

ภาพลักษณ์ใหม่ของห้องสมุด มข. บนโลกออนไลน์ All New KKU Libraries on Digital Branding

นิตยา ชุ่มอภัย* อัคริมา สุ่มมาตย์ ธีรยุทธ บาลชน

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น e-mail: nitiyach@kku.ac.th*

บทคัดย่อ

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้พัฒนาบริการและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของห้องสมุดให้มีความทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักของห้องสมุด คือ กลุ่ม Gen Y เพื่อให้เป็น “แหล่งเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่” โดยการพัฒนางานประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ของสำนักวิทยบริการให้สามารถครองใจผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้ตรงความต้องการ โดยผ่าน Social Network เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับผู้ใช้กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดผู้ใช้บริการ ให้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของห้องสมุด รวมไปถึงเข้าใช้บริการห้องสมุดผ่านทางออนไลน์มากขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้ 1) กำหนดสีและตราสัญลักษณ์ของห้องสมุด 2) กำหนดคำว่า KKU Library เพื่อใช้แทนห้องสมุดและมีท่าประกอบเพื่อให้รู้สึกเป็นกันเอง 3) ผลิตสื่อสิ่งของ ที่มีตราสัญลักษณ์ 4) ผลิตสื่อโทรทัศน์ เป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ 5) ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ โดยใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการมาก 6) ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารกับผู้ใช้เป็นหลัก 7) การทำกิจกรรมให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมผ่าน Social Network 8) เปิดรับฟังความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ 9) ปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย ผลการศึกษา พบว่า การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนนโยบายให้มีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น การปรับเปลี่ยนบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้รับบริการ อีกทั้งการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเพื่อสนับสนุนให้ผู้รับบริการมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศทุกรูปแบบ และนำแนวคิดการการพัฒนา Branding มาใช้ในห้องสมุดในยุค Social Network เพื่อสร้างความน่าจดจำของห้องสมุดบนสื่อออนไลน์ได้ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด เพื่อก้าวไปสู่การ “แหล่งเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่” ได้ต่อไป

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ห้องสมุด, การประชาสัมพันธ์ห้องสมุด, การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, การสร้างชื่อตราผลิตภัณฑ์ห้องสมุด, เครือข่ายสังคม, ห้องสมุด มข.

ABSTRACT

Academic Resource Center, Khon Kaen University was develop and modify the operation of a modern library easy to access. Meet the needs of the library's



การสัมมนา PULINET วิชาการ ครั้งที่ 4

นวัตกรรม : เครื่องมือสำคัญของห้องสมุดยุค Social Network

main goal is to keep the Gen Y group is a " Learning center of a new generation " through the development of public relations , public relations and customer service users to be able to win even more . And channels to reach consumers directly through the Social Network are the main channel of communication with the target audience. Includes an image library to be interesting and attract users. To participate in the activities of the library including access to library services through online. By doing the following : 1) Define color and emblem of the library, 2) Determine the KKU Library to use the library, and it is to feel friendly 3) Media production items with logo 4) Online Media : a short video clips 5) Publishing : use informal language 6) Use online media to communicate with users mainly 7) The activities users engage via Social Network 8) Open to listening to the needs to achieve maximum satisfaction of the clients 9) Improved website meets a modern audience results showed that modifying the appearance of all . Whether modifications are much more flexible. Modification services to meet the needs of the clients. The introduction of new technologies. Encourage patients to have access to information resources in all formats. Library branding and concept development libraries used in the Social Network to create a memorable online media library to achieve a good image of the library. To move to the "Learning center of a new generation", in the further.

Keywords : Library image, Libraries, Public relations, Relationship marketing, Social Network, Library Branding (Marketing), KKU Library.

รายการอ้างอิง

- บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2556). *นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการสร้าง Branding ของห้องสมุด*. สืบค้นจาก <http://www.stks.or.th/th/knowledge-bank/28-library-science/3623-library-branding.html>. (2556 ตุลาคม 18)
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สำนักวิทยบริการ. (2556). *แผนยุทธศาสตร์การบริหาร สำนักวิทยบริการ (สำนักหอสมุด และทรัพยากรการเรียนรู้) มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2556 – 2559*. ขอนแก่น: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิศปัติย์ ชัยช่วย. (2553). การสร้างแบรนด์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 28(1), 51 – 60 ; มกราคม – เมษายน, 2553.