสอบถามแบบสุ่มพบว่านิสิตใหม่ส่วนใหญ่รู้จักห้องสมุดจากการจัดกิจกรรมในโครงการที่ผ่านมา

อภิปรายผล

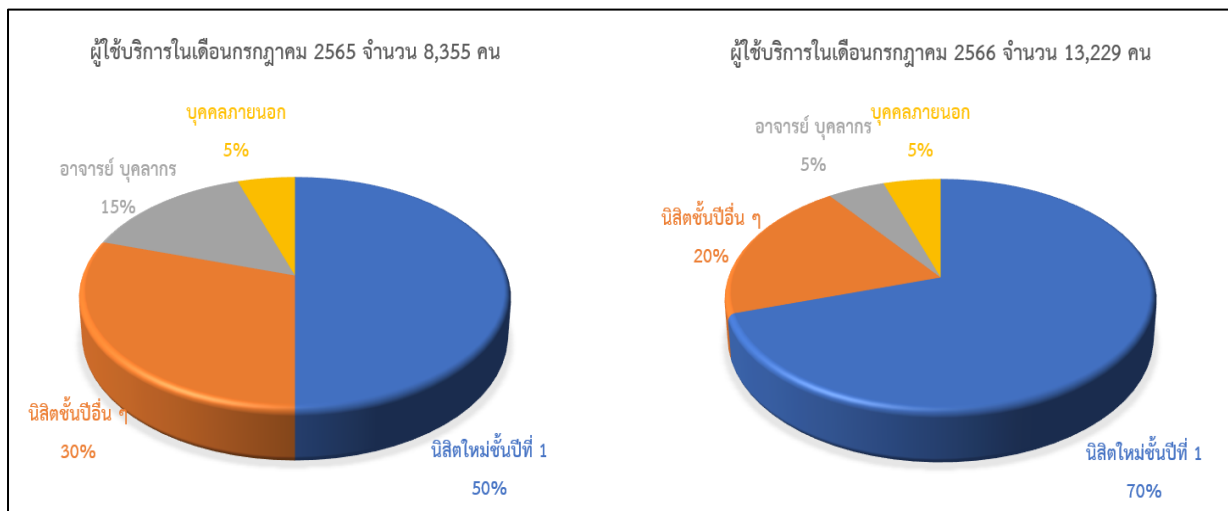
จากผลการดำเนินการสามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สำนักวิทยบริการได้กระบวนการสร้างการรับรู้องค์กร โดยการศึกษาปัญหาและความต้องการของจากผลการจัดกิจกรรมในภาคการศึกษาที่ผ่านมาเมื่อนำรวมกับองค์ความรู้จากองค์กรอื่น ๆ ระดมความคิดเห็นผ่านกระบวนการปฏิบัติงานนำไปสังเคราะห์ร่วมกับองค์ความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ จนได้กระบวนการสร้างการรับรู้องค์กร และนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (ภาพที่ 11)



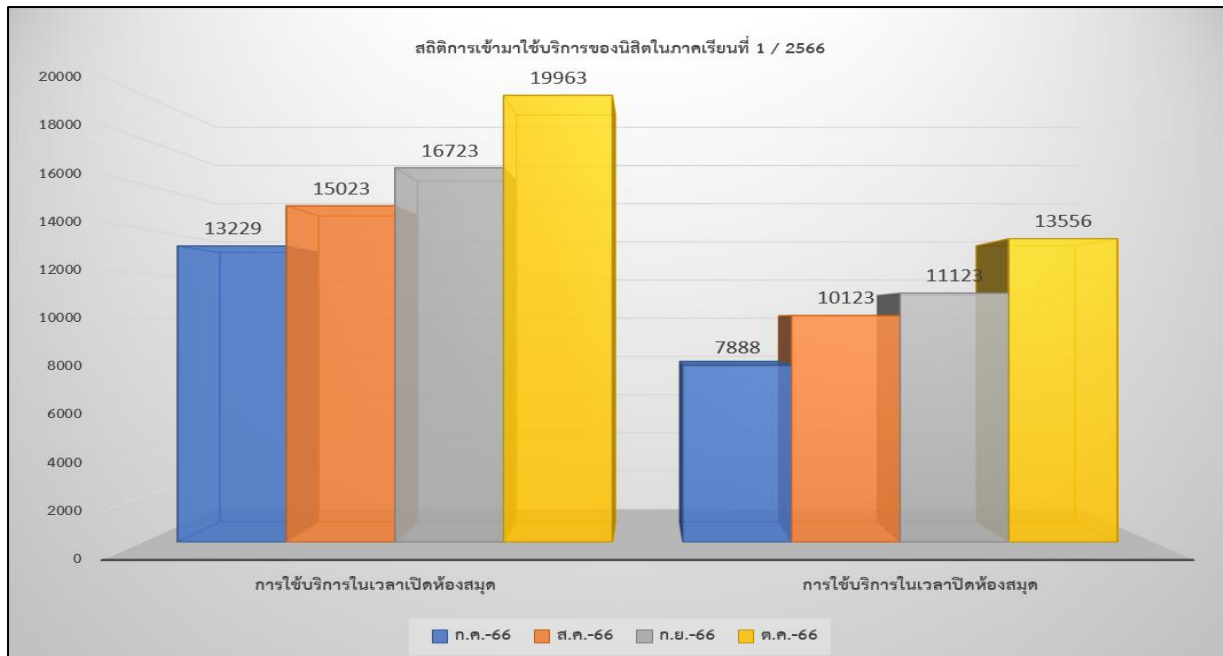
ภาพที่ 11 กระบวนการสร้างการรับรู้องค์กร

2. สร้างการรับรู้องค์กรให้แก่นิสิตใหม่ จากผลการจัดงานในครั้งนี้ทำให้สำนักวิทยบริการมีการรับรู้องค์กรแตกต่างออกไปจากปีการศึกษาที่ผ่านมา จากเดิมนิสิตใหม่มักจะรู้จักสำนักวิทยบริการหรือที่เรียกว่าห้องสมุดผ่านการแนะนำหน่วยงานในงานปฐมนิเทศของมหาวิทยาลัยเพียงระยะเวลาสั้น ๆ เพียง 5-10 นาที มีการจัดกิจกรรม Onsite โดยออกไปแนะนำสำนักวิทยบริการในวันปฐมนิเทศนิสิตใหม่ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดขึ้น จัดกิจกรรมแนะนำสำนักวิทยบริการ ภายในบริเวณสำนักวิทยบริการ อาคาร A และจัดกิจกรรม Online Facebook Live โดยถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook: MSU Academic Resources Center ซึ่งกิจกรรมเกิดขึ้นจากการระดมความรู้จากบุคลากรภายในเท่านั้น เป็นเพียงกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยใช้ระยะเวลาสั้น ๆ และตรงกับเวลาเรียนของนิสิตทำให้นิสิตส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าร่วมได้ การจัดโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity จึงเป็นการสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ที่มาจากการแนะนำของนิสิตเองจึงเป็นกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจของนิสิต อีกทั้งนิสิตก็มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะกิจกรรมที่จัดขึ้นหลังเวลาเรียนในช่วงกลางคืนจึงทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งบรรยากาศในการจัดงานที่มีใช้เวที เครื่องเสียง การตกแต่งสถานที่จึงทำให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าร่วมได้มากยิ่งขึ้น จึงทำให้นิสิตใหม่อยากเข้ามาทำความรู้จักกับสำนักวิทยบริการ และก่อให้เกิดการรับรู้ถึงสถานที่ตั้ง ข้อมูล และสิทธิประโยชน์ในการใช้บริการต่าง ๆ อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยให้ช่วงเดือนแรกของการเปิดภาคการศึกษา มีสัดส่วนการเข้ามาใช้บริการของนิสิตใหม่คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดโดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปีการศึกษา 2565 และจากการสอบถามแบบสุ่มพบว่าผู้ใช้บริการที่เป็นนิสิตใหม่ส่วนใหญ่รู้จักห้องสมุดจากการจัดกิจกรรมในโครงการที่ผ่านมา (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 สัดส่วนการเข้ามาใช้บริการของนิสิตใหม่

จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมพบว่าเมื่อนิสิตเข้ามาใช้บริการภายในสำนักวิทยบริการนิสิตได้ทราบว่านอกจากทรัพยากรสารสนเทศที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ตามหลักสูตรแล้ว สำนักวิทยบริการยังมีทรัพยากรสารสนเทศประเภทอื่น ๆ และมีพื้นที่ในการเรียนรู้ที่เป็น “ความรู้ไม่มีที่สิ้นสุด” (Knowledge Infinity) เช่น มุมหนังสือมังงะ ห้องสำหรับการฝึกซ้อม Cover Dance และมีพื้นที่การเรียนรู้ 24 ชั่วโมง รวมกว่า 1,000 ที่นั่ง เพื่อใช้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกัน รวมทั้งมีความต้องการให้สำนักวิทยบริการจัดกิจกรรม โครงการ ลักษณะเดียวกันอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี และจากสถิติการเข้ามาใช้บริการของนิสิตตลอดภาคเรียนที่ 1 พบว่ามีปริมาณการเข้าใช้พื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในช่วงเวลาเปิดและปิดห้องสมุดมีสถิติของนิสิตใช้บริการโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นขึ้นในทุก ๆ เดือน (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 13 สถิติการเข้ามาใช้บริการของนิสิตในภาคเรียนที่ 1/2566

ปริมาณการใช้พื้นที่ต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างแบรนด์ของห้องสมุด: กลยุทธ์และบทเรียนของศูนย์บรรณสาร และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่กล่าวว่าศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษามีกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์โดยเริ่มต้นจากการกำหนดคุณค่าร่วมกัน มีการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน มีการกำหนดนโยบายและประกาศให้ทราบโดยทั่วไปพร้อมทั้งมีกิจกรรมที่ทำให้ผู้ใช้ได้รับรู้ถึงแบรนด์ห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง (จริยา รัตนพันธุ์ และคณะ, 2560)

บทสรุป (Conclusion)

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต้องการสร้างกระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรเพื่อให้บัณฑิตใหม่ได้มีการรับรู้องค์กรได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ในช่วงของการเปิดภาคการศึกษาใหม่ โดยการศึกษาปัญหาและความต้องการผลการจัดกิจกรรมในภาคการศึกษาที่ผ่านมาเมื่อนำร่วมกับกระบวนการปฏิบัติงานของบุคลากร และการนำองค์ความรู้จากองค์กรอื่น ๆ มาระดมความคิดเห็นผ่านแนวคิดการสร้างการรับรู้ จนได้กระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรและนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมในโครงการ MSU Library Open House: Knowledge Infinity โดยมีกิจกรรมภายในโครงการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลจากการจัดโครงการในครั้งนี้ได้สร้างการรับรู้องค์กรให้แก่บัณฑิตใหม่มีการรับรู้องค์กรแตกต่างออกไปจากปีการศึกษาที่ผ่านมา จากเดิมนิสิตใหม่มักจะรู้จักสำนักวิทยบริการผ่านการแนะนำหน่วยงานในงานปฐมนิเทศของมหาวิทยาลัยในระยะเวลาสั้น ๆ และจากกิจกรรมแนะนำห้องสมุดต่าง ๆ ที่สำนักวิทยบริการจัดขึ้นแต่จะเป็นกิจกรรมภายในอาคารและตรงกับเวลาเรียน แต่การจัดโครงการในครั้งนี้เป็นการจัดกิจกรรมหลังเวลาเรียนในตอนกลางคืน และมีกิจกรรมและบรรยากาศที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และดึงดูดให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมอยากเข้ามาทำความรู้จักกับสำนักวิทยบริการมากยิ่งขึ้น

การจัดโครงการในลักษณะนี้สามารถสร้างการรับรู้ของนิสิตให้ทราบว่าสำนักวิทยบริการหรือที่เรียกกันว่าห้องสมุดไม่ได้เป็นเพียงสถานที่สำหรับการเข้ามาเพื่ออ่านหนังสือเท่านั้น แต่ยังมีทรัพยากรสารสนเทศและพื้นที่การเรียนรู้อื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการหลากหลายรูปแบบแตกต่างไปจากรับรู้แบบเดิม ซึ่งสำนักวิทยบริการสามารถนำผลของการจัดโครงการไปนำเสนอต่อมหาวิทยาลัยเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดโครงการในปีงบประมาณถัดไป อย่างไรก็ตามในยุคสมัยที่ความต้องการของผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วสำนักวิทยบริการยังต้องพัฒนารูปแบบการ

บริหารงานองค์กรโดยอาศัยกระบวนการสร้างการรับรู้องค์กรไปประยุกต์ในการบริหารงานด้านอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นต่อไป

รายการอ้างอิง (References)

- จรรยา รัตนพันธุ์, เกษมาพร ตัญญูญกิจ, ศิวนาถ นันทพิชัย และกิตติพร ศรีเพ็ชร. (2560). *กระบวนการสร้างแบรนด์ของห้องสมุด: กลยุทธ์และบทเรียนของศูนย์บรรณสาร และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*.
<https://cloud3001.lib.cmu.ac.th/knowledge/client/file/63708f1b03e707341c7bc242>
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). *พลังแห่งการประชาสัมพันธ์*. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อำพล ชโยมชัย. (2561, 6 สิงหาคม). *พฤติกรรมองค์กรและการบริหารจัดการสมัยใหม่*. <https://ob-modern.blogspot.com/2018/08/perception.html>.