

กลยุทธ์ทางการตลาดในห้องสมุด : สาระสำคัญจากบทความวารสารภาษาไทย

คณะทำงานฝ่ายวารสารและเอกสาร ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา สรุปสาระสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดในห้องสมุดจากบทความวารสารภาษาไทย เป็น 2 แนวคิดหลัก คือ

1. เพื่อการวางแผนงานห้องสมุด ห้องสมุดควรนำหลักการและวิธีการขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์การตลาดบริการมาใช้ในการวางแผนงาน เพื่อให้แผนงานห้องสมุดอยู่บนพื้นฐานของการตลาดบริการที่เหมาะสม ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1.1 การศึกษาผู้ใช้ที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ มีการนำผลการศึกษาผู้ใช้มาวิเคราะห์ความพึงพอใจ จัดหาทรัพยากรสารสนเทศและจัดบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้

1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภาวะคุกคาม ของห้องสมุด (SWOT Analysis)

1.3 การนำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ และตัวชี้วัด มาประกอบการตัดสินใจวางแผนงาน

1.4 การนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการแจ้งของการคาดการณ์ ที่จะพัฒนาภาพลักษณ์ของห้องสมุดทั้งในทัศนะของผู้ใช้และผู้ให้บริการ

1.5 การจัดประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการให้ชัดเจน จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงเป้าหมาย

1.6 การประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ ทั้งในด้านของผู้ปฏิบัติงานและผู้ให้บริการ

1.7 ห้องสมุดสามารถใช้วิธีการบริหารตราสินค้า ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีบริหารจัดการและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความแตกต่างและโดดเด่น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความผูกพันกับผู้ใช้บริการ เช่น การออกแบบโลโก้ห้องสมุด ประวาดคำขวัญ จัดทำของที่ระลึก เพื่อสร้างความประทับใจ และจดจำในบริการห้องสมุด

2. เพื่อการประยุกต์ใช้กับการบริการสารสนเทศ ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- การพัฒนาสู่ความเป็นห้องสมุดดิจิทัล โดยการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

- การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ให้มีความทันสมัย

- การปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมบริการต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

- การเสนอบริการใหม่ๆ ที่อำนวยความสะดวกและสร้างแรงจูงใจ เช่น บริการตอบคำถามออนไลน์

- การปรับปรุงแบบการให้บริการเชิงรุก (Proactive) โดยไม่ต้องรอให้ผู้ให้บริการเดินเข้ามาหา
ควรเดินหน้าเข้าหา โดยมีข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่ในมือ
- การประยุกต์ใช้บริการที่มีอยู่ใน Social Network เข้ามาขยายขอบเขตของงานบริการ
- การให้บริการในสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานนัดหรือมีความชำนาญ จะทำให้สามารถส่งมอบบริการ
ที่ถูกต้อง รวดเร็ว
- การสร้างเครือข่ายเฉพาะกิจเพื่อขยายหรือเพิ่มประสิทธิภาพของงานบริการ
- การสร้างห้องสมุดย่อยเพื่อให้บริการใกล้กับที่อยู่ของผู้ใช้บริการ เช่น ห้องสมุดเคลื่อนที่
- การหายุทธวิธีในการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีทั่วทั้งองค์กร

2.2 ด้านค่าบริการ

การพิจารณาความคุ้มค่า (คุณภาพ บริการ และราคา) ที่ผู้ใช้บริการได้รับสารสนเทศหรือบริการ
จากห้องสมุด เพื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนในเรื่องเวลา พลังงาน สุขภาพจิต ที่ต้องใช้ในระหว่างการค้นหา
สารสนเทศ รวมทั้งความเหมาะสมของค่าบริการที่ผู้ใช้บริการต้องจ่าย ในกรณีคิดค่าบริการเป็นตัวเงิน

2.3 ด้านส่งเสริมการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ในหลายๆ รูปแบบ ผ่านองค์กรและเครือข่ายต่างๆ
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ห้องสมุดและสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ และเข้าร่วม
กิจกรรมของชุมชนและสังคมตามความเหมาะสม
- การสร้างแรงจูงใจในรูปแบบและกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น ให้รางวัล ให้ความรู้ใหม่ๆ
- การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้กับผู้ให้บริการ ขยายคุณค่า ความน่าเชื่อถือ ความ
ไว้วางใจ ให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ด้วยการให้บริการอย่างเต็มที่ เต็มความสามารถ มีบุคลิกภาพ
ที่ดี รู้จักวิธีสื่อสาร

2.4 ด้านบุคลากร

- การพัฒนาและฝึกฝนบุคลากร พัฒนาทักษะและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพที่
สามารถแข่งขันได้
- การส่งเสริมความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดบริการแก่บุคลากร โดยวิธีให้ศึกษา
เพิ่มเติมเป็นรายวิชา การจัดสัมมนา การฝึกอบรม แล้วแต่ความเหมาะสม เพื่อให้บุคลากรมีจิตบริการอย่าง
แท้จริง
- การส่งเสริม เชิดชู การให้รางวัล เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ

2.5 ด้านสถานที่และกายภาพ

- การปรับปรุงห้องสมุดให้เป็นห้องสมุดมีชีวิต มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี
- การจัดสถานที่ในการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ มีพื้นที่บริการสำหรับผู้พิการ
มีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอ

2.6 ด้านกระบวนการ

- การปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการหรือลดรอบระยะเวลาของการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น
- การปรับปรุงกฎ ระเบียบ หรือแนวปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นตลอดเวลา
- การนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการต่างๆ



กลยุทธ์ทางการตลาดของห้องสมุดในต่างประเทศ :

สาระสำคัญจากบทความวารสารภาษาต่างประเทศ/ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์

คณะทำงานความร่วมมือฯ ฝ่ายวารสารและเอกสาร ได้ดำเนินงานสืบค้นเรื่องราวการตลาดของห้องสมุดจากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 10 ฐานข้อมูล ในระหว่างปี ค.ศ. 1994-2010 ดังนี้

1.

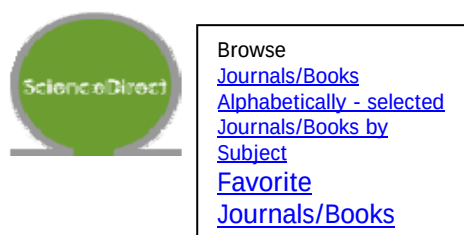


2.



The H.W. Wilson

3.



Browse
[Journals/Books](#)
[Alphabetically - selected](#)
[Journals/Books by](#)
[Subject](#)
[Favorite](#)
[Journals/Books](#)

4.



5.



6.



Academic Search Premier

7.



Academic OneFile on [Gale Databases](#)

8.



9.



[J-Gate; The e-Journal Gateway](#)

10.



ผลการสืบค้นพบบทความที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูล ดังนี้

ลำดับ	ชื่อฐานข้อมูล	จำนวนบทความ
1	Academic One File	9
2	Academic Search Premier	63
3	Emerald Full Text	27
4	Project Muse	4
5	ScienceDirect	5
6	Wiley Interscience	2
	รวม	110

คณะทำงานความร่วมมือฯ ได้จัดทำปริทัศน์บทความ และเลือกสรรมานำเสนอเป็นตัวอย่าง จำนวน 40 บทความ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการศึกษาแนวความคิด การดำเนินกิจกรรม และแนวโน้มของงานในช่วงเวลาที่ผ่านมา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปริทัศน์บทความวารสารภาษาต่างประเทศ

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
1	Dowlin, Kenneth E. " Distribution in an electronic environment, or will there be libraries as we know them in the Internetworld?. " <u>Library Trends</u> . 43. n3 (Wntr1995) : 409(9). Academic One File. Gale.	บทความนี้เขียนขึ้นตั้งแต่ปี 1995 เป็นเวลา 10 ปี มาแล้ว ดังนั้นแนวความคิดในบทความจึงเป็นเรื่องธรรมดา ที่ปัจจุบันห้องสมุดได้ก้าวผ่านการบริหารจัดการห้องสมุดด้วยเทคโนโลยีต่างๆ มาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อโสตทัศน ไมโครฟอร์ม และสร้างสารสนเทศกระจายสู่กลุ่มผู้ใช้ในชุมชนอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยในชุมชนนั้นต้องคำนึงถึงผู้ใช้ที่เป็นผู้พิการทางสายตาและทางหูด้วย กล่าวว่าการห้องสมุดควรทำงานเหมือนระบบธนาคารที่ต้องใช้เทคโนโลยี และอุปกรณ์ส่งเสริมการใช้บริการได้ด้วยตนเอง และอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับลูกค้าต่างๆ ให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารภายในชุมชน สื่อประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์รายวัน มีพันธะในการบริการเชิงรุก มีพันธมิตรในเชิงพาณิชย์กับองค์กรด้านเทคโนโลยีเครือข่าย ซึ่งระบบงานด้านการจัดหาสารสนเทศ วิเคราะห์หนังสือ บริการแหล่งข้อมูล ก็ต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยีที่สูงขึ้น เมื่อเกิดสิ่งแวดล้อมของข้อมูลข่าวสารขึ้นใหม่เช่นนี้ ห้องสมุดจะต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ข้อมูลด้วย ที่สำคัญเทคโนโลยีใหม่ไม่ได้เปลี่ยนพันธกิจของห้องสมุด แต่กลับช่วยเติมเต็มให้องค์กรดำเนินพันธกิจหลักในการจัดการความรู้ได้สมบูรณ์มากขึ้น	นางเบญจา จพ.
2	Rozum,Betty, and Kevin Brewer. " Identifying, Developing, and Marketing Library Services to Cooperative Extension Personnel. " <u>Reference & User Services Quarterly</u> 37.2 (Winter1997):161 (1). Academic One File. Gale.	กล่าวถึงงานวิจัยเชิงสำรวจของ Utah State University Libraries โดยสร้างแบบสอบถาม 15 หัวข้อ ที่บ่งชี้ถึงคุณลักษณะการเรียนรู้ของบุคคลในเรื่องพฤติกรรมการณ์ค้นคว้าข้อมูล ความต้องการข้อมูลข่าวสารยุคปัจจุบัน ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าวิจัย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการได้รับบริการในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งนำไปสู่การจัดทำนโยบายแห่งรัฐ การจัดฝึกอบรมหรือให้ความรู้แก่ชุมชนวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการ และการสร้างค่านิยมในการศึกษา โดยกล่าวถึงการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีหน้าเว็บพร้อมเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลต่างๆ จำนวนมาก มีบริการอีเมลล์สำหรับงานตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าที่รวดเร็ว รวมทั้ง มีการแจ้งข้อมูลสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของผู้ใช้บริการ ซึ่งในช่วงเวลาของบทความนี้ การใช้งานสืบค้นแบบออนไลน์ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ บริการข่าวสารทันสมัยในรูปแบบต่างๆ เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางแล้ว จากบทความกล่าวว่าการทำวิจัยเชิงสำรวจเป็นวิธีหนึ่งของการตลาดในห้องสมุด	นางเบญจา จพ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
3	Madhusudhan,M. " Marketing of library and information services and products in university libraries : a case study of Goa University Library. " Library Philosophy and Practice. (March 2008): NA. Academic One File. Gale.	ห้องสมุด และองค์กรที่ไม่ได้หวังผลกำไรต้องตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ โดยจะต้องคำนึงถึงผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่จะนำเสนอขาย การให้ยืม การแลกเปลี่ยน และการจัดส่ง ซึ่งการตลาดนั้นเป็นวิธีการสำคัญที่จะช่วยเติมเต็มในการทำงานของดำเนินงานห้องสมุด แต่ปัญหาที่พบก็คือ ผู้ใช้บริการยังคงยึดติดกับภาพลักษณ์แนวคิดเดิมๆ กับการใช้บริการห้องสมุด ที่ไม่คิดค่าใช้จ่าย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยกัว Gua University Library (GUL) ได้คำนึงความพึงพอใจของลูกค้า (ผู้ใช้) โดยนำทักษะการตลาดมาใช้ และได้เลือกวิธีการกับการออกแบบส่วนประสมการตลาดสำหรับมาในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยไว้ 4 เรื่อง ดังนี้ 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ : ทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยอาจจะแบ่งตามประเภททรัพยากร แบ่งตามประเภทการบริการที่มี และ แผนงานของห้องสมุด ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอให้กับผู้ใช้นั้น อาจจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (ตัวอย่าง เช่น หนังสือ และการเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต) หรือ อาจเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (เช่น การเป็นผู้ช่วยให้กับผู้ใช้บริการ) 2. การนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การให้บริการหนังสือรูปแบบ Collection ต่างๆ การมีบริการห้องอ่านหนังสือ ซึ่งเปิดให้บริการตลอดเวลา การมีบริการการยืมหนังสือระหว่างห้องสมุด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าวนี้จะต้องอยู่ภายใต้ นโยบาย พันธกิจของสถาบัน และมหาวิทยาลัยนั้นๆ 3. การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และการบริการ ของห้องสมุดนั้น จะต้องรู้ถึงความแตกต่างความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มตามประเภทของสมาชิก ซึ่งผู้ใช้แต่ละกลุ่มนั้นย่อมมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน 4. ราคา คือ ส่วนสำคัญของการตลาด ราคานั้นหมายถึง ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ราคาที่นำมาใช้กับห้องสมุดที่พบโดยทั่วไป และเห็นได้ชัดเจนก็คือ การเก็บธรรมเนียมค่าสมาชิกห้องสมุด	นางวรรณภรณ์ มก.บางเขน

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
4	Padovan, Gabriella, and Daniel Nzekwu. "Marketing library services in a global corporate environment." Information Outlook. 10.3 (March 2006) : 23(2). Academic One File. Gale.	Swiss Re เป็นบริษัทการบริการทางด้านกรรมธรรม์การประกันภัย และการเงิน เป็นห้องสมุดทางด้านกรรมธรรม์ประกันภัย และการเงินชั้นนำของโลกที่ให้เรื่องการจัดการความรู้ การจัดการสารสนเทศ ให้บริการกับกลุ่มพนักงาน(กลุ่มสมาชิก) ของบริษัท ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่ Zurich และ ศูนย์กลางที่ Munich ประเทศเยอรมัน, Manhattan/Armonk ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศฮ่องกง แน่นอนว่า คอลเลกชันของห้องสมุดนี้จะเน้นทางด้านข้อมูลเกี่ยวกับการประกันภัย การบริการการเงิน และเรื่องที่เกี่ยวข้อง การให้บริการพื้นฐานทั่วไปได้แก่ บริการหนังสือ บริการวารสาร บริการจัดหาทรัพยากรเฉพาะ บริการยืม และบริการมีเดียเสมือน บริการยืมระหว่างห้องสมุด บริการจัดทำ subject-specific ในเรื่องหรือหัวข้อที่ผู้ใช้สนใจ Swiss Re ได้กล่าวถึงกิจกรรมการตลาดและได้จัดประเภทของการตลาดในการบริการของห้องสมุดเป็น 2 ข้อหลักๆคือ 1. ทางด้านกายภาพของการตลาดก็คือการให้ความสนใจ และเอาใจใส่ พบปะกับลูกค้า และหาสิ่งที่พวกเขาต้องการ และรักษาความสัมพันธ์และสร้างสัมพันธ์ในเรื่องเหล่านี้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทีมงานงานบริการห้องสมุดควรที่จะแวะเยี่ยมเยียนกลุ่มสมาชิกในแผนกอื่นๆ นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่พวกเขาต้องการ รวมทั้งแนะนำการบริการพื้นฐานแจ้งให้ผู้ใช้ทราบ และมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ อาจจะร่วมมือกับฝ่ายพัฒนามนุศล จัดกิจกรรมกับลูกจ้างกลุ่มใหม่ เพื่อแนะนำ และนำชมหรือ Tour ห้องสมุด บริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องสมุด 2. การตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ โดย การใช้ Intranet ขององค์กร และอีเมล เป็นเครื่องช่วยในการจัดกิจกรรมนั้น เช่น กิจกรรม lending lottery รางวัล สำหรับผู้ใช้ที่ยืมหนังสือผ่านระบบอัตโนมัติจำนวนมากในรอบปีนั้น ผู้ชนะสามารถเลือกหนังสือ หรือ วารสารที่ที่ตนต้องการอ่านเพื่อให้ห้องสมุดบอกรับไว้ได้ หรือ การโฆษณาหนังสือนำอ่านบนเว็บไซต์ “book of the month” โดยมี link Abstract สำหรับการเข้าอ่านบทคัดย่อ กิจกรรมนี้สามารถวัดในเรื่อง การอ่านของผู้ใช้ในการเลือกเรื่อง (Topic) และสาขา (Subject) ที่ตนสนใจอ่านในปัจจุบันได้ เป็นต้น	นางวรรณภรณ์ มก.บางเขน

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
5	“Magazines: valuable classroom resource.” <u>Reading Today</u> 20, 1 (Aug-Sept 2002) : 16(1).	เด็กใช้เป็นตำราเรียนประกอบการเรียนรู้ในชั้นเรียน โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์เพื่อการศึกษา (The Association of Educational Publishers-AEP) แห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา ได้สำรวจการใช้วารสาร/นิตยสารสำหรับเด็กในชั้นเรียน พบว่าเด็ก และเยาวชนได้ประโยชน์จากการอ่านวารสาร/นิตยสาร ส่งผลต่อการเรียนรู้ในชั้นเรียนเป็นอย่างมาก ซึ่งสาระสำคัญส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในตำราเรียน การฝึกให้เด็ก และเยาวชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น การสร้างทัศนคติที่ดีในการร่วมกันเขียนคอลัมน์ บทความ ทั้งนี้เพื่อต้องการสร้างรูปแบบการเรียนรู้ การฝึกให้เด็กได้คิด อ่าน เขียนเชิงสร้างสรรค์ฝึกให้เด็กมีทักษะการแปล และการสื่อความหมาย โดยการถ่ายทอดลงในวารสาร/นิตยสาร เพื่อใช้เป็นตำราประกอบในการเรียนรู้ของสำหรับเด็ก และเยาวชน ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ในชั้นเรียน	นายวินัย มก.บางเขน
6	Keating, Michael. “Magazine libraries branch out.” <u>Folio: the Magazine for Magazine Management</u> 23, 15(Sept, 1994) : 21(1).	ห้องสมุดได้เปลี่ยนแปลงบทบาทใหม่จากการให้บริการวารสารฉบับพิมพ์ มาเป็นผู้ผลิตวารสารอิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กับการให้บริการสารสนเทศและบริการวารสารออนไลน์ เพื่อสนองความต้องการให้แก่ผู้ใช้ให้เข้าถึงสารสนเทศทางออนไลน์ได้ โดยการผลิตวารสารอิเล็กทรอนิกส์ สื่อมัลติมีเดีย เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่หน่วยงานเสมือนเป็นศูนย์กลางแหล่งจัดเก็บและค้นคืนสารสนเทศออนไลน์ ซึ่งห้องสมุดวารสาร/นิตยสารได้เรียนรู้กระบวนการมาจากสำนักพิมพ์ โดยมีบรรณารักษ์ทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการ ผู้ประสานงานด้านการขาย การตลาดและการส่งเสริมการโฆษณาสิ่งพิมพ์ รวมทั้งมีการจัดตั้งฝ่ายการวิจัยของห้องสมุดวารสาร/นิตยสาร ซึ่งอนาคตอาจขยายกิจการไปสู่ศูนย์กลางบริการสื่อมัลติมีเดีย	นายวินัย มก.บางเขน

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
7	“How to Create a Mobile Experience.” Full Text Available Library Technology Reports. Vol. 44 Issue 5 (Jul2008) p 39-42.	องค์กรหรือห้องสมุด ที่จะให้บริการบนเว็บโทรศัพท์มือถือ จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ และการจะประสบผลสำเร็จในการสร้างเว็บบนมือถือ มี 7 เหตุผล ของการเข้าสู่บริการบนมือถือ (7 Reasons to Go Mobile) 1) มีโทรศัพท์มือถือมากกว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC) 3 เท่า 2) มือถือทำให้ข้อมูลของคุณไปอยู่ได้ทุก ๆ ที่ 3) นำความหลากหลายมาสู่ผู้ใช้ 4) ทำให้คุณสามารถเชื่อมต่อกับผู้ใช้ในเรื่องใหม่ 5) บริการมือถือทำให้คุณมีบริการรูปแบบใหม่ 6) มือถือคือวิถีทางแห่งอนาคต 7) ง่ายกว่าที่คิด การบริการต่างๆ บนเว็บมือถือ มีข้อมูลที่ควรทราบ ดังนี้ 1) Mobile Style Sheets เป็นการแสดงผลข้อมูลบนมือถือที่มีจอขนาดเล็กให้ดูง่ายขึ้น เป็นวิธีการที่รวดเร็วในการพัฒนาเว็บบนมือถือ ใช้งานได้ดีกับเว็บไซต์ทั่วไปที่สามารถลดปริมาณเนื้อหาให้เหลือเฉพาะปริมาณข้อมูลที่สำคัญ 2) Mobile Marketing Tips เป็นการโฆษณาเว็บบนมือถือ ให้ปรากฏอยู่ใน Blog หรือในเครือข่ายสังคม Online 3) Transcoded Web Site Transcoding เป็นเทคโนโลยีที่นำเว็บไซต์ปกติมาทำการแปลงรูปแบบ เพื่อให้สามารถแสดงผลบนหน้าจอมือถือที่มีขนาดเล็กได้ 4) Mobile – Only Web sites การออกแบบเว็บไซต์บนมือถือ ปัจจุบันไม่มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานของอุปกรณ์หรือมือถือ โปรแกรมภาษาคอมพิวเตอร์คือ X HTML-MP ทำให้ผู้พัฒนาสร้างเว็บไซต์บนมือถือได้ เฉพาะมือถือรุ่นใหม่ ๆ เท่านั้น หรือ Wireless Markup Language ที่เหมาะกับ โทรศัพท์มือถือที่นิยมใช้กันมากในตลาด มีโปรแกรมที่ฟรีอยู่มากมาย เช่น Winksite and MoFuse RSSFeeds เป็นโปรแกรมที่สร้างเว็บไซต์บนมือถือ การออกแบบเว็บบนมือถือ (Tips for Designing a Mobile Web Site) 1) ทำแบบง่าย ๆ เพราะในทุกวันนี้โทรศัพท์มือถือเพียง 13% เท่านั้น ที่รองรับระบบ 3G และ 17% ที่ดู Video 2) ทดสอบการเข้าใช้เว็บไซต์มือถือบนมือถือหลาย ๆ ยี่ห้อ เพราะบางรุ่นอาจมีการแสดงผลที่แตกต่างกัน 3) เพิ่มปุ่มสื่อบันทึกให้ใกล้กับด้านบนสุดของหน้าเว็บเพจ เพื่อที่ผู้ใช้จะได้เลื่อนหน้าจอมาเพื่อหาข้อมูล 4) ลดจำนวนภาพที่ไม่จำเป็นสำหรับเว็บไซต์บนมือถือ เลือกใช้ข้อมูลที่เหมาะสมที่จะใส่ไว้ในเว็บไซต์บนมือถือ	นางอรณามจ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
8	More Library Support Possible? : OCLC report offers suggestions on how to motivate voters. Library Journal (Aug. 2008) : 14-15	ในบทความนี้ เป็นเรื่องการให้เงินทุนสนับสนุนห้องสมุดในสหรัฐอเมริกาโดยมูลนิธิ Bill & Melinda Gates เป็นผู้มอบเงินทุนสนับสนุนแบบไม่เปิดเผย ซึ่งทางมูลนิธิฯ ได้ทำการศึกษาข้อมูลที่หน่วยงาน OCLC ได้สำรวจโพลในเดือนกรกฎาคมและจัดทำรายงาน พบว่า บรรณรักษ์ไม่ค่อยสนใจหาเงินสนับสนุนจากภายนอก และ ผู้ให้การสนับสนุนห้องสมุดมักไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการให้เงินทุนที่สนับสนุน ทำให้ผู้สนับสนุนมักนำเงินไปช่วยบริการสาธารณะอย่างอื่นแทน ดังนั้นห้องสมุดควรมีการพัฒนาทางด้านให้บริการชุมชน และเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความมีชื่อเสียงแก่สังคม โดยสร้างคุณค่าให้เกิดแก่สังคมชุมชน เพื่อให้มีศักยภาพในการได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากมูลนิธิต่อไป	นางวาสนา มจร.
9	Marc , Aronson. “Consider the Source no direction home Publishing is at a Crossroads, and nobody knows where It’s going.” School Library Journal (Nov. 2008) : 32	การพิมพ์ จะก้าวต่อไปในรูปแบบใดยังไม่สามารถระบุได้รูปแบบใหม่ในโลกการพิมพ์ยุคดิจิทัลที่มีแนวคิดมาจาก book+Website+game จะมีลักษณะเป็นอย่างไรมีความจำเป็นต่ออนาคตของหนังสือสำหรับเด็กหรือไม่ และสามารถนำมาใช้ได้จริงเพียงใดยังเป็นเรื่องที่นักเขียนกำลังค้นหา รูปแบบของสิ่งพิมพ์เหล่านี้ว่ามีความจำเป็น หรือไม่ที่ต้องให้มีการดาวน์โหลดเนื้อหาเพื่อช่วยกระตุ้นการอ่านของเด็ก และช่วยเพิ่มยอดขายหรือนำไปพัฒนาเป็นเกมออนไลน์ เพื่อให้มีความทันสมัยในโลกของสังคมออนไลน์หรือยังคงรูปแบบของสิ่งพิมพ์แบบเดิมไว้เพียงเพราะว่า รูปแบบนี้เป็นหนทางเดียวในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้อ่านได้อย่างกว้างขวาง	น.ส.ปวีณา สจพ.
10	Felker, Kyte. Editorial Board Thoughts. <u>Information technology and libraries</u> (Jun. 2008) : 4-5.	เทคนิคทางการตลาดในการทราบถึงความต้องการของผู้ใช้โดยวิธีการสำรวจหรือการสนทนากลุ่มอาจไม่ได้ผลเสมอไป งานวิจัยของ Gareld Zaltman ได้เสนอเทคนิคทางการตลาดที่แตกต่างออกไป ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบรายบุคคล การใช้รูปภาพ การใช้การอุปมาอุปไมย ซึ่งจะทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เฟซบุ๊ก หรือ มายสเปซ ของห้องสมุดนั้น ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ถึงความมีประสิทธิภาพและความเหมาะสม เพราะไม่สามารถวัดถึงการรับรู้ของผู้ใช้ โดยผู้เขียนเห็นว่า เราคงไม่สามารถวัดถึงการรับรู้ของผู้ใช้ได้ เว้นแต่จะทราบถึงความรู้สึกและความคิดของผู้ใช้ที่มีต่อเครือข่ายทางสังคมเท่านั้น ซึ่งหากผลการวิจัยนี้ถูกต้อง องค์ประกอบทางด้านสังคมและอารมณ์ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล อันสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจของผู้ใช้ที่มีต่อห้องสมุดได้ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกที่จะถามที่โต๊ะบริการตอบคำถามหรือการใช้เว็บไซต์ของห้องสมุด	มบ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
11	Regli, Theresa. “ Enterprise Search : Seek and Ye Ming Find. ” Computer in libraries (Jul/Aug. 2008) : 22-24, 89-93.	Enterprise search เป็นการค้นคืนสารสนเทศในองค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้งานภายในองค์กร สมาชิกในองค์กร แสวงหาข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ สถานที่ รวมถึงฐานข้อมูล และระบบจัดการเอกสารในพื้นที่เก็บข้อมูลอื่น ๆ คุณลักษณะเด่นของ Enterprise search มีดังนี้ -เทคโนโลยีในการจัดการเอกสาร -การทำดัชนีในการค้นคืนข้อมูล -การจัดการในเรื่องดัชนี ความเร็วรวดเร็วในการทำดัชนี การประมวลผลการร้องขอ ลำดับความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ในการค้นคืนข้อมูล -บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการค้นหาของผู้ใช้ เช่น จำนวนของคำค้นและผลลัพธ์ที่ได้ คำที่ผู้ใช้ค้นบ่อย ๆ ข้อควรพิจารณาในการเลือกระบบ 1.วิเคราะห์งานภายในองค์กรถึงความจำเป็นที่ต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ 2.เทคโนโลยีที่มีอยู่ไม่สามารถทำให้งานบรรลุเป้าหมาย เช่น ผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศระดับสูงไม่สามารถที่จะดึงข้อมูลรายงานทางการเงินของปีที่ผ่านมาได้ คอลเซ็นเตอร์ไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ภายใน 5 นาที เป็นต้น 3.คำนวณความคุ้มค่าของเทคโนโลยีที่ต้องการซื้อ 4.ทดสอบระบบก่อนที่จะตัดสินใจครั้งสุดท้าย ศักยภาพในการค้นหา มีดังนี้ -Multirepository enterprise ค้นหาได้จากหลายแหล่ง -Hybrid internet search ค้นหาได้ทั้งจากภายในองค์กรและทางอินเทอร์เน็ต -E-Discovery ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคดีความต่าง ๆ -Customer service / Self-service ค้นหาข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับการบริการลูกค้า และค้นหาข้อมูลขององค์กร -Ecommerce ค้นหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้สามารถสืบค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการออนไลน์ต่าง ๆ ได้ -Scientific/Technical/Medical การสืบค้นข้อมูลทางด้านวิทยาศาสตร์/ด้านเทคนิค/ ด้านการแพทย์ ตัวอย่างของผู้จำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ Autonomy, Fast Search & Transfer / Microsoft, IBM, Oracle, Endeca, SAP,Recommind, Vivisimo, Coveo, Google, Thunderstone, Open Text, Lucene	มบ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
12	Harris , Christopher. “The Gaming Life.” School Library Journal (Feb.2008) : 24-25	การเล่นเกมในห้องสมุด บรรณารักษ์สนับสนุนการเล่นการพนันในห้องสมุดหรือเปล่า เป็นสิ่งไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง วิธีป้องกันการเล่นเกมในห้องสมุดคือ การบอกเล่าเรื่องราวในห้องสมุด เพื่อให้ข่าวแพร่กระจายเพื่อให้ระบุคนทำได้ง่ายขึ้น และบรรณารักษ์ก็ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษแต่ขั้นตอนแรกคือให้นักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเล่นเกมบอกเล่าเรื่องราว ประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นเกมในห้องสมุดว่าเป็นอย่างไร สิ่งสำคัญคือเรื่องราวการเล่นการเล่นเกมต้องถูกกระจายออกไปว่า “มีการเล่นเกมในห้องสมุด”	นางศรีเพ็ญ สจล.
13	Ruth, Schaefer. “Storyville USA.” Children and Libraries _(Winter 2008)): 30-32	เมืองเปิดใหม่เมืองหนึ่งอยู่ทางตะวันออกของเขตบัลติมอร์ เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยสีสัน และความสุขแห่งการอ่านของเด็กๆ โดยเฉพาะห้องสมุดประชาชนที่มีการออกแบบเพื่อช่วยให้ผู้ปกครองเตรียมความพร้อมให้เด็กๆ ก่อนเข้าโรงเรียนนิยามของห้องสมุดคือ “แดนมหัศจรรย์ของการอ่านและเขียน” การออกแบบเพื่อลอกเลียนแบบชีวิตในเมืองเล็กๆ ชั่นบน และชั้นล่างสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ ด้วยการเลียนแบบชีวิตจริงในทุกๆวันด้วยกันในบ้านสองชั้น มีโรงหนัง ร้านค้า ไปรษณีย์ มีสถานที่เพื่อการคิดค้น และมีห้องสมุดตั้งอยู่ในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติใจกลางเมือง ห้องสมุดจะจัดเก็บหนังสือสำหรับเด็กชนิดต่างๆ และตกแต่งด้วยที่นั่งอ่านที่สะดวกสบายสำหรับเด็กให้อ่านด้วยกัน สิ่งสำคัญของแต่ละพื้นที่ คือ การออกแบบตามอายุและพัฒนาการของเด็กในแต่ละช่วงอายุ รวมทั้งความสามารถในการอ่านและเขียนหนังสือตามความเหมาะสมในช่วงอายุ อุปกรณ์ต่างๆ กิจกรรมที่พัฒนาด้านภาษารวมทั้งเตรียมอุปกรณ์เพื่อพัฒนาการด้านนับตัวเลข การจำตัวอักษร และความสามารถด้านอื่นๆ	นางศรีเพ็ญ สจล.
14	Nichols, John V. “ Using future trends to inform planning/marketing ...” Library Trends 43 (3) 1995 : 349-366.	แนวทางการจัดการการวางแผนและการตลาด (การตลาดการให้บริการทางสารสนเทศและห้องสมุด) บทคัดย่อ หัวข้องานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการจัดการระบบบรรณารักษ์เพื่อนำไปจัดการ การวางแผนและการตลาดของการบริการห้องสมุด รายงานนี้ยังแสดงให้เห็นว่าการจัดการด้านการเงิน เหตุผลทางเทคนิค จะมีผลต่อการวางแผนการให้บริการห้องสมุด ซึ่งมี 2 เทคนิคใหญ่ๆ ที่เป็นแนวทางในการวางแผน คือ การดูแลทางด้านสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด และ ภาพรวมของห้องสมุด	มท.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
15	Soules, Aline. “The Principles of Marketing and Relationship Management.” Libraries and the Academy. Vol.1 No.3 (July 2001):339-350	การวางแผนให้ห้องสมุดประสบความสำเร็จได้ บรรณารักษ์จะต้องให้ความสำคัญกับ 2 ด้าน คือ การดูแลทางด้านสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด และภาพรวมของห้องสมุด การดูแลทางด้านสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด การจัดการภายในห้องสมุดต้องเริ่มต้นด้วยการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้งภายนอกและภายใน องค์ประกอบภายนอกคือ การนำข้อมูลของห้องสมุดในที่ต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านการให้บริการ ส่วนองค์ประกอบภายใน คือ การปรับปรุงและการจัดหาหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายงานผลการดำเนินงาน สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลทางด้านสารสนเทศ ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การจัดการทางภาพรวมของห้องสมุด แนวทางในการจัดการภาพรวมของห้องสมุดมีอยู่ 9 ปัจจัยในการพัฒนาการจัดการภาพรวมภายในห้องสมุด (สามารถอ่านได้ในหนังสือ “Death of the Library Scenario” Shuman (1989) สรุป วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นผู้อ่านทราบและเข้าใจใน ความสำคัญของแนวทางในการจัดการวางแผนห้องสมุด และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีส่วนช่วยในการวางกรอบแนวความคิดในการปรับปรุงห้องสมุด เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ในช่วงการเปลี่ยนแปลงของห้องสมุด การตลาดเป็นกุญแจสำคัญของความสำเร็จของห้องสมุด การตลาดไม่ได้หมายถึงการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดและบริการเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการศึกษาลูกค้า การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น การทำงานในเชิงรุก และ เปิดตัว สิ่งที่บรรณารักษ์ในยุคดิจิทัลต้องทำ คือ อ่านให้กว้างเพื่อให้มีความรู้ในสาขาวิชาอื่นๆด้วย มีการสื่อสารกับลูกค้าตลอดเวลา ทำงานรวดเร็ว จัดหาและวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามความต้องการของผู้ใช้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าซึ่งลูกค้านั้นจะเป็นผู้ทำการตลาดให้ห้องสมุดต่อไป	นางสาวนีย์ มอ.ท.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
16	Estep, Erik Sean. (2007). "Real life marketing and promotion strategies in college libraries : Connecting with campus and community." <i>Portal: Libraries and the Academy</i>, 7(2), 252-254	กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดในมหาวิทยาลัย : การเชื่อมโยงกับหน่วยงานในมหาวิทยาลัยและชุมชน การแพร่ขยายอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ต และการถูกตัดงบประมาณสนับสนุนบางส่วนจากรัฐของสถาบันอุดมศึกษาส่งผลต่อการให้บริการห้องสมุด และการให้การสนับสนุนในด้านต่างๆต่อห้องสมุดในมหาวิทยาลัย ดังนั้น ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการใช้บริการและเพื่อดึงดูดการให้การสนับสนุนการดำเนินงานของห้องสมุด การจัดแสดงผลงานของสมาคมหอสมุดอเมริกัน ณ มหาวิทยาลัย Trinity ได้รับความสนใจอย่างมากจากหน่วยงานต่างๆในมหาวิทยาลัย รวมทั้งส่งผลดีในแง่ความร่วมมือกับองค์กรภายนอก กลยุทธ์ในการส่งเสริมกิจการห้องสมุดที่น่าสนใจผ่านนิทรรศการนี้ ได้แก่ - การร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับคำแนะนำและความช่วยเหลือจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาควิชากราฟิก สำนักประชาสัมพันธ์ นักศึกษาด้านการตลาด และภาควิชาวารสารศาสตร์ การเปิดโอกาสให้คณะต่างๆได้มีส่วนร่วมในการจัดโปรแกรมของห้องสมุด วิธีนี้ถือเป็นวิธีส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดที่ดีวิธีหนึ่ง บาร์บารา แมคอัลไพน์ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า บรรณารักษ์ของมหาวิทยาลัย Trinity ได้ประสานกับคณะต่างๆ เพื่อเชิญวิทยากรที่มีความสามารถมาบรรยายในหัวข้อต่างๆ ซึ่งช่วยส่งเสริมนิทรรศการที่ทางหอสมุดจัดขึ้นได้ - การติดต่อประสานงานกับคณะต่างๆยังช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาสร้างสรรค์ผลงานที่มีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการใช้บริการของห้องสมุด มีนักศึกษาเคยเสนอแนะให้มีการเชิญนักการเมืองท้องถิ่นให้มาร่วมกิจกรรมของห้องสมุดซึ่งช่วยให้ห้องสมุดมีโอกาสได้รับการช่วยเหลือหรือสนับสนุนทางการเงินจากนักการเมืองเหล่านั้น - การแจกของรางวัลหรือของสมนาคุณเพื่อกระตุ้นการใช้บริการ ห้องสมุดก็ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ เช่น การแจกปากกา ดินสอ ที่ค้นหนังสือ ที่วิทยาลัยชุมชน Tunxis มีการแจกคู่มือซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนเครื่องดื่มได้ที่ห้องสมุดของวิทยาลัย กลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นเป็นวิธีการส่งเสริมกิจการห้องสมุดที่ใช้งบประมาณไม่สูงนัก เนื่องจากผู้แนะนำมีความเข้าใจถึงข้อจำกัดทางงบประมาณของห้องสมุด การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการโฆษณาช่วยส่งเสริมบริการของห้องสมุด แต่ถึงกระนั้น ห้องสมุดต้องเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมกับการเป็นสถาบันทางการศึกษา ไม่ควรเลียนแบบกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทห้างร้านเพื่อการพาณิชย์ และนักศึกษาที่ใช้บริการห้องสมุดก็ต่างจากลูกค้าของบริษัทดังกล่าวเช่นกัน	น.ส.นริศรา มอ.ป

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
17	Bell, Steven J. (2002). “New Information Marketplace Competitors: Issues and Strategies for Academic Libraries.” Portal: Libraries and the Academy, 2(2), 227-303	การแข่งขันยุคใหม่ด้านข้อมูลสารสนเทศ : ประเด็น และ ยุทธศาสตร์ของ ห้องสมุดมหาวิทยาลัย งานวิจัยนี้ เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของผู้บริหารห้องสมุดมหา วิทยาลัยต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้านข้อมูลสารสนเทศยุคใหม่และ ผลกระทบต่อสถานภาพของห้องสมุดในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นใน การทำวิจัยเรื่องนี้ว่า ปัจจุบันนี้ระบบห้องสมุดดิจิทัล หรือการค้นหาข้อมูล ทางออนไลน์มีอยู่เป็นจำนวนมากมาย ดังนั้นห้องสมุดควรจะมีความท้าทายเพื่อ ต่อสู้กับโลกแห่งยุคดิจิทัลหรือไม่ อย่างไร กับคู่แข่งทางด้านการตลาดของ ห้องสมุดระบบดิจิทัลเป็นภัยคุกคามในการดำเนินงานของห้องสมุด ในยุค ปัจจุบันหรือไม่อย่างไร และผู้บริหารห้องสมุดควรจะกำหนดบทบาทอย่างไร เพื่อให้ห้องสมุดเป็นทางเลือกอันดับแรกของผู้ที่อยู่ในองค์กร หน่วยงาน หรือ มหาวิทยาลัยที่จะนึกถึงห้องสมุดก่อนที่จะไปค้นข้อมูลออนไลน์ทางกูเกิ้ล หรือ ออกไปค้นข้อมูลออนไลน์จากเว็บอื่นๆ และผู้บริหารจะคิดอย่างไรถ้าทุกคน ในมหาวิทยาลัยออกไปค้นข้อมูลออนไลน์หมด วัตถุประสงค์ของห้องตั้งขึ้น เพื่ออะไรในเมื่อผู้ใช้บริการไม่ได้เข้ามาใช้บริการของหอสมุด ห้องสมุดควรจะ เป็นประตูทางออกในการค้นหาข้อมูลของบุคลากร อาจารย์ และนักศึกษา วิธีดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีแบบสำรวจ/แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการทำ วิจัย โดยมีคำถามจำนวน 23 ข้อ โดยส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารห้องสมุด ผู้บริหารนี้จะเรียกชื่อว่าผู้อำนวยการห้องสมุด หรือคณบดี ก็ได้โดยสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารต่อคู่แข่งว่าคิดอย่างไร คำถามนี้จะอยู่บนเว็บ เป็นการสร้างแบบสอบถามบนเว็บ ที่เรียกว่า A web-based survey โดย ส่งที่อยู่ผ่าน mail เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จจะส่งคำตอบกลับมาผ่าน เว็บ มีการส่งแบบสอบถามไปยังผู้อำนวยการห้องสมุด หรือคณบดีมหา - วิทยาลัยและวิทยาลัยที่มีหลักสูตรการเรียนการสอน 4 ปี ระดับปริญญาตรีขึ้น ไป (ไม่รวมสถาบันที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอน 2 ปี) โดยได้ส่งแบบ สอบถามไปทั้งหมด 207 คน (ในอเมริกา) แต่ที่ได้รับแบบสอบถามตอบ กลับมาทั้งหมดเพียง 67 คน หรือคิดเป็นร้อยละประมาณ 32 % จากจำนวน ผู้ตอบทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า ผู้อำนวยการไม่ได้คิดว่าระบบฐานข้อมูลเชิง พาณิชย์เหล่านั้นเป็นภัยคุกคามกับสถานภาพของห้องสมุดของตนอย่างที่ผู้วิจัย ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ในเบื้องต้น และคิดว่าห้องสมุดสามารถที่จะรองรับความ ต้องการของบุคลากรในมหาวิทยาลัย อาจารย์ และนักศึกษาได้มากกว่า ฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ที่อยู่ภายนอก และคิดว่าไม่น่าจะเป็นคู่แข่งมาก	น.ส.นริศรา มอ.ป

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
18	Gregory, Gwen. “How to get noticed for all the right reason.” Information today. (Nov. 2008)	งานวิจัยเรื่องนี้ เสนอว่า ห้องสมุดควรจะมีการสร้างบรรยากาศ และการจัดบริการให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการและให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในโลกยุคแห่งการแข่งขันฐานข้อมูลสารสนเทศ โดยมีการเสนอแนะยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อให้ห้องสมุดมีการเตรียมตัวเองให้เหมาะกับโลกในยุคแห่งการแข่งขันนี้ได้ Elisabeth Doucett ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ ให้กับสินค้าต่าง ๆ มากมาย ได้เขียนหนังสือเรื่อง Creating Your Library Brand: Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons แนะนำวิธีการสร้างแบรนด์ห้องสมุด ซึ่งบทแรกได้กล่าวถึงการสร้างแนวคิด การกำหนดเป้าหมาย วิธีการสนับสนุนส่งเสริม การวางแผนการดำเนินงาน การกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ในการสร้างแบรนด์ บทต่อ ๆ ไป เป็นกระบวนการทั้งหมดในการสร้างแบรนด์ ในยุคที่ทุกอย่างสามารถหาได้ฟรีจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ห้องสมุดจะต้องเริ่มตระหนักและเริ่มต้นในการสร้างแบรนด์ของห้องสมุด เพราะเป็นวิธีการที่รวดเร็วที่สุดในการสื่อสารให้ผู้ใช้บริการรับทราบเรื่องราวต่าง ๆ ของห้องสมุดและทำให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้ห้องสมุด เมื่อเข้าใจพื้นฐานของการสร้างแบรนด์ห้องสมุดแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการทบทวนแบรนด์ห้องสมุดที่กำลังดำเนินการอยู่ สิ่งที่ได้ดำเนินการมาแล้ว ว่ามีสิ่งไหนบ้างที่จะดำเนินการต่อไปในการสร้างสรรค์แบรนด์ ห้องสมุดต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกหรือไม่ การแต่งตั้งคณะกรรมการในการสร้างแบรนด์ เพราะในกระบวนการตลาดและการสร้างแบรนด์นั้น จะต้องมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลสรุปในการดำเนินงานต่อไป ภาคผนวก จะมีกรณีศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของห้องสมุดประชาชน และรายการคำศัพท์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น การตลาดและการสร้างแบรนด์ของห้องสมุดเป็นสิ่งจำเป็น เพราะทำให้ผู้ใช้บริการรับทราบถึงศักยภาพของห้องสมุดว่าสามารถจะให้บริการอะไรกับผู้ใช้บริการได้บ้าง ซึ่ง Doucett ได้เขียนอธิบายถึงขั้นตอนต่าง ๆ ที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้ห้องสมุด โดยสามารถนำกรณีศึกษาจากห้องสมุดประชาชนทั้ง 3 แห่ง มาประยุกต์กับการตลาดและการสร้างแบรนด์ของห้องสมุดแต่ละแห่งได้	มวล.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
19	Breeding, Marshall. Library Technology International. www.infotoday. com (Nov. 2008) : 33-36	ผู้เขียน คือ คุณ Marshall breeding ตำแหน่ง Director for innovative technologies and research ของห้องสมุด Vanderbilt University Libraries เป็นบทความที่เล่าถึงประสบการณ์ที่ผู้เขียนได้เดินทางไปห้องสมุดต่างๆ ที่ผู้เขียนมีความเชื่อว่า ห้องสมุดที่อื่นๆ นั้นเขามีบริการทรัพยากรสารสนเทศหรือเทคโนโลยีอะไรบ้างเพื่อที่จะได้นำมาปรับใช้ หรือนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการห้องสมุดของเรา - กล่าวถึงห้องสมุด Yonsei Samsung Library ประเทศเกาหลี มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีสูง มีการจัดพื้นที่ภายในห้องสมุดให้เหมาะกับการเรียนรู้ บริเวณล็อบบี้มีคอมพิวเตอร์หน้าจอแบบสัมผัสได้แนะนำบริการในแผนกต่างๆ ของห้องสมุด สามารถสืบค้นหน้าจอ Opac โดยไม่ต้องใช้ Keyboard ถ้าต้องการใช้ KEYBOARD บนหน้าจอก็มีให้เลือกใช้ มีแผนที่ภายในห้องสมุดแสดงบนหน้าจอขนาดใหญ่ มีการนำหนังสือพิมพ์รายวันมาไว้บนหน้าจอขนาดใหญ่ โดยสามารถเดินอ่านผ่านหน้าจอได้ที่ล็อบบี้โต๊ะจะเป็นแบบ MULTIMEDIA พื้นหน้าบ้นโต๊ะจะเป็นจอคอมพิวเตอร์ สามารถเสียบใช้ USB เพื่อดูรูปภาพ ทำงานต่างๆ เล่นเกมส์ ห้องสมุดเตรียมพื้นที่สำหรับนักศึกษาที่นำ LAPTOP มาใช้ในห้องสมุด มีบริการ HIGH SPEED NETWORKING มีคอมพิวเตอร์พร้อม SOFTWARES ต่างๆ ฐานข้อมูลความรู้สำหรับใช้เป็นรายบุคคล หรือเป็นกลุ่ม ห้องสมุดให้บริการ WIRELESS NETWORK ทุกที่ภายในห้องสมุด ห้องสมุดออกแบบมาเพื่อมุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน มีบริการห้องศึกษากลุ่มแบบป้องกันเสียง เพื่อไม่ให้รบกวนผู้อื่นและไม่ให้เสียงไปรบกวนผู้อื่นไปรบกวน หอประชุมติดตั้งระบบวิดีโอและเสียงซึ่งสามารถรองรับนักเรียนได้ประมาณ 100 คน หรือมากกว่านั้น อุปกรณ์มัลติมีเดียมีพร้อม มีหน้าจอคอมพิวเตอร์กว่า 100 เครื่อง สำหรับดู DVD และ VCD และเนื้อหาบทเรียนมีการศึกษาบทเรียน หรือการบรรยายจากแผ่น ซีดีรอม ห้องสมุดยังเตรียมอุปกรณ์สำหรับนักศึกษามาใช้บริการในการบันทึกเสียง ถ่ายภาพ หรือทำกิจกรรม มีกล้องถ่ายภาพ อุปกรณ์ไฟ จอ และห้องควบคุมการบันทึกเสียง หรือบันทึกภาพเพื่อทำรายการ ห้องสมุดมีทรัพยากรประเภทหนังสือจำนวนมากซึ่งเก็บไว้ที่อาคารเดิม สำหรับอาคารใหม่เน้นการใช้พื้นที่เพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้โดยการเตรียมเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล - กล่าวถึงห้องสมุด NATIONAL AND UNIVERSTIY OF SLOVENIA ประเทศสโลเวเนีย หอสมุดแห่งนี้ชื่อว่า NUK ทำหน้าที่เป็นทั้งห้องสมุดมหาวิทยาลัยและหอสมุดแห่งชาติ ซึ่งนับว่าเป็นการทำทลายในการทำงานของห้องสมุดแห่งนี้ เพราะต้องทำหน้าที่ทั้งอนุรักษ์ทรัพยากรสารสนเทศ ทาง	มศก.ศ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
		ด้านวัฒนธรรม ขณะเดียวกันก็ต้องจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการเรียนของมหาวิทยาลัย อาคารห้องสมุดได้รับการออกแบบในปี ค.ศ. 1930 และสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1941 เป็นอาคารที่มีความงดงามทางด้านสถาปัตยกรรม อย่างไรก็ตามบรรณารักษ์กล่าวว่าสถาปนิกไม่เข้าใจเรื่องห้องสมุด ดังนั้นเจ้าหน้าที่ห้องสมุดจึงต้องพยายามทำพื้นที่ที่ได้รับการออกแบบให้เหมาะกับการบริการที่ทันสมัยซึ่งเป็นเรื่องที่ลำบากเหมือนกัน เพราะอาคารถูกออกแบบเพื่อเน้นความสวยงาม อย่างไรก็ตาม NUK เป็นห้องสมุดที่มีความโดดเด่นในการให้บริการแหล่งข้อมูลทางดิจิทัล (THE DIGITAL LIBRARY OF SLOVANIA) โดยการนำข้อมูลความรู้มาจัดทำในรูปดิจิทัล เช่น บทความทางวิชาการ และวิชาชีพ หนังสือ รูปภาพ เนื้อเพลง ดนตรีฉบับตัวเขียน และเทปบันทึกเสียง ผู้เขียนได้เรียนรู้จากการเยี่ยมชม NUK ว่าการที่ NUK ได้ทำงานทางด้านการระบบห้องสมุดอัตโนมัติ และการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันทำให้ประเทศสโลวาเนียเป็นผู้นำในการพัฒนาระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่ห้องสมุดภายในประเทศเข้าร่วม รูปแบบระบบห้องสมุดอัตโนมัติเกี่ยวข้องกับสัมพันธไมตรีกับห้องสมุดแห่งชาติและห้องสมุดประชาชน หน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาระบบห้องสมุดอัตโนมัติ คือ The institute informacijskih Znanosti Maribor (IZUM) ซึ่งได้พัฒนาระบบอัตโนมัติเรียกว่า (Co-operative Online Bibliographic System and Services (CoBiss) ซึ่งรวมรายการทรัพยากรสารสนเทศของ NUK ห้องสมุดประชาชน ห้องสมุดโรงเรียนทุกแห่ง และห้องสมุดเฉพาะบางแห่งในประเทศสโลวาเนีย ไว้ด้วยกันการใช้งานผ่านการทำงาน IZUM ไม่เพียงแต่จะได้ประโยชน์ในเรื่องการใช้ทรัพยากรร่วมกันในระดับประเทศเท่านั้น แต่เป็นการที่ห้องสมุดได้พึ่งพาตนเองโดยไม่ต้องซื้อระบบห้องสมุดอัตโนมัติจากทางบริษัทภายนอก COBISS ได้ขยายไปยังประเทศใกล้เคียงและมีการสร้างเครือข่ายที่เรียกว่า COBISS .Net ยกเว้นเพียงประเทศ Croatia ที่เลือกใช้ระบบอัตโนมัติ Vogaer ในปี 2006 ปัจจุบันมีห้องสมุดกว่า 500 แห่งเข้าร่วมในเครือข่าย COBISS. NET - กล่าวถึงห้องสมุด DEFT PUBLIC LIBRARY ประเทศเนเธอร์แลนด์ ห้องสมุดที่ DEFT คือ ห้องสมุดชื่อ DOK ซึ่งเป็นห้องสมุดที่นำการตลาดเข้ามาบริหารจัดการ ห้องสมุดแห่งนี้แสวงหาความคิดใหม่เพื่อนำมาให้บริการ โดยการส่งบรรณารักษ์ให้มีโอกาสไปต่างประเทศ เพื่อเยี่ยมชมห้องสมุดต่างๆ โดยบันทึกวิดีโอเทปเป็นสารคดี มีการสัมภาษณ์กลุ่มบรรณารักษ์ที่เดินทางไปต่างประเทศจะรวบรวมเกี่ยวกับแนวความคิดในด้านการบริหารจัดการ และการบริการของห้องสมุดต่างๆ นอกจากนี้ยังนำแนวความคิดจาก	

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
		ร้านหนังสือ และธุรกิจต่างๆ เพื่อให้ห้องสมุดมีบริการที่มีคุณภาพ เป็นห้องสมุดที่น่าเข้าใช้ แม้เป็นห้องสมุดขนาดเล็ก แต่บริการเน้นไปที่ผู้ใช้สถานที่ที่น่าสบาย ตกแต่งประดับประดา และมีทรัพยากรสารสนเทศมากมายที่ส่งเสริมให้เกิดความสนใจที่จะเข้ามาอ่าน ฟังและสำรวจ ทั้งนี้ให้บริการทั้งหนังสือและนิตยสาร วัสดุโอบุติ คนตรีและศิลปะ การจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ และการนำเสนอไม่ยึดติดรูปแบบเดิมของห้องสมุด แต่เน้นให้ชุมชนในการหยิบใช้ ห้องสมุดไม่เคร่งครัดเรื่องกฎระเบียบมากนัก มีหนังสือทั้งเด็กและผู้ใหญ่ มีห้องพิเศษใช้โอบุติแสงสำหรับเก็บหนังสือรักโรแมนติค หนังสือเป็นเพียงส่วนหนึ่งของทรัพยากรสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศที่มีมากคือ VCD และ DVD และสื่ออื่นๆ มีเกมสั้ให้เล่น เช่น SONY Playstation, WII และ PC - based games ห้องสมุดอื่นอาจจะมีหนังสือทางด้านศิลปะให้บริการ แต่ที่ DOK มีงานศิลปะ ให้ชม ที่มีแผนกทางด้านงานศิลปะที่เยี่ยม มีการจัดชั้นเรียนทางด้านศิลปะสอนโดยบรรณารักษ์และศิลปินท้องถิ่น นักโปรแกรมเมอร์พัฒนาระบบห้องสมุดอัตโนมัติเองเพื่อให้เหมาะกับการใช้งานของห้องสมุด	
20	“Listen Up! What’s new in Audiobook” Library Media Connection . (Jan. 2008) : 44-45	มีอะไรใหม่ในหนังสือเสียง (Audiobooks) เล่าถึงการพัฒนาการผลิตหนังสือเสียงสามารถ Download ได้ และมีการผลิตหนังสือเสียงออกมาอีกหลายรายชื่อมีทั้งของเด็กและผู้ใหญ่ และยังเป็นที่ต้องการในท้องตลาด หนังสือเสียงเป็นอย่างมาก	มศก.ศ.
21	Fry, Stephani . “Films with bite : teen read week movie night.” Young Adult Library Services. 6 (4) Summer 2008 : 27-28.	บทความกล่าวถึง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ การตลาดของห้องสมุดในการชักชวน กระตุ้นให้วัยรุ่นเข้าใช้ห้องสมุด โดยจัดกิจกรรมที่เรียกว่า “Teen Read Week” (TRW) สัปดาห์การอ่านของวัยรุ่น โดยในปี 2008 นี้ ใช้ภาพยนตร์เป็นธีมงาน วิธีการโปรโมท Movie night ที่บทความแนะนำ คือ 1. การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและห้องสมุดโรงเรียน 2. การแจกใบปลิว 3. การโพสต์ข้อความบนเว็บไซต์ 4. ชักชวนองค์กรท้องถิ่นภาครัฐและธุรกิจให้มีส่วนร่วมในกิจกรรม นอกจากนี้บทความได้แนะนำให้ห้องสมุดที่จะจัดกิจกรรมนี้ต้องคำนึงและระมัดระวังอยู่ 2-3 ข้อ คือ 1. License – ลิขสิทธิ์ ต้องแน่ใจว่าห้องสมุดได้รับอนุญาตให้ฉายภาพยนตร์ในบทความนี้แนะนำการตรวจสอบ license ภาพยนตร์	มน.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
22	Rogers, Michael. “Serials solutions releases knowledge works : revamped knowledgebase covers ebooks, e-journals, and more.” Library Journal (Online) March 1, 2008.	ของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ www.movlic.com 2. Permission – ตรวจสอบว่าไม่ขัดกับนโยบายของห้องสมุด Promotion – กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ คือ วิทยุ ต้องแน่ใจว่า วิทยุจะได้รับโอกาสในการเข้าถึงกิจกรรมนี้ โดยห้องสมุดอาจจะให้กลุ่มเป้าหมายสมัครลงชื่อเข้าร่วมกิจกรรมไว้ก่อน บทความกล่าวถึงการปรับปรุงฐานข้อมูลความรู้ภายใต้ชื่อ Knowledge Works โดยระบบที่เรียกว่า Serial Solution ซึ่งครอบคลุมการทำงานของห้องสมุดในส่วน ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วารสารอิเล็กทรอนิกส์, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการจัดการระบบงานห้องสมุด โดยบริษัท AMS (Access and Management Service) ซึ่งมีคณะทำงานเป็นบรรณารักษ์ ผู้ชำนาญงานในการปรับปรุงข้อมูล ให้ทันสมัยและถูกต้อง นอกจากนี้ Serial Solution ยังได้ทำการปรับปรุง MARC บริการสืบค้น รวมทั้งคุณลักษณะในการติดตาม record สั้นๆ การสนับสนุนการทำงานในรูปแบบ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์และภาษา Unicode UTF - 8	มน.
23	Weingand, Dariene E. “Preparing for the millennium: the case for using marketing strategies.” Library Trends . 43 n3 (Wntr 1995): 295(23)	ห้องสมุดในยุคมิลเลนเนียมต้องพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อให้อยู่รอดต่อไป ในขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การพัฒนาเทคโนโลยี และ เศรษฐกิจ โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เป็นเครื่องมือ มุ่งให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง และนำคำแนะนำของผู้ใช้มาพัฒนาปรับปรุงตามขั้นตอน ดังนี้ 1. สร้างทีมงาน 2. สำรวจตลาดจากองค์ประกอบแวดล้อมทั้งหมด 3. กำหนดสิ่งที่เป็นการตลาดของห้องสมุด 4. พัฒนาไปสู่เป้าหมาย 5. พัฒนาสินค้า (บริการ) 6. แจกแจงมูลค่าของสินค้าแต่ละชนิด 7. กำหนดช่องทางและการแพร่กระจายสินค้า 8. ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม 9. ประเมินผล	มก. กำแพงแสน
24	Seay, Thomas, Sheila Seaman, and David Cohen. “Measuring and improving the quality of public services: A hybrid	การวัดและปรับปรุงคุณภาพการบริการของห้องสมุดของฝ่ายบริการ ห้องสมุดวิทยาลัย Charleston ใช้วิธีการดังนี้คือ 1. วัดประสิทธิภาพจากกิจกรรมห้องสมุด 2. ชี้แจงผลการให้บริการกับผู้บริหารมหาวิทยาลัย 3. วิจัยความต้องการของผู้บริหาร 4. จัดหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนห้องสมุด บรรณารักษ์ต้องวัดคุณภาพการให้บริการตลอดเวลา โดยให้ผู้ใช้เป็นผู้ตัดสินคุณภาพของการบริการ และทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้ 4 ขั้นตอนคือ 1. วิจัยเชิงลึกโดยตั้งมาตรฐานการให้บริการ 2. ผู้บริหาร	มก. กำแพงแสน

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
25	approach.” Library Trends. 44.n3 (Wntr 1996): 464(27) Singh, Rajesh. “Does your library have a marketing...” LIBRARY MANAGEMENT 30, 3 (2009) pp.117-137	ห้องสมุดต้องจ้างทีมงานที่มีมาตรฐานในการให้บริการ 3.ผู้จัดการห้องสมุดต้องจัดสิ่งแวดล้อมให้พร้อมสำหรับการศึกษาค้นคว้าต้องมีอุปกรณ์ที่พอเพียง เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ รวมทั้งมีที่นั่งที่สะดวกสบาย และสถานที่สะอาด สวยงาม 4.ทีมงานที่ให้บริการต้องพร้อมให้บริการตลอดเวลา ศึกษาการนำการตลาด/กลยุทธ์การตลาดมาใช้ในห้องสมุดวิจัยฟินนิช (Finnish research libraries) ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของการตลาดมีความแตกต่างกันในห้องสมุดต่างๆ ห้องสมุดส่วนน้อยที่นำทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่มาปรับใช้ในการบริการลูกค้าอย่างประสบผลสำเร็จ และพบว่ายังมีการนำการตลาดมาใช้อย่างเข้มแข็งเท่าใด ก็ยิ่งเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้นเท่านั้น	มธ.
26	Walton, Graham. “Theory, research, and practice in library management 5 : branding ” LIBRARY MANAGEMENT 29, 8/9 (2008) pp.770-776	การวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงความสำคัญและความจำเป็นในการทำ branding ในเรื่องของการตลาด และการส่งเสริมการตลาดของห้องสมุด และพบว่าการทำ branding ที่มีประสิทธิภาพเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในภาวะที่ห้องสมุดต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ และการทำ branding จะต้องควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพด้วย Brand กลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่เสริมสร้างความแน่ใจให้ลูกค้ารู้จักบริการ และถ้า brand ได้รับการพัฒนาอย่างดีและมีประสิทธิภาพจริง มันจะต้องนำเสนอความหมายได้ว่าเป็นบริการอะไร มีความเชื่อถืออย่างไร และไว้วางใจได้ดีเพียงใด เพราะ Brand เป็นเสมือน “สัญญาของความพึงพอใจในอนาคต” (promise of future satisfaction) การพัฒนา brand ของห้องสมุดมีขั้นตอน ดังนี้ 1.สำรวจและกำหนดเอกลักษณ์ของ brand ของห้องสมุดตามการรับรู้และ/หรือความคาดหวังของลูกค้า 2.ตามความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า สร้างภาพของบริการที่ลูกค้าต้องการและต้องเป็นบริการที่สามารถบรรลุได้ 3.พัฒนารูปแบบ ทั้งนี้จะต้องเลือกที่สำคัญที่สุดเพียงหนึ่งรูปแบบ 4.เน้นที่รูปแบบที่เลือก ทำให้ชัดเจนถึงความเด่นที่เหนือกว่า 5.รักษา brand ไว้ให้คงอยู่ตลอดไป แม้ห้องสมุดหลายแห่งมี brand ของตนเองแล้ว และในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ก็กำลังเตรียมที่จะทำ re-brand บริการของตนให้เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ใช้ห้องสมุดในปัจจุบัน	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
27	Kaur, Amritpal and Rani, Sarita. “Marketing of information services and products ...” LIBRARY MANAGEMENT 29, 6/7 (2008) pp.515-537	ศึกษาทัศนคติของบุคลากรวิชาชีพ (Professional staffs) ในห้องสมุดที่มีต่อการตลาด และการนำการตลาดมาใช้กับงานบริการต่างๆ ของห้องสมุด มหาวิทยาลัย 6 แห่งใน Punjab และ Chandigarh ประเทศอินเดีย พบว่า บรรณารักษ์และบุคลากรวิชาชีพมีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำการตลาดของห้องสมุด และยอมรับว่าห้องสมุดแต่ละแห่งควรกำหนดเป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ พร้อมทั้งมีบุคลากรประจำที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมทางการตลาดด้วย นอกจากนี้ยังได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของค่าบริการว่า เป็นการยากที่จะจัดบริการให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่ควรคิดค่าบริการให้น้อยที่สุด ความไม่สะดวกในการเข้าถึงบริการต่างๆ และการแสดงอารมณ์ของบุคลากรจะมีผลให้การให้บริการลดลง ส่วนการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของ โปรแกรมอบรมการใช้ห้องสมุด การสำรวจผู้ใช้ การจัดทำแผ่นพับและส่งให้กลุ่มผู้ใช้ต่างๆ โปรแกรมการติดต่อและประชาสัมพันธ์ ล้วนมีความสำคัญในการเพิ่มการใช้ห้องสมุดด้วย	มธ.
28	Smith, Michael M., and Reynolds, Leslie J. “The street team : an unconventional peer program for undergraduates” LIBRARY MANAGEMENT 29, 3 (2008) pp. 145-158	Texas A&M University’s West Campus Business Library (WCBL) ได้จัดตั้งโครงการ “Peer Support Service” เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างห้องสมุดกับนักศึกษาผู้ใช้บริการและส่งเสริมการรับรู้ต่อทรัพยากร และบริการต่างๆ ของห้องสมุด โดยใช้วิธีการตลาดแบบ Guerilla marketing technique ผู้ปฏิบัติการณ์จะเป็นนักศึกษาที่เป็นอาสาสมัครทำหน้าที่เป็น Street teams แต่ละกลุ่มจะสามารถสร้างตัวตนของกลุ่ม กำหนดรูปแบบ กำหนดชื่อ เครื่องแบบ สัญลักษณ์ต่างๆ รวมทั้งบริการ และข่าวสารจากห้องสมุดที่จะนำออกสู่ภายนอก ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ให้น่าสนใจ Street teams จะทำงานภายนอกห้องสมุดได้แก่ ห้องโถงของอาคารเรียน โรงอาหาร หอพัก หรือที่ใดก็ได้ที่นักศึกษารวมตัวกันอยู่ และสามารถปฏิบัติงานเวลาใดก็ได้ เช่น ภายหลังชั่วโมงเรียน ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาและสถานที่ที่ผู้ใช้รู้สึกต้องการสารสนเทศ Street teams เหล่านี้จะได้รับการฝึกอบรมเช่นเดียวกับนักศึกษาช่วยงาน และจะยังได้รับโอกาสฝึกอบรมพิเศษในเรื่องที่สนใจอื่นๆ รวมถึงฝึกอบรมให้รู้จักฐานข้อมูลต่างๆ และใช้สืบค้นเป็นเพื่อจะได้แนะนำฐานข้อมูลที่เหมาะสมได้ และสำคัญที่สุดสามารถส่งต่อไปยังบรรณารักษ์ เพราะนักศึกษาจะเชื่อนักศึกษาด้วยกันเมื่อบอกว่าบรรณารักษ์เป็นนักวิจัยที่เชี่ยวชาญและจะช่วยเหลือพวกเขาได้อย่างแท้จริงอาสาสมัครเหล่านี้จะได้รับเครดิตการให้บริการ (Service credits) ซึ่งเป็นคะแนนของการทำกิจกรรมสำหรับองค์การนักศึกษาที่พวกเขาสังกัดอยู่ และห้องสมุดยังได้จัดทำ Letters of recognition ให้แก่อาสาสมัคร เพื่อใช้เป็นหลักฐานสมัครงานอีกด้วย	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
29	McMenemy, David. “A broken relationship : pushing direct marketing to the public library user” LIBRARY REVIEW 57, 6 (2008) pp.413-415	ปลายปี 2007 ห้องสมุดประชาชนในสหราชอาณาจักร ได้ริเริ่มที่จะสอดแทรกใบโฆษณาสินค้าขายตรงไว้ในหนังสือของห้องสมุดที่มีผู้ยืมออก ซึ่งมีประมาณ 300,000-500,000 แผ่นในแต่ละเดือน ซึ่งจะเป็นรายได้ของห้องสมุดคาดว่าประมาณ 10,000 ปอนด์ และเงินจำนวนนี้ก็จะไปประโยชน์แก่นักกลับไปลงทุนในการบริการของห้องสมุด ใบแสดงสินค้าเหล่านี้เจ้าหน้าที่จะแทรกไว้ที่หน้ากำหนดส่ง นั่นคือ ผู้ใช้ห้องสมุดจะเห็นใบโฆษณาอย่างน้อยที่สุด 1 ครั้ง ผู้เขียนบทความแสดงความเป็นห่วงต่อปรากฏการณ์ดังกล่าว เนื่องจากห้องสมุดเป็นพื้นที่ที่ปลอดจากการรบกวนจากสิ่งที่เป็นการค้าต่างๆ ผู้ใช้บริการเชื่อว่าบรรณารักษ์จะเลือกสรรและจัดเตรียมวัสดุต่างๆที่เหมาะสมและสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการในชุมชนได้อย่างไม่มีความลำเอียงหรืออิทธิพลทางการค้าใดๆ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจทำให้ความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกันระหว่างผู้ใช้บริการในชุมชนกับห้องสมุดหมดไปโดยยากที่จะแก้ไขกลับคืนได้	มธ.
30	Schmidt, Janine. “Promoting library services in a Google world” LIBRARY MANAGEMENT 28, 6/7 (2007)	นำเสนอการส่งเสริมบริการต่างๆ ของห้องสมุดแก่ผู้ใช้ยุคปัจจุบัน ที่การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้ใช้ห้องสมุดยุคปัจจุบันต้องการอะไร : ผู้ใช้ห้องสมุดยังคงต้องการบริการพื้นฐานต่างๆ ด้วยความชำนาญ เชื่อถือได้ ตอบสนองได้ไม่จำกัดเวลา เชื่อสัจด้วยใจความเอาใจใส่ พวกเขาต้องการผู้ช่วยในการเข้าถึงสารสนเทศ พวกเขาต้องการอ่านทั้งที่เป็นฉบับพิมพ์และเป็นอิเล็กทรอนิกส์ พวกเขาต้องการทุกสิ่งทุกอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังคงต้องการความช่วยเหลือที่ทำให้พวกเขาแน่ใจในการใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่พวกเขาต้องการทำด้วยตนเองให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ พวกเขาต้องการการฝึกอบรมและการจูงใจในการสืบค้น ทักษะในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พวกเขาต้องการคำตอบสำหรับคำถามต่างๆ และข้อสรุปสำหรับปัญหาต่างๆด้วย ผู้ใช้ต้องการได้สารสนเทศและบริการต่างๆ ด้วยความพยายามเพียงเล็กน้อยและไม่จำกัดเวลา พวกเขาต้องการบริการที่ทันเวลา และเป็นบริการเฉพาะตัวบุคคล ผู้ใช้อย่างมากที่ห้องสมุด ห้องสมุดส่วนใหญ่มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น แต่คำขอต่างๆและการยืมลดน้อยลง ผู้ใช้ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ต้องการสืบค้นข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์รวมถึงการพิมพ์และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พวกเขาต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ได้รวดเร็ว และใช้ได้นาน	มธ.

ลำดับ	ข้อบกพร่อง	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
		ปัจจุบันผู้ใช้สามารถเข้าถึงวารสารและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จากที่บ้าน ที่ทำงาน หรือโรงเรียน เราจะรู้ได้อย่างไรว่าผู้ใช้ต้องการอะไร? ห้องสมุดต้องถามผู้ใช้ว่าเขาต้องการอะไร และฟังว่าเขาพูดอะไร หรืออาจใช้วิธีสังเกตว่าพวกเขาทำอะไร ห้องสมุดหลายแห่งทำการสำรวจความต้องการของผู้ใช้ การจัดท่ามกลางรับความคิดเห็นในห้องสมุดก็เป็นวิธีหนึ่ง รวมถึงเปิดช่องทางให้เสนอแนะบนหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้ได้บอกสิ่งที่เขาต้องการ ทั้งนี้เพราะสิ่งที่บุคลากรห้องสมุดคิดว่าผู้ใช้ต้องการกับสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการจริงมักจะคลาดเคลื่อนกันเสมอ Marketing management : การบริการแบบเดิมต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้ใช้และการใช้แบบใหม่ รวมทั้งต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ห้องสมุดหลายแห่งมีบริการและผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงแต่ผู้ใช้บริการ ไม่รู้ว่ามีการทำ branding และ badging จะช่วยแก้ปัญหาส่วนนี้ได้ ห้องสมุดที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แบบใหม่นี้ได้ต้องคิดแบบใหม่ วางแผนแบบมีกลยุทธ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำการตลาด และส่งเสริมการใช้บริการที่มี ปรับปรุงความสะดวก ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ และไซเบอร์สเปซที่สามารถเข้าถึงทางอินเทอร์เน็ต Product development : อาจต้องมีการส่งข่าวสารหรือการดาวน์โหลดสารสนเทศด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น เช่น iPod หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ PDA การพูดคุยทางออนไลน์ Askalibrarian ก็เป็นบริการที่น่าสนใจ โปรแกรมการตลาดที่ดีสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่เป็นการประหยัดเวลา ทำได้ดี และแก้ปัญหาได้ Badging the library : กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญคือ branding และ badging การใช้ตราสัญลักษณ์ ถ้อยคำเฉพาะ คำขวัญ หรือสีสันทูกนำมาใช้ ห้องสมุดปัจจุบันไม่เหมือนห้องสมุดเดิมๆ ที่เป็นแหล่งสะสมความรู้อยู่กับที่คอยผู้ใช้ “มาและเอาไป” ห้องสมุดปัจจุบันเป็นเสมือนประตูทรัพยากรทั้งที่เป็นของจริงและเป็นของเสมือนจริง รวมทั้งไซเบอร์สเปซ และพื้นที่ทางกายภาพ การเก็บรวบรวมวัสดุและคอมพิวเตอร์ และจัดเตรียมความช่วยเหลือทั้งที่มีผู้ใช้บริการหรือทางออนไลน์ โดยมีบรรยากาศการต้อนรับที่น่าสนใจ ใช้ง่าย จัดเตรียมเว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยวแห่งความรู้ ถ้อยคำที่เป็นคำขวัญ เช่น เราเชื่อมทุกคนด้วยสารสนเทศ, ห้องสมุดเป็นแหล่งของโอกาสที่ดี, ห้องสมุดนำท่านสู่โลกกว้าง ห้องสมุด British Library มีคำขวัญว่า “คลังความรู้ของโลก” (The world’s knowledge), OCLC’s Worldcat มีคำขวัญว่า “หน้าต่างสู่ห้องสมุดของโลก” (Window to the world’s libraries)	

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
31	Alire, Camila A. “Word –of - mouth marketing : abandoning the academic library	Promotional strategies : จากการสำรวจส่วนมากพบว่าผู้ใช้จำนวนน้อยมากที่รับรู้ถึงบริการที่ห้องสมุดจัดให้ ดังนั้นควรต้องมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการใช้บริการ ห้องสมุดอาจจัดการสัมมนา งานเปิดบ้าน นิทรรศการ จัดหมายข่าว หรืออาจเข้าร่วมในโปรแกรมพิเศษต่างๆ หลายห้องสมุดจัดทำที่คั่นหนังสือ แผ่นพับ ใบปลิว และคู่มือต่างๆ การส่งข่าวสารไปลงในสิ่งพิมพ์ต่างๆ ก็อาจทำได้เช่นกัน รวมไปถึงการจ้างมืออาชีพเขียนบทความสำหรับการใช้ภายในและภายนอกจะช่วยให้สื่อสารกันอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารแบบปากต่อปากถึงบริการที่ดีต่างๆ ก็มีประสิทธิภาพดีด้วย ของที่ระลึกของห้องสมุด (เช่น ปากกา ถ้วยกาแฟ แก้วน้ำ ถุงห้องสมุด และลูกอม) การนำชมห้องสมุด การจัดตั้งชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับหนังสือและการอ่าน ก็เป็นการส่งเสริมได้ ห้องสมุดต้องหมั่นติดต่อกับผู้ใช้ของตน ถ้าบ่นหรือข้อร้องเรียนต่างๆ ควรได้รับการตอบสนองด้วยดี คำอธิบาย หรือคำขออภัยก็อาจต้องใช้เมื่อจำเป็น The library web site : เว็บไซต์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ และโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีมากกว่าโฆษณาในสื่ออื่น ห้องสมุดบางแห่งออกแบบเว็บไซต์ตามประเภทของลูกค้าเป้าหมาย บางแห่งออกแบบตามทรัพยากรและบริการ บางเว็บไซต์ไม่ได้มุ่งเน้นทั้งสารสนเทศหรือการเข้าถึงสารสนเทศ ได้มีผู้วิจัยทำการศึกษาผู้ใช้ประเภทต่างๆ ซึ่งความต้องการก็แตกต่างกันด้วย งานวิจัยบางงานศึกษาถึงการให้เว็บไซต์บอกว่า ผู้ใช้ต้องการให้อ่านคำที่ใช้เป็นแบบง่ายๆ ซึ่งสามารถอธิบายและให้ความหมายได้อย่างชัดเจน เว็บไซต์ควรต้องมีรูปแบบที่กระชับตา สั้นรัดกุม สม่่าเสมอ และกราฟิกน้อยๆ The role of the librarian : บรรณารักษ์ต้องเปลี่ยนบทบาทเป็น information consultants, knowledge brokers หรือ knowledge managers ในการทำการตลาดบรรณารักษ์จะต้องฝึกทักษะให้รับฟังและตอบสนองที่ดี บุคลากรห้องสมุดทั้งหมดจะต้องได้รับการฝึกอบรมในการให้บริการลูกค้า ลดขั้นตอนของการบริการไม่ให้ยุ่งยากและซับซ้อน และให้เสร็จที่จุดเดียว เป็นต้น University of New Mexico University Libraries (UL) ได้นำกลยุทธ์การตลาดชนิดหนึ่ง –การตลาดแบบปากต่อปาก -เพื่อช่วยบอกกล่าวเรื่องของห้องสมุด (Telling the libraries’s story) และช่วยให้ห้องสมุดยังคงได้รับเงินทุนสนับสนุนการให้บริการที่จำเป็นคือนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรห้องสมุดกำหนด Message 2 ส่วนที่จะบอก	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
32	ivory tower” NEW LIBRARY WORLD 108, 11/12 (2007) pp.545-551 Mu, Cuiying. “Marketing academic library library resources and information services to international students from Asia” REFERENCE SERVICES REVIEW 36, 4 (2007) pp.571-583	1. ห้องสมุดได้จัดเตรียมสารสนเทศ บริการและทรัพยากรเพื่อการวิจัยที่เป็นเลิศ สำหรับชุมชนมหาวิทยาลัยและชุมชนภายนอก 2. ห้องสมุดเชื่อมคุณกับโลกแห่งความรู้ กำหนดผู้กระจายข่าวสาร ได้แก่คณาจารย์ที่เป็น Faculty Senate Library Committee ซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งทำการเปลี่ยนแปลงความคิดเชิงลบให้เป็นบวกและพร้อมสนับสนุนแผนกลยุทธ์ของห้องสมุด ในที่ประชุมของ The Committee บุคลากรของห้องสมุดจะจัดเตรียมโปรแกรม/สาธิต “show and tell” บริการฐานข้อมูล และทรัพยากรสารสนเทศที่ตอบสนองคณาจารย์และนักวิจัยมากที่สุด The Committee จะเป็นผู้ออกเล่าแก่เพื่อนอาจารย์ ซึ่งอาจจะบอกด้วยคำพูด อีเมล บางคนอาจใช้การแสดง/สาธิตสิ่งที่เรียนรู้มาให้ผู้อื่นได้ทราบ นักศึกษาเอเชียที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างๆ ของนิวซีแลนด์มีจำนวนมากถึงร้อยละ 82.14 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย มาเลเซีย และไทย นักศึกษาเหล่านี้จะใช้ห้องสมุดค่อนข้างน้อยซึ่งอาจจะเป็นเพราะอุปสรรคทางภาษา วัฒนธรรมที่แตกต่าง ระบบห้องสมุดที่ไม่คุ้นเคย และลักษณะนิสัยส่วนตัวเช่น อายุ ชอบสันโดษ ไม่มั่นใจในตนเองและสภาพสังคม ดังนั้นบรรณารักษ์จะต้องเข้าใจ และจัดบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วยกลยุทธ์และการส่งเสริมการเรียนรู้ต่างๆ กลยุทธ์การตลาดสำหรับนักศึกษาต่างชาติ - จัดทำหน้าเว็บสำหรับนักศึกษาต่างชาติ ซึ่งจะส่งเสริมบริการและทรัพยากรห้องสมุด ขณะเดียวกันยังให้ข้อมูลที่จำเป็นอื่นๆ สำหรับการศึกษของพวกเขา และในทุกหน้าเว็บให้มีปุ่ม “Help” - ใช้ e-mail เป็นช่องทางการสื่อสาร แนะนำบริการต่างๆ ทรัพยากรใหม่ๆ - ใช้ Wall space ห้องสมุดสามารถจัดแสดงเครื่องมือในการศึกษาภาษาต่างๆ เช่น พจนานุกรมสองภาษา คำค้นภาษาอังกฤษ พจนานุกรมคำเหมือน พจนานุกรมเรื่องที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดแสดงรูปถ่ายของบรรณารักษ์ซึ่งจะช่วยให้พวกเขารู้ว่าจะต้องติดต่อกับใคร - เข้าร่วมในห้องเรียน เพื่อจะได้นำเสนอบริการและทรัพยากรห้องสมุดถึงตัวนักศึกษา - ติดต่อพูดคุยกับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ประสานงานนักศึกษาในทุกภาคการศึกษา เพื่อให้ได้รายชื่อหากมีนักศึกษาเข้าใหม่ - ประสานความร่วมมือกับศูนย์สนับสนุนนักศึกษาต่างชาติ	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
33	Del Bosque, Darcy and Chapman, Kimberly. "Your place or mine? Face-to-face reference services across campus" NEW LIBRARY WORLD 108, 5/6 (2007) PP.247-262	การส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาต่างชาติ - Library orientation จะทำให้คุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมในห้องสมุด โดยเฉพาะบุคลากรที่ต้องติดต่อดูแล รวมถึงแหล่งจัดเก็บสารสนเทศต่างๆ ทั้งที่เป็นหนังสือ วารสาร หรือทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ - แนะนำการสืบค้นทรัพยากรห้องสมุด โดยเฉพาะการตีความผลที่ได้จากการสืบค้น ซึ่งเป็นศัพท์เทคนิคต่างๆ เช่น การจัดหมวดหมู่ เลขเรียกหนังสือ สถานภาพของหนังสือ หนังสือที่มีการจอง หนังสือกำลังดำเนินการ เป็นต้น - สอนทักษะการสืบค้นฐานข้อมูลด้วยการใช้หัวเรื่องหรือคำค้นต่างๆ - แนะนำการประเมินคุณค่าและพิจารณาความน่าเชื่อถือได้ของสารสนเทศต่างๆ เพราะนักศึกษาสามารถค้นหาข้อมูลได้จำนวนมากมาทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมาที่ห้องสมุด - สอนให้รู้ทักษะการอ้างอิง การจับประเด็น การเขียนด้วยความเข้าใจและภาษาของตนเอง และเน้นให้ทราบว่าการลอกเนื้อหาของผู้อื่นโดยไม่อ้างถึงเป็นข้อห้าม - ติดตามช่วยเหลือเป็นรายบุคคลเป็นสิ่งที่จำเป็น แม้ว่าจะจัดให้มีการแนะนำในหลายหัวข้อต่างๆ แล้วก็ตาม University of Texas at San Antonio (UTSA) จัดทำ 3 โครงการ: 1. Direct-2-U Reference เป็นบริการช่วยค้นคว้าเพื่อทำวิจัย บรรณารักษ์จะออกไปบริการในที่ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกวิทยาเขต 2. Library Crash Courses แนะนำและช่วยเหลือในเรื่องของการกำหนดเรื่องหรือคำค้น 3. Drop-in Tours เป็นลักษณะคล้ายกับการปฐมนิเทศและบริการนำชมห้องสมุดและตอบปัญหาต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาคู่คุ้นเคยกับห้องสมุด โครงการเหล่านี้เป็นโครงการที่จัดเสริมจากบริการที่จัดอยู่ภายในห้องสมุด ซึ่งจะต้องจัดเป็นชุดปฏิบัติงานสลับกันออกไปให้บริการ สถานที่ที่กำหนดเป็นจุดบริการได้แก่ หอพักนักศึกษา ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ คอมมอนรูม ส่วนเวลาของการบริการจะเป็นช่วงเย็น (หลังเลิกงาน)	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
34	Mizrachi, Diane and Bedoya, Jaclyn. “LITE Bites : broadcasting bite-sized library instruction” REFERENCE SERVICES REVIEW 35, 2 (2007) pp.249-256	โครงการ LITE Bites (Library Instruction to Everyone) เป็นโครงการที่ร่วมมือกันระหว่างห้องสมุดของ University of California Los Angeles กับ Office of Residential Life (ORL) และ The Resident Hall’s Cable Television Station (resTV) เพื่อผลิตชุดวีดิทัศน์การสอนขนาดสั้น ความยาวตั้งแต่ 1-5 นาที/ตอน มีเนื้อหาบอกเล่าถึงบริการและทรัพยากรต่างๆ ในห้องสมุด และห้องสมุดสามารถช่วยเหลือพวกเขาในเรื่องของการศึกษาได้ อย่างไรก็ตาม บรรณารักษ์จะกำหนดเรื่องหรือแนวคิดให้กับทีมผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นนักศึกษา พวกเขาจะเขียนบท กำกับ ตัดต่อ และแสดง แต่ละตอนจะเน้นไปที่การสอน บริการ หรือทรัพยากรห้องสมุดอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงเรื่องเดียว โดยเลือกใช้ theme ที่ popular อยู่ในขณะนั้น และจะออกอากาศเผยแพร่เป็นประจำทาง ORL’s cable channel ให้แก่นักศึกษาที่ Resident halls และ UCLA’s guest house นอกจากเผยแพร่ทางเคเบิลแล้ว พวกเขายังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สามารถเข้าถึงและดาวน์โหลดได้ทางเว็บไซต์ของห้องสมุดอีกด้วย	มธ.
35	Cummings, Lara Ursin. “Bursting out of the box : outreach to the millennial generatin through student services programs” REFERENCE SERVICES REVIEW 35, 2 (2007) pp.285-295	The Washington State University Libraries (WSU Libraries) ได้จัดกิจกรรมการตลาดได้แก่ 1. จัดตั้งชุดปฏิบัติการทางด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Public Relations and Marketing Task Force – PRMTF) มุ่งเน้นการสื่อสารของห้องสมุดกับนักศึกษาระดับปริญญาตรีโดยเฉพาะ พวกเขาได้จัดทำสตีกเกอร์โฆษณาบริการ ที่หลากหลายของห้องสมุดติดกับถ้วยกาแฟของร้านกาแฟในแคมปัส จัดทำรายการหนังสือที่น่าสนใจสำหรับวันหยุด ช่วยเหลือการจัดกิจกรรมวันแม่ รวมถึงเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมของนักศึกษา เช่น งานสัปดาห์ห้องสมุด งาน Tailgating party งานประกาศรางวัลงานวิจัยยอดเยี่ยมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2. The Library Instruction Department (LI) ได้จัดทำ web tutorials, digital reference, WIKIs, RSS feeds เป็นต้น เพื่อบริการนักศึกษาที่ไม่เข้าใช้ห้องสมุดและสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 3. ร่วมมือกับ New Student Programs จัดกิจกรรมต่างๆ เช่น Academic fair, Alive Orientation Program โดยจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัด Library training session จัด Library tour สำหรับผู้ปกครองของนักศึกษา 4. ร่วมมือกับ Residence Life จัดทำแผ่นป้ายสำหรับแขวนหน้าห้องพัก (Door hanger) มีข้อความว่า “Shhhh!!! Thanks for the courtesy. I’m at the library in my room!” และที่ด้านหลัง “I plan on making the grades this semester! My first stop : Checking out the WSU Libraries’	มธ.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
36	“Report explores support for libraries.” American City & County (Online Exclusive) July 16, 2008.	online resources” และมีรายการเว็บไซต์ช่วยค้นของห้องสมุด พร้อมรายละเอียดย่อๆ ว่าเป็นเว็บไซต์อะไร นอกจากนี้ยังได้จัดทำโบรชัวร์ Quick reference guide เชิญชวนให้ใช้เว็บไซต์ของห้องสมุด และประชาสัมพันธ์โครงการ The Library in Your Room ด้วย OCLC ได้เผยแพร่รายงานเกี่ยวกับการสนับสนุนงบประมาณของห้องสมุดทั่วประเทศ เรื่องความตระหนักในด้านงบประมาณ : ศึกษาการสนับสนุนงบประมาณในสหรัฐอเมริกา ได้รับทุนจากมูลนิธิ Bill and Melinda Gates โดยได้ทำการประเมินศักยภาพของตลาดขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการเพิ่มงบประมาณห้องสมุด รายงานกล่าวว่าจำนวนผู้ใช้ห้องสมุดมีความสำคัญต่อการพิจารณาสนับสนุนงบประมาณ และผู้ร่วมโหวตจากการสำรวจ มีแนวโน้มที่จะสนับสนุนการเพิ่มภาษีเชิงงบประมาณห้องสมุดที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรูปแบบห้องสมุดมากกว่าห้องสมุดที่เน้นเพียงการให้ข้อมูล โดยรวม 37 เปอร์เซนต์จากการสำรวจ ผู้ร่วมโหวตกล่าวว่าจะให้การสนับสนุนประชาคมติของห้องสมุด การลงคะแนนและมาตรการริเริ่มพันธบัตรอย่างแน่นอน และอีก 37 เปอร์เซนต์ของผู้ร่วมโหวต กล่าวว่าอาจจะให้การสนับสนุนงบประมาณห้องสมุด	มอบ.
37	Hadro, Josh. “LesisNexis Enters PL Market.” Library Journal (Aug 15, 2008) 133, 13 : 22	ALA LexisNexis ได้นำเสนอฐานข้อมูล Library Express เข้าสู่วงการตลาดของห้องสมุดโดยเฉพาะ ห้องสมุดประชาชน และห้องสมุดโรงเรียน ซึ่ง Library Express เป็นฐานข้อมูลด้านข่าว ที่ทันสมัย โดยรวบรวมข่าวจากหนังสือพิมพ์ในอเมริกาและทั่วโลก จำนวน 600 ชื่อ รวมทั้งข้อมูลด้านธุรกิจซึ่งไม่ใช่ทางด้านกฎหมาย เช่น Company Dossier จะให้ข้อมูลกับนักลงทุนและผู้ใช้ที่เป็นนักธุรกิจของห้องสมุดประชาชน สามารถเข้าถึงข่าวเกี่ยวกับบริษัทและข้อมูลทางการเงินของบริษัทได้	มข.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
38	Oder, Norman. “New Outreach to the 24-40 Set?” Library Journal (Sep 15, 2008) 133, 15 : 15	Maricopa County Library Council ได้รายงานว่า ประชากรอายุระหว่าง 24-40 ปีใน Maricopa County แห่งเมือง Phoenix ไม่ใช้ห้องสมุด เนื่องจาก เคยชินกับการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว แต่ห้องสมุดนั้นยุ่งยากเกินไป อีกทั้งประชากรดังกล่าวไม่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับ Collection ห้องสมุด หรือทรัพยากรห้องสมุดนั้นมีน้อยและไม่ตรงกับความต้องการ หรือบริการของห้องสมุดนั้นไม่สะดวกหรือเป็นกันเอง (unfriendly) ทั้งนี้ปัญหาดังกล่าวก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับบริการแต่เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการต่าง ๆ ด้วย จากรายงานพบว่าประชากรมากกว่าหนึ่งในสี่ไม่ได้ใช้ห้องสมุด ขณะที่สองในสามกล่าวว่า จะไปห้องสมุดเมื่อต้องการจะค้นหาหนังสือเกี่ยวกับงานที่ทำ หรือการทำวิจัย เช่นเดียวกับที่อื่นๆ ที่ยังคงต้องการห้องสมุดทั่ว ๆ ไปที่ผู้ใช้ต้องการที่ทำงานเดี่ยว ๆ หรือที่เงียบ ๆ คนเดียว แต่อีกมุมหนึ่งต้องการให้ห้องสมุดจัดพื้นที่ไว้สำหรับเป็นที่ผ่อนคลาย เช่น มุมพักผ่อน มุมสบาย หรือมุมสนทนาการ เช่น มุมกาแฟ สำหรับคำถามที่ว่า ในอนาคตจะทำให้ห้องสมุดเป็นธุรกิจนั้น จากการสำรวจพบว่า ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุด จะเน้นในการให้บริการฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียม เช่น คำนวณโหลดหนังสือดนตรี และภาพยนตร์ ฟรี ขณะที่ห้องสมุดไม่ได้ให้ความสนใจในบริการที่จะเป็นธุรกิจได้ เช่น การให้บริการเล่นเกม การสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ เช่น หนังสือ ดนตรี และภาพยนตร์ นอกเหนือจากนั้นยังให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ 1. ห้องสมุดควรนำเสนอบริการต่าง ๆ โดยการประชาสัมพันธ์ออกสู่ตลาดภายนอกให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ห้องสมุดเป็นสถานที่แหล่งที่ 3 (third place) ที่ผู้ใช้นึกถึง 2. ห้องสมุดควรมีการออกแบบ website ให้ดี ที่สนองตอบต่อผู้ใช้ที่ต้องการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต สามารถ post ข้อความได้ ติดต่อ e-mail ได้ หรือจำหน่ายเป็นคู่มือ เพื่อกระตุ้นหรือส่งเสริมให้ผู้ใช้เข้าใช้เว็บไซต์ห้องสมุด 3. ผู้ใช้ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย (nonusers) จะชอบห้องสมุด ถ้าเขาารู้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุด	มข.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
39	Marino, Jane B. Outgoing President's Message. Children and Libraries (Summer/Fall 2008) : 3-4, 6	Jane B. Marino ประธานสมาคม Assn. for Library Service to Children (ALSC) นำเสนอรายงานการปฏิบัติงานประจำปีต่อสมาคมห้องสมุดแห่งรัฐสภาอเมริกันประกอบด้วยการให้ทุนและรางวัลต่างๆ แก่บุคลากรในการจัดทำโครงการเพื่อพัฒนางานบริการ กล่าวถึงสิ่งพิมพ์และการสื่อสารขององค์กรซึ่งพัฒนาจากสิ่งพิมพ์ไปสู่การสื่อสารสองทางมีจดหมายข่าว ALS Connect ซึ่งล่าสุดจัดทำเป็นฉบับอิเล็กทรอนิกส์อย่างเดียวน มี blog เปิดตัวในปี 2008 วิกิพีเดียเปิดตัวในปี 2006 และ Facebook	มม.
40	OCLC: Marketing May Hike Library Funding. American Libraries (August, 2008) 29	โครงการวิจัยทางการตลาดเพื่อการตระหนักถึงคุณค่าของห้องสมุดประชาชน และความจำเป็นที่ต้องให้การสนับสนุนห้องสมุดท้องถิ่น, รัฐ และระดับชาติ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิบิลและเมลินดา เกตส์ เป็นเงิน 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดย OCLC ร่วมกับ Leo Burnett ดำเนินการวิจัยเป้าหมายที่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนสหรัฐฯ รายงานผลการวิจัย :- - ห้องสมุดที่ได้รับเงินสนับสนุนมากไม่ใช่ห้องสมุดที่มีผู้ใช้จำนวนมาก - บรรณารักษ์เป็นตัวแปรสำคัญในการสนับสนุนเงินแก่ห้องสมุด - ผู้ให้การสนับสนุนได้เห็น"การเปลี่ยนแปลง" ห้องสมุดซึ่งต่างกับ"ข้อมูล" ซึ่งเป็นเหมือนการเพิ่มภาษีในการสนับสนุน - การเพิ่มการสนับสนุนห้องสมุดอาจไม่จำเป็นต้องหมายถึงด้านการค้าแต่เป็นการสนับสนุนบริการสาธารณะอื่น ๆ - การกำหนดเป้าหมายทางการตลาดสำหรับกลุ่มที่มีสิทธิออกเสียงในการสนับสนุนห้องสมุดประชาชนของสหรัฐฯเพิ่มขึ้น	มม.
41	Harris , Christopher. Taking Care of Business. School Library Journal (Dec.2008) : 18	ห้องสมุดมีส่วนช่วยในการพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้นได้ เนื่องจากหนังสือที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยพัฒนาแผนหรือการตลาดของธุรกิจนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งห้องสมุดหลายๆแห่งที่มีหนังสือประเภทนี้อยู่เป็นจำนวนมาก แต่กลับไม่เป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ ดังนั้นก็ดูจะเป็นความท้าทายที่คาดว่าจะเป็นประสบความสำเร็จ หากจัดให้ห้องสมุดเป็นตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพต่อผู้ประกอบการ โดยการจัดซื้อหนังสือทุก 3-5 ปี ให้ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ และมีการจัดกิจกรรมบริการเชิงรุกให้มากขึ้น	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
42	Ed Kieczykowski. The Case for RFID in San Bernardino. NetConnect (winter 2009) : \$8-11	เทคโนโลยี RFID นำมาใช้เป็น “เครื่องยืม-คืนหนังสืออัตโนมัติ” เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ห้องสมุดลดต้นทุนการจ้างงานแต่ยังคงประสิทธิภาพงานเช่นเดิม โดยห้องสมุดสามารถลดชั่วโมงของพนักงานในการให้บริการผู้ใช้ ช่วย ให้พนักงานสามารถให้ความสำคัญกับงานส่วนอื่นๆของห้องสมุดได้มากขึ้น เช่น การตรวจตราหนังสือ การค้นหาหนังสือ การให้คำแนะนำในการใช้บริการห้องสมุด รวมไปถึงการจัดซื้อหนังสือใหม่ๆ เป็นต้น ดังนั้นเทคโนโลยี RFID จึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในขณะนี้	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
43	Farkas, Meredith. The Evolving Library : ten timeless tech tips. American Libraries (June/July 2007) : 50	10 ข้อปฏิบัติที่ช่วยพัฒนาห้องสมุด 1. พัฒนาพนักงานให้สามารถใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่และพร้อมรับคำติเตียนเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นๆ 2. เลือกใช้เฉพาะเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการใช้และการให้บริการ 3. ต้องพิจารณาผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ 4. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาเทคโนโลยีในห้องสมุด 5. ผู้ที่มาใช้บริการสามารถทดลองใช้เทคโนโลยีต่างๆได้ 6. มีการตัดสินใจเรื่องค่าบำรุงรักษาเทคโนโลยีแต่ละรายการ 7. มีการวางแผนการตลาดที่มองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีว่าสามารถช่วยผู้ทำงานและผู้ให้บริการอย่างไรบ้าง 8. มีการอบรมพนักงานและผู้ให้บริการเกี่ยวกับการใช้ อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีใหม่ๆ 9. มีการประเมินเทคโนโลยีที่ใช้งานอยู่เสมอ 10. การเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานและตรงกับความต้องการ	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
44	Elevator Speeches what's So Important about Them?. Children and Libraries (Summer/Fall 2008) : 52, 54.	การสนทนาที่ดีนั้นต้องสร้างความประทับใจครั้งแรกต่อคู่สนทนา ดังนี้ 1. พูดให้เข้าใจง่าย อย่าพูดโดยใช้คำศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป 2. พูดในสิ่งที่มั่นใจ ใช้คำในรูปแบบของตนเอง และต้องอธิบายให้ได้เป้าหมายชัดเจน 3. พูดให้เป็นธรรมชาติ อย่าลอกเลียนแบบใคร และพยายามสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ฟัง การจะสนทนาเรื่องใดก็ตาม หากสามารถดึงข้อมูลจากหนังสือหรืออินเทอร์เน็ตได้ ควรนำเนื้อหามารวมกันสรุปเป็นความเข้าใจของตัวเอง เพื่อใช้เป็นแรงบันดาลใจในการพูด	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
45	Peterson-Sloss, Celeste. People Line. Information Technology (Nov. 2008) : 25.	ห้องสมุดที่นิวยอร์กเป็นห้องสมุดที่เน้นเรื่องสื่อโสตทัศนประเภทต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ การบันทึกเสียง ภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้มีอิทธิพลและความสำคัญต่อโลกในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
46	An Xpress Wish : www.libraryjournal.com . Library Journal (Nov.1, 2008) : 77, 85	www.libraryjournal.com เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้คนทั่วโลกสามารถเขียนวิจารณ์หนังสือที่พวกเขาอ่าน เกี่ยวกับเนื้อหาของหนังสือ / ประสบการณ์จริงที่นำข้อมูลในหนังสือ ไปใช้ เมื่อเข้าไปในเว็บไซต์ดังกล่าวจะพบข้อมูลการวิจารณ์ที่หลากหลายและการแนะนำหนังสือมากมาย ตัวอย่างเช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับที่ดินอสังหาริมทรัพย์ หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อบ้านหรือที่ดิน ภายในเล่มกล่าวถึงการเลือกซื้อ การตัดสินใจ การวางแผน การติดต่อบริษัท ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อบ้านและที่ดินอย่างชัดเจน อีกเล่มกล่าวถึงการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตอย่างเว็บไซต์ Youtube เรื่องนี้กล่าวถึงการนำไปใช้จริงในชีวิต ทำให้ประหยัดค่าโฆษณา เนื่องจากเป็นเครือข่ายออนไลน์มีคนใช้ทั่วโลก เหมาะสำหรับนักการตลาดและนักถ่ายวิดีโอมือใหม่ เป็นต้น	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
47	Petricin, Tatjana and Urquhart, Christine. The education and training needs of health librarians- the generalist versus specialist dilemma. Health Information and Libraries Journal , 24 : 167-176.	จุดมุ่งหมายของงานวิจัยนี้เพื่อตรวจสอบว่าบรรณารักษ์ที่มีประสบการณ์พื้นฐานทั่วไปไปนั้นสามารถเปลี่ยนบทบาทความต้องการในเรื่องสุขภาพได้มากกว่าผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพหรือไม่อย่างไร โดยการเปรียบเทียบ การศึกษาและการฝึกอบรมความรู้ทางด้านสุขภาพของบรรณารักษ์ เปรียบเทียบระหว่างผู้จบการศึกษาทางวิทยาศาสตร์กับทางศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และเปรียบเทียบการศึกษาและการฝึกอบรมความต้องการของบรรณารักษ์ที่ทำงาน ในหน่วยงาน National Health Service (NHS) กับบรรณารักษ์ที่ทำงานในหน่วยงานด้านสุขภาพ วิจัยดำเนินการวิจัยใช้การสัมภาษณ์บรรณารักษ์ 16 คน ที่ทำงานอยู่ใน Thames Valley NHS ผลการวิจัยพบว่าหลักสูตรของภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ไม่ตรงกับความต้องการของห้องสมุดคณะแพทยศาสตร์ และจากการศึกษาไม่พบความแตกต่างในเรื่องของการฝึกอบรมระหว่างบรรณารักษ์ที่ทำงานใน NHS กับบรรณารักษ์ที่ทำงานในหน่วยงานด้านสุขภาพ งานวิจัยเรื่องนี้ ไม่ต้องการคาดหวังว่า ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ ต้องจัดโปรแกรมระบบสุขภาพ แต่หลักสูตรควรกระตุ้นให้ความรู้แก่วิชาชีพนี้ในอนาคต โดยเฉพาะบรรณารักษ์ที่ทำงานในหน่วยงานด้านสุขภาพควรจะได้รับโอกาสและมีทักษะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการให้ความรู้ด้านสุขภาพเพื่อสร้างความมั่นใจในบทบาทใหม่ที่ได้รับ	นางวราภรณ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
48	Look, It's Books! Marketing Your Library with Displays and Promotions. By Gayle Skaggs. 2008. 188p. illus. McFarland, paper, \$45 (9780786431328). 021.7.	หนังสือเล่มนี้ได้มุ่งไปที่การตลาดของห้องสมุด ระดับโรงเรียนระดับประถมศึกษาและครูผู้สอน เพื่อการส่งเสริมอ่าน และให้นักเรียนได้เรียนรู้การใช้ห้องสมุด โดยนำเสนอแนวคิดสำหรับการตลาด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเริ่มจากแนวคิดทั่วไป อาทิ การร่วมการแข่งขัน การปริทัศน์หนังสือของนักเรียน การสื่อสารกับผู้ปกครอง บทเรียนทศนิยมของ Dewey และการเชื่อมโยงหลักสูตร และสองในสามของหนังสือได้ ครอบคลุมกลยุทธ์ทางการตลาด และรูปแบบการอ่าน ความคิดเหล่านี้สามารถนำมาใช้ได้ทั้งบรรณารักษ์และครูผู้สอนในชั้นเรียน โดยแยกแนวคิดออกได้ ประมาณ 40 ชุดรูปแบบสำหรับจัดทำกระดานข่าว การจัดแสดงต่าง ๆ และคำขวัญ แนวความคิดส่วนใหญ่จะรวมทั้งที่เป็นที่เป็นรูปแบบและข้อเสนอแนะต่าง ๆ อีกด้วย โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สำหรับนำมาส่งเสริมการอ่านแก่นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา	นางเอี่ยมพร มจร.
49	Motivating Readers in the Middle Grades. By Joan Collins. 2008. 112p. Linworth, paper, \$36.95 (9781586832971). 373.236.	แนวความคิดในการสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้อ่านที่เป็นนักเรียนระดับมัธยม สำหรับครูและบรรณารักษ์ คู่มือนี้ได้นำเสนอวิธีการรณรงค์การอ่าน หรือการจัดรายการการประกวดการอ่าน โดยแนะนำไว้ทุกขั้นตอน อาทิ การเชิญผู้ประพันธ์มาเพื่อจูงใจผู้อ่านให้สนใจการอ่านมากขึ้น ส่วนที่สองของหนังสือเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการจัดมุมหนังสือเนื้อหาแต่ละประเภท เช่น การผจญภัย, ลึกลับ, นิยายวิทยาศาสตร์ นวนิยายหลากหลายทางวัฒนธรรม อัดชีวประวัติและอื่น ๆ นอกจากนี้ยังได้รวบรวมแหล่งความรู้ จำนวนมาก อาทิ รายการแบบฟอร์ม, คู่มือรางวัล, จดหมายถึงผู้ปกครอง, แบบประเมิน, คำถามสำหรับการแข่งขัน และคำถามที่ใช้ถามเนื้อหาเกี่ยวกับหนังสือบางประเภท	นางเอี่ยมพร มจร.
50	DiMattia, Susan S. Homegrown superstars say READ to succeed: local community celebrities breathe new life into ALA's quarter-century-old public	โปสเตอร์ READ เป็นเครื่องหมายการค้า/ลิขสิทธิ์ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน (ALA) ที่เป็นรูปบุคคลที่มีชื่อเสียงถือหนังสือเล่มโปรดของตนเอง ซึ่งสมาคมห้องสมุดอเมริกัน ได้ผลิตโปสเตอร์ READ มาเป็นเวลา 25 ปีแล้ว ตัวอย่างห้องสมุดหรือบุคคลที่นำรูปแบบโปสเตอร์ READ ไปใช้ในการดำเนินงาน ได้แก่ ห้องสมุดประชาชน Berkeley มีแนวคิดในการจัดทำโปสเตอร์ READ เป็นรูปนักดนตรีนักเขียนที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น ผู้ให้บริการและรูปของเจ้าหน้าที่ โดยนำไปติดภายในรอบห้องสมุด และแจกเพื่อการติดต่อทางธุรกิจ หรือหน่วยงานราชการในท้องถิ่น	นางกาญจนา มมส.

ลำดับ	ชื่อบทความ	รายละเอียด	ผู้ปริทัศน์
	relations tool. American Libraries. April 01, 2008. (Online)	Pam May หัวหน้าฝ่ายการตลาดของห้องสมุดประชาชน Kanawha County กล่าวถึงการนำภาพของเจ้าหน้าที่มาแสดงบนโปสเตอร์ READ เป็นวิธีการกระตุ้นทางจิตใจได้อย่างดี เริ่มด้วยการนำภาพดิจิทัลมาสั่งพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์สีของห้องสมุดและนำภาพมาเคลือบ และเมื่อครบรอบงานสัปดาห์ห้องสมุดแห่งชาติ ก็จะทำการอัปเดตคอลเล็กชันของโปสเตอร์นำไปติดห้องสมุดสาขาหรือกลุ่มงานต่าง ๆ สำหรับคอลเล็กชันที่ครบถ้วนของโปสเตอร์ READ จะถูกแขวนไว้ภายในโถงทางเดินของห้องสมุดใหญ่ Jackie Lichtman บรรณารักษ์ดูแลเว็บและการตลาดของห้องสมุด Jefferson-Madison มีแนวคิดว่าการเมืองท้องถิ่นต้องการถ่ายรูปของตนเองลงในโปสเตอร์ READ จะเป็นวิธีการดึงดูดใจให้นักการเมืองเหล่านี้ช่วยหาเงินงบประมาณให้กับห้องสมุดได้ ดังนั้นเขาจึงจัดทำโปสเตอร์ READ ของสมาชิกสภาของเมืองและคณะกรรมการบริหาร Buffy Smith-Edwards ผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศของห้องสมุด Leland Wolf และเป็นกรรมการของสมาคมห้องสมุด Oklahoma ในโครงการรณรงค์การรู้สารสนเทศ “Read Y’all” ซึ่งเป้าหมายหลักของโครงการคือ เน้นความต้องการผู้สอนการรู้สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศอื่นๆ เพื่อมาต่อสู้กับการไม่รู้สารสนเทศในมลรัฐ และได้ใช้โปสเตอร์ READ ในการรณรงค์นี้ โดยมีรูปของผู้มีชื่อเสียงได้แก่ รูปของผู้นำการรัฐและภรรยา นักกีฬา นักแสดง ผู้เข้าประกวดอเมริกันไอดอล เป็นต้น ห้องสมุด Somerset County ได้ผลิตโปสเตอร์เนื่องในโอกาสที่ห้องสมุดครบรอบ 75 ปี โดยแบ่งกลุ่มผู้ใช้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันการยืมทรัพยากร ห้องสมุดจะคัดเลือกชื่อผู้ใช้บริการจากแต่ละกลุ่มประเภทมาทำโปสเตอร์และนำไปแขวนภายในห้องสมุดและทำสำเนามอบเป็นของที่ระลึกให้กับผู้ชนะ และมีการทำปฏิทินของ READ ด้วย ห้องสมุด Waynesboro-Wayne County ได้จัดทำโปสเตอร์เพื่อนำไปเผยแพร่โดยชุดแรกจะติดที่ห้องสมุด และชุดที่สองจะติดในสถานที่เหมาะสมรอบๆพื้นที่ในเมือง และมีการเข้าพื้นที่โฆษณาห้องสมุดด้วยในชื่อ “Read@Waynesboro” การจัดทำโปสเตอร์ READ นี้เป็นตัวเลือกหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ข้อเสนอแนะคือโปสเตอร์ที่ผลิตแล้วควรแจกให้กับผู้บริจาคหนังสือหรือแหล่งเงินทุนและให้เป็นของขวัญแทนคำขอบคุณ การผลิตโปสเตอร์ READ ทำให้เกิดความพอใจเกี่ยวกับการอ่านห้องสมุด หนังสือ และอื่นๆ การผลิตโปสเตอร์สามารถทำและออกแบบในราคาที่ประหยัดในห้องสมุดเองได้ และสามารถนำขึ้นเว็บไซต์ของห้องสมุดได้อีกด้วย	