

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. เครื่องมือที่ใช้วัดภาพลักษณ์และความคาดหวัง
4. หอสมุดแห่งชาติ
5. เอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการจัดการองค์การต่าง ๆ เพราะภาพลักษณ์ที่ดีย่อมเอื้อประโยชน์มหาศาลให้กับองค์การ แต่หากเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขึ้นในทางใดทางหนึ่ง ก็อาจสร้างผลกระทบอย่างใหญ่หลวงต่อองค์การเช่นเดียวกัน

2.1.1 ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) ตามความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556) ระบุไว้ว่าหมายถึง “ภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น, จินตภาพ ก็ว่า” จากความหมายข้างต้น แสดงว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นภาพที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทั้งที่อาจเคยเห็นจากประสบการณ์ การได้ยิน ได้ฟัง ได้รับรู้มาก่อน หรืออนุมานไปว่าควรจะมีภาพเช่นนั้นก็ได้

2.1.2 ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นคุณค่าที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ และเป็นภาพที่สร้างความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์จะดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่แสดงให้เห็นสังคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงาน และการเผยแพร่ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น ความเข้าใจ และช่วยแก้ไขปัญหาในยามเกิดวิกฤต องค์การ หรือบุคคลจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะในปัจจุบัน สื่อมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในการเพิ่มความสำคัญของภาพลักษณ์ด้วย เพราะหากมีภาพลักษณ์ที่ดีเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชน หรือสื่อสังคมออนไลน์ ความเชื่อมั่น และความเข้าใจที่ดีต่อองค์การหรือบุคคลนั้นก็แพร่กระจายอย่างรวดเร็วในวง

กว้าง ในขณะเดียวกัน หากเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กรหรือบุคคลนั้น ภาพในเชิงลบ และผลเสียต่าง ๆ ก็จะตามมาในวงกว้างเช่นเดียวกัน (มนตรี สังข์ทอง, ปกรณ์ แสงนิม, และ จินดาพร คงเดช, 2557)

2.1.3 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ทุกองค์ประกอบล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และผสมผสานกันเป็นภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งต่าง ๆ แต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2555)

- 1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากการสังเกตโดยตรง เช่น การสังเกตสิ่งแวดล้อม สถานที่ กิริยาท่าทาง เหตุการณ์ ความคิด วัตถุต่าง ๆ นำไปสู่การรับรู้ และสร้างภาพของตนขึ้นมาในจิตใจโดยผ่านการรับรู้
- 2) องค์ประกอบเชิงตรรกะ (Cognitive Component) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับประเภท ลักษณะ ความเหมือนหรือความแตกต่าง เกิดขึ้นหลังจากการสังเกตและรับรู้สิ่งต่าง ๆ
- 3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากที่ได้รับรู้ เช่น ความผูกพัน การยอมรับ ความชอบ ซึ่งขึ้นอยู่กับดุลยพินิจส่วนบุคคล
- 4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Active Component) หมายถึง เจตนา หรือเป้าหมายที่เป็นแนวทางนำไปสู่การปฏิบัติในการแสดงออกต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเจตนาหรือเป้าหมายนั้นเป็นผลที่ได้จากการสังเกต รับรู้ ตรรกะ และความรู้สึก

2.1.4 ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์สามารถแบ่งแยกประเภทได้ตามลักษณะและเป้าหมาย ดังนี้ (สราวุธ จบศรี, 2555; ธเนศ ศิริกิจ, 2557)

- 1) ภาพลักษณ์ขององค์การ (Corporate Image) คือภาพลักษณ์ที่มีต่อองค์การแห่งใดแห่งหนึ่งโดยรวม ทั้งการบริหารจัดการ บุคลากร สินค้าหรือบริการขององค์การนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงมีความหมายกว้าง เพราะรวมทุกอย่างที่องค์การเกี่ยวข้อง
- 2) ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถาบันหรือองค์กรแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยเน้นที่ตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมบุคลากรสินค้า และบริการ
- 3) ภาพลักษณ์ของบุคลากร (Personal Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่มีต่อบุคลากรในองค์การใดองค์การหนึ่ง เช่น พนักงาน ผู้บริหาร ผู้นำ การบริหารจัดการ
- 4) ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าหรือบริการขององค์การใดองค์การหนึ่ง

5) ภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Image) คือภาพลักษณ์ที่มีต่อตราสินค้า ตรายี่ห้อ เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายบริการ ตราใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายใดเครื่องหมายหนึ่งเท่านั้น

2.1.5 เกณฑ์ในการวัดภาพลักษณ์

การวัดภาพลักษณ์ตามทฤษฎีของ Kotler (2000) สามารถแบ่งระดับการวัดได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่

1) ระดับแรก เป็นการสำรวจความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อองค์การ โดยแบ่งระดับความคุ้นเคย (Familiarity Scale) เป็น 5 ระดับ คือ

- ไม่เคยได้ยินชื่อก่อน (Never Heard of)
- เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only)
- รู้จักบ้าง (Know a Little Bit)
- รู้จักพอสมควร (Know a Fair Amount)
- รู้จักเป็นอย่างดี (Know Very Well)

หากคำตอบส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ “ไม่เคยได้ยินชื่อก่อน (Never Heard of)” และ “เคยได้ยินชื่อ (Heard of Only)” องค์การต้องเร่งสร้างการรับรู้ (Awareness)

2) ระดับที่สอง เป็นการสำรวจความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อองค์การ โดยแบ่งระดับความชอบ (Favorability Scale) เป็น 5 ระดับ คือ

- ไม่ชอบเลย (Unfavorable)
- ไม่ค่อยชอบ (Somewhat Unfavorable)
- เฉย ๆ (Indifference)
- ค่อนข้างชอบ (Somewhat Favorable)
- ชอบมาก (Very Favorable)

หากคำตอบส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ “ไม่ชอบเลย (Unfavorable)” หรือ “ไม่ค่อยชอบ (Somewhat Unfavorable)” องค์การจะต้องเร่งแก้ไขปัญหภาพลักษณ์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง (Expectation) เป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรควรพิจารณาในการบริหารจัดการ เพราะหากความคาดหวังสูงเกินกว่าที่องค์กรจะให้ได้ก็ย่อมส่งผลให้ผู้บริโภคไม่พอใจเมื่อซื้อสินค้าและบริการได้ ในขณะเดียวกันหากความคาดหวังน้อยเกินไป ก็อาจทำให้ผู้บริโภคไม่สนใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วย

2.2.1 ความหมายของความคาดหวัง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556) ได้ระบุไว้ว่า “คาดหวัง หมายถึง นึกไว้, หมายไว้” และ “หวัง หมายถึง คาดว่าจะได้, ปองไว้, หมายไว้” ดังนั้น เมื่อนำทั้งสองคำนี้มารวมกัน ความคาดหวัง จึงหมายถึง การนึกว่าจะได้ หรือการหมายไว้ว่าจะได้ แสดงว่า ความคาดหวัง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจที่คาดการณ์ล่วงหน้าว่าจะได้รับจากสิ่งต่าง ๆ เหตุการณ์ หรือบุคคล

2.2.2 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง

ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง สามารถแบ่งได้เป็น 5 ปัจจัย ดังนี้ (Zeithaml, Berry, and Parasuraman, 1993)

- 1) การให้คำมั่นสัญญาที่ชัดเจนแก่ผู้บริโภค (Explicit Promise) คือ คำพูดหรือถ้อยคำ ที่องค์การได้บอกกล่าว หรือให้คำมั่นไว้แก่ผู้บริโภค เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการแจ้งข่าวสารจากองค์การ
- 2) คำสัญญาโดยปริยาย (Implicit Promise) คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการให้คำมั่นสัญญาที่ชัดเจน คำสัญญาโดยปริยายจะมีความหมายกว้างมากกว่า ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดความต้องการ (Personal Needs) สิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่จะได้เพิ่มเติมด้วย เช่น ชื่อนาฬิกาแล้วควรจะมีถ่านนาฬิกาด้วย หรือ ช้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วควรจะได้รับสายสำหรับอัดประจุแบตเตอรี่โทรศัพท์ด้วย
- 3) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) คือ การได้รับคำบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่นที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้ว อาจแนะนำเชิญชวนให้ซื้อ หรือใช้บริการ หรือบอกเล่า กล่าวตำหนิสินค้าหรือบริการนั้น ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังสูงมาก
- 4) ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience) คือ ผู้บริโภคเคยซื้อหรือใช้บริการมาก่อนด้วยตัวเอง ทำให้เรียนรู้ และจดจำประสบการณ์นั้นไว้ และคาดหวังว่าเมื่อซื้อหรือใช้บริการในครั้งต่อไปจะได้รับสินค้าหรือบริการนั้นอีก

2.2.3 ความสำคัญของความคาดหวังของผู้บริโภค

ความคาดหวังของผู้บริโภค มีความสำคัญ 4 ประการ ซึ่งเมื่อองค์การเข้าใจความคาดหวังของผู้บริโภคก็จะได้ประโยชน์ดังนี้ (Beard, 2013)

- 1) ช่วยให้ทราบระดับของบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสุข และมีความพึงพอใจในระดับสูง
- 2) ทำให้พนักงานตระหนัก และมุ่งเน้นการตอบสนองความคาดหวังนั้น
- 3) ช่วยให้องค์การมีโอกาที่จะตอบสนองผู้บริโภคเกินกว่าที่คาดหวัง และช่วยสร้างความรู้สึพิเศษให้กับผู้บริโภคได้

4) ช่วยแก้ปัญหาการร้องเรียนของผู้บริโภค การร้องเรียนจะเกิดขึ้นเมื่อองค์การล้มเหลวในการตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค องค์การจะมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และรักษาเสถียรภาพขององค์กรไว้ได้

2.2.4 ประเภทของความคาดหวัง

ผู้บริโภคทั่วไปจะมีความคาดหวังก่อนที่จะได้รับประสบการณ์จากการบริโภคสินค้า หรือบริการ และเกิดความพึงพอใจต่อมา ความคาดหวังแบ่งออกเป็น 7 ประการ ได้แก่ (Smith, 2012)

1) ความคาดหวังที่เห็นได้ชัดแจ้ง (Explicit Expectations) เป็นความคาดหวังที่เห็นได้ชัดเจนจากประสิทธิภาพของสินค้า หรือบริการ เช่น ธนาकरประกาศว่าจะให้บริการลูกค้าเฉลี่ย 15 ราย ภายใน 10 นาที หากทำได้ตามที่ประกาศไว้ก็เท่ากับธนาकरนั้นมีประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นต้น

2) ความคาดหวังโดยปริยาย (Implicit Expectations) เป็นการสะท้อนประสิทธิภาพบรรทัดฐานที่องค์กรควรจะเป็น ซึ่งผู้บริโภคอาจอนุมานได้จากองค์การทั่วไป องค์การอื่นๆ ที่ขายสินค้าหรือให้บริการอย่างเดียวกัน องค์การอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน หรือแม้กระทั่งองค์กรในประเทศอื่น ๆ ความคาดหวังโดยปริยายมักมีประโยคที่ว่า “ถ้าเทียบกับบริษัทอื่นแล้ว...” หรือ “เทียบกับยี่ห้อชั้นนำแล้ว...”

3) ความคาดหวังประสิทธิภาพที่คงที่ (Static Performance Expectations) นั่นคือ ศักยภาพ และคุณภาพของสินค้าหรือบริการ จะกำหนดไว้โดยเฉพาะกับองค์กรนั้น การวัดประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับคุณภาพของผลที่ได้จากการประเมินความสามารถในการเข้าถึงได้ การปรับเปลี่ยนได้ ความน่าเชื่อถือ ความทันเวลา ความถูกต้อง และความเป็นมิตรกับผู้ใช้ ความคาดหวังประสิทธิภาพที่คงที่ เหมือนกับส่วนที่มองเห็นได้ของภูเขาน้ำแข็ง เป็นประสิทธิภาพที่ผู้บริโภคมองเห็น และมักจะคิดว่าเป็นประสิทธิภาพที่องค์กรต้องทำได้

4) ความคาดหวังประสิทธิภาพที่เป็นพลวัต (Dynamic Performance Expectations) เป็นความคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรจะต้องมีวิวัฒนาการตลอดเวลา ความคาดหวังประสิทธิภาพที่เป็นพลวัต อาจเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสินค้าหรือบริการซึ่งจำเป็นต้องพบการเปลี่ยนแปลงนี้ในอนาคต ความคาดหวังประสิทธิภาพที่เป็นพลวัตอาจสร้างความคาดหวังประสิทธิภาพที่คงที่ได้จากการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการจนคงที่แล้ว

5) ความคาดหวังเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technological Expectations) เน้นในเรื่องขั้นตอนการวิวัฒนาการของสินค้า เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่ความคาดหวังที่สูงขึ้น ที่จะได้เห็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ตลอด

6) ความคาดหวังในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Expectations) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ส่งมอบสินค้า หรือ ผู้บริโภคกับผู้ให้บริการ เป็น

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลซึ่งมีความสำคัญเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสินค้านั้นต้องการการสนับสนุนให้ใช้อย่างเหมาะสมและถูกวิธี

7) ความคาดหวังตามสถานการณ์ (Situational Expectations) ในการสำรวจความพึงพอใจ จะได้รับประโยชน์มาก หากวัดความคาดหวังก่อนซื้อ และวัดความพึงพอใจหลังซื้อ มั่นตรงกันหรือคาดเคลื่อนกันหรือไม่ เพราะเป็นการวัดผลที่เกิดจากการคาดหวังตามสถานการณ์ ณ ตอนนั้น

2.3 เครื่องมือที่ใช้วัดภาพลักษณ์และความคาดหวัง

การวัดระดับของภาพลักษณ์และความคาดหวัง ใช้เครื่องมือในการวัดทัศนคติ และการประยุกต์ใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการของห้องสมุด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 เครื่องมือในการวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล จึงยากที่จะวัดความรู้สึกได้อย่างแน่ชัด การวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อม คือ การสังเกตพฤติกรรม การสัมภาษณ์ การรายงานตนเอง (Self-Report) การใช้เทคนิคการฉายออก (Projective Technique) หรือการใช้บันทึกที่มีอยู่แล้ว การวัดทัศนคติมีเทคนิคที่ใช้ได้แก่ การจัดอันดับ (Ranking) การจัดลำดับคะแนน (Rating) เทคนิคการจำแนก (Sorting Technique) เทคนิคการเลือก (Choice Technique) การพัฒนาแบบการวัดทัศนคติแบบจำแนกความหมาย (Semantic Differential Scale) พัฒนาโดยออสกูต ในปี ค.ศ. 1952 โดยลักษณะของแบบวัดจะนำคำคุณศัพท์ที่ตรงข้ามกัน 2 ขั้ว (Bipolar Adjective Pair) เช่น ดี - เลว ทันสมัย - ล้าสมัย ชอบ - เกลียด ผู้ตอบต้องเลือกตอบตามระดับความเข้มของคำคุณศัพท์ทั้ง 2 ขั้วนี้ หลังจากนั้นจึงกำหนดช่วงของมาตรวัดให้เป็นจำนวนคือ 3, 5, 7 หรือ 9 (ออสกูตแนะนำช่วง 7) และการกำหนดคะแนนทำได้ 2 ลักษณะ คือ จากน้อยไปมาก เช่น 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 หรือ ให้คะแนนกึ่งกลางเป็นศูนย์ เช่น -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3 (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2554)

2.3.2 การประยุกต์ใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการของห้องสมุด

ในการวัดคุณภาพบริการของห้องสมุด มีการพัฒนาเครื่องมือวัดที่เป็นที่นิยม คือ Libqual+ ซึ่งเป็นแบบสำรวจผ่านเว็บไซต์ พัฒนาโดยสมาคมห้องสมุดวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ห้องสมุดประเมินและปรับปรุงบริการ และปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร โดยแบบวัดของ Libqual+ จะวัดใน 3 มิติ คือ ระดับขั้นต่ำที่ยอมรับได้ ระดับบริการที่คาดหวัง และระดับบริการที่ได้รับ แต่ละมิติ จะใช้ช่วงคะแนน 9 ช่วง คือ 1 – 9 และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์หาช่องว่างระหว่างระดับทั้ง 3 ระดับ และนำเสนอผ่านแผนภูมิแบบเรดาร์ และกราฟแท่ง

2.4 หอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติ เป็นห้องสมุดประเภทหนึ่ง และเป็นห้องสมุดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ดำเนินการโดยรัฐบาล หอสมุดแห่งชาติมีหน้าที่หลักคือ รวบรวมสิ่งพิมพ์ และสิ่งทุกชนิดที่ผลิต หรือตีพิมพ์ภายในประเทศ และทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับประเทศนั้น ๆ ไม่ว่าจะผลิตขึ้นมาจากประเทศใด หรือจะตีพิมพ์เป็นภาษาใดก็ตาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์สื่อความรู้ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของชาติ ไม่ให้สูญหายไป สำหรับหน้าที่อื่น ๆ ของหอสมุดแห่งชาติ ได้แก่ การรวบรวมทรัพยากรที่มีคุณค่าไว้เพื่อการค้นคว้าอ้างอิง เป็นศูนย์รวมบรรณานุกรมต่าง ๆ จัดทำบรรณานุกรมแห่งชาติ เป็นแหล่งให้บริการความรู้แก่คนทั้งประเทศ ช่วยเหลือการค้นคว้าวิจัย ตอบคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับหนังสือ (โกวิทวรพิพัฒน์, 2531)

2.4.1 สำนักหอสมุดแห่งชาติประเทศไทย

หอสมุดแห่งชาติ เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม มีหน้าที่จัดเก็บ รวบรวม สงวนรักษา และอนุรักษ์มรดกทรัพย์สินทางปัญญา วิทยาการ ศิลปกรรม และวัฒนธรรมของชาติ ในรูปของหนังสือตัวพิมพ์ เอกสารโบราณ ได้แก่ ศิลปจารึก คัมภีร์ใบลาน หนังสือสมุดไทย รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ให้บริการความรู้ และข่าวสารแก่คนในชาติ โดยรายละเอียดของหอสมุดแห่งชาติมีดังนี้ (หอสมุดแห่งชาติ, 2557)

1) ประวัติของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติ ก่อตั้งขึ้นโดยพระมหากษัตริย์ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวมหอพระสมุด 3 แห่งเข้าด้วยกันคือ หอพุทธสาสนะสังคหะ หอพระมณเฑียรธรรม และหอพระสมุดวชิรญาณ แล้วพระราชทานนามว่า หอพระสมุด วชิรญาณสำหรับพระนคร เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2448 ตั้งอยู่ ณ หอคองคอเดียในพระบรมมหาราชวัง (ปัจจุบันคือ ศาลาสหทัยสมาคม)

ต่อมา พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ขยายพื้นที่ที่ตั้งแห่งใหม่มาอยู่ตึกถาวรวัตถุ ริมถนนหน้าพระธาตุ เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดอาคารเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2459

ในรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ขยายพื้นที่การให้บริการเป็น 2 แห่งคือ หนังสือตัวพิมพ์ทั้งหมด และหนังสือส่วนพระองค์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้บริการ ณ ตึกถาวรวัตถุ พระราชทานนามว่า หอพระสมุดวชิราวุธ ส่วนศิลปจารึก คัมภีร์ใบลาน หนังสือสมุดไทย ตูลายรดน้ำ ย้ายไปให้บริการที่พระที่นั่งศิวโมกขพิมาน พระราชทานนามว่า หอพระสมุดวชิรญาณ เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดหอพระสมุดวชิรญาณและหอพระสมุดวชิราวุธ เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2469

ภายหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง รัฐบาลมีพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการสำนักงานและกรมในกระทรวงธรรมการ พ.ศ. 2476 กำหนดให้หอพระสมุดวชิรญาณสำหรับพระนครเป็นกองหอสมุด ขึ้นอยู่ในกรมศิลปากร ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น หอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติได้พัฒนามาเป็นลำดับ สถานที่ให้บริการที่ตึกถาวรวัตถุจึงไม่เพียงพอ กรมศิลปากรจึงดำเนินการก่อสร้างอาคารหลังใหม่ที่ท่าวาสุกรี แล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2509 และเริ่มให้บริการ ณ สถานที่แห่งใหม่มานานถึงปัจจุบัน

2) วิสัยทัศน์ของหอสมุดแห่งชาติ

เป็นแหล่งรวบรวมมรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศที่สมบูรณ์และทันสมัย มุ่งให้บริการอย่างดีเด่น พร้อมเป็นผู้นำด้านวิชาชีพห้องสมุด

3) ภารกิจหลักของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติจัดตั้งขึ้นโดยมีภารกิจหลักดังนี้

3.1) ดำเนินการสำรวจ จัดหา รวบรวม จัดเก็บ และสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ เอกสารโบราณ

3.2) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ดำเนินงานด้านเทคนิควิชาการ บรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามหลักมาตรฐานสากล ตลอดจนให้การฝึกอบรมแก่บุคลากรของหน่วยงานและสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.3) ให้บริการและส่งเสริมการอ่าน ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยแก่ประชาชน เพื่อให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการศึกษาตามอัธยาศัย

3.4) เป็นศูนย์ประสานงานระบบสารสนเทศทางวิชาการแห่งชาติ

3.5) เป็นศูนย์วารสารระหว่างชาติแห่งประเทศไทย ศูนย์กำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือและวารสาร ศูนย์กำหนดรายละเอียดทางบรรณานุกรมของหนังสือที่จัดพิมพ์ในประเทศ และเป็นศูนย์กลางและเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ในระดับชาติและนานาชาติ

3.6) เป็นคลังสิ่งพิมพ์ของชาติ

3.7) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการพิมพ์หนังสือพิมพ์ ตามกฎหมายว่าด้วยการจัดแจ้งการพิมพ์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ

3.8) กำหนดเกณฑ์มาตรฐานงานวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ของหอสมุดแห่งชาติ

3.9) ดำเนินการส่งเสริมและประสานงานเครือข่ายหอสมุดแห่งชาติ

3.10) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

4) ทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติได้รับสิ่งพิมพ์มาจาก 5 ช่องทาง ได้แก่ ได้รับตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 สิ่งพิมพ์จากส่วนราชการ การบริจาค การจัดซื้อ และการแลกเปลี่ยนกับหน่วยงานในต่างประเทศ โดยในปัจจุบัน มีจำนวนทรัพยากรสารสนเทศ 2,314,213 รายการ แบ่งเป็นหนังสือภาษาไทย หนังสือภาษาต่างประเทศ เอกสารโบราณ (Ancient Collections) หนังสือหายาก (Rare Books) และสิ่งไม่ตีพิมพ์ เช่น ทรัพยากรสารสนเทศด้านดนตรี (Music Collections)

การจัดหมวดหมู่ของทรัพยากรสารสนเทศในหอสมุดแห่งชาติ ใช้ระบบการจัดหมวดหมู่สากลที่เรียกว่า ระบบทศนิยมดิวอี้ (Dewey Decimal Classification) โดยแบ่งทรัพยากรสารสนเทศออกเป็น 10 หมวดหมู่ ได้แก่ 000 – 900

- หมวด 000 เบ็ดเตล็ด หรือความรู้ทั่วไป
- หมวด 100 ปรัชญา
- หมวด 200 ศาสนา
- หมวด 300 สังคมศาสตร์
- หมวด 400 ภาษาศาสตร์
- หมวด 500 วิทยาศาสตร์
- หมวด 600 วิทยาศาสตร์ประยุกต์
- หมวด 700 ศิลปกรรม และการบันเทิง
- หมวด 800 วรรณคดี
- หมวด 900 ประวัติศาสตร์ และภูมิศาสตร์

5) บริการของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติมีบริการต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้ได้แก่ บริการจัดแจ้งการพิมพ์ บริการเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) บริการข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ บริการทรัพยากรสารสนเทศ บริการอินเทอร์เน็ต บริการโสตทัศนวัสดุ และบริการถ่ายสำเนาสื่อโสตทัศน์

2.4.2 หอสมุดแห่งชาติรัชมิ่งคลาภิเษก เชียงใหม่

หอสมุดแห่งชาติรัชมิ่งคลาภิเษก เชียงใหม่ จัดสร้างขึ้นในปีพุทธศักราช 2531 โดยดำริของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ให้จัดสร้างหอสมุดแห่งชาติภาคเหนือเพื่อถวายเป็นพระราชสักการะในพระราชพิธีรัชมิ่งคลาภิเษก ปัจจุบันหอสมุดแห่งชาติรัชมิ่งคลาภิเษก เชียงใหม่ เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักศิลปากรที่ 8 เชียงใหม่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหอสมุดแห่งชาติสาขาภาคเหนือแห่งเดียว

1) วิสัยทัศน์ของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

เป็นแหล่งรวบรวมมรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศที่สมบูรณ์และทันสมัย มุ่งให้บริการอย่างดีเด่น พร้อมเป็นผู้นำด้านวิชาชีพห้องสมุดระดับท้องถิ่น

2) ภารกิจหลักของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่มีภารกิจหน้าที่ของหน่วยงาน ดังนี้

2.1) บริหารจัดการและดำเนินงานทรัพยากรสารสนเทศให้เป็นคลังสิ่งพิมพ์ในภูมิภาค โดยการจัดหา รวบรวม จัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศทุกประเภทและทุกสาขาวิชาให้ครบถ้วนสมบูรณ์

2.2) ศึกษาค้นคว้า และดำเนินงานวิชาการด้านบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ตามหลักมาตรฐานสากล เพื่อการเข้าถึงสารสนเทศได้โดยง่าย และใช้เป็นคู่มือในการให้คำปรึกษา แนะนำ ฝึกอบรมการปฏิบัติงานห้องสมุดแก่บุคลากร และหน่วยงานภายนอก

2.3) ให้บริการสารสนเทศและส่งเสริมการอ่าน การศึกษาค้นคว้า วิจัย แก่ประชาชน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต และการศึกษาตามอัธยาศัย

2.4) ประสานงานกับสำนักหอสมุดแห่งชาติ และดำเนินการสำรวจรวบรวมเอกสารโบราณ และหนังสือหายาก เพื่อการสงวนรักษามรดกทรัพย์สินภูมิปัญญาของภูมิภาค

2.5) ประสานงานกับสำนักหอสมุดแห่งชาติในการเผยแพร่ และกำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) และข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ (CIP)

3) วัตถุประสงค์ของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

3.1) เป็นศูนย์กลางรวบรวมหนังสือ และเอกสารโบราณในส่วนภูมิภาคซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมไม่ให้เกิดการกระจาย สูญหาย หรือถูกทำลาย

3.2) เพื่อขยายแหล่งบริการความรู้ไปสู่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดให้ทั่วถึง เพื่อจะได้นำความรู้จากห้องสมุดไปใช้ในการดำรงชีวิตด้วยความเป็นสุข เน้นการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพตามความถนัด และความสามารถของแต่ละบุคคล

3.3) เพื่อเป็นศูนย์บริการข่าวสารและศูนย์กลางสารนิเทศสาขามนุษยศาสตร์

3.4) เป็นศูนย์รวบรวมวารสาร หนังสือ และสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์ในส่วนภูมิภาค เพื่อรวบรวมไปเก็บไว้ที่ส่วนกลาง และจัดทำบรรณานุกรมของชาติให้สมบูรณ์

3.5) เป็นศูนย์เทคนิคเกี่ยวกับวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

3.6) เป็นหน่วยงานของศูนย์ข้อมูลข่าวสารระหว่างชาติแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของหอสมุดแห่งชาติ

3.7) เป็นหน่วยงานของศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

4) ทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ มีเป้าหมายสำคัญในการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ คือ เพื่อให้เป็นแหล่งศูนย์กลางในการให้บริการความรู้และการศึกษาค้นคว้าทั่วไปอย่างกว้างขวางแก่ประชาชนทุกระดับในท้องถิ่น ตลอดจนเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าข้อมูลในท้องถิ่น โดยการรวบรวมทรัพยากรมาจาก 5 แนวทาง ดังนี้

- (1) จัดซื้อจากเงินงบประมาณ
- (2) ได้รับตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550
- (3) ได้รับจากการบริจาค
- (4) ได้รับจากหน่วยงานราชการอื่น ๆ
- (5) ได้รับจากหอสมุดแห่งชาติส่วนกลาง

ทรัพยากรสารสนเทศที่หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่รวบรวมไว้ ได้แก่ หนังสือทั่วไป หนังสือเยาวชน หนังสือท้องถิ่น วารสารและนิตยสาร หนังสือพิมพ์ จุลสาร แฟ้มข้อมูลเฉพาะเรื่อง กฤตภาค โสตทัศนวัสดุ เอกสารโบราณ (หนังสือสมุดไทยและคัมภีร์โบราณ) หนังสือหายาก หนังสืออนุสรณ์งานศพ หนังสือสำหรับผู้พิการทางสายตา ราชกิจจานุเบกษา รายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ เอกสารอ้างอิงและช่วยการสืบค้น (บรรณานุกรม วรรณคดี และสารบัญวารสาร) และวัสดุเครื่องมือเครื่องใช้ของภาคเหนือ

การจัดหมวดหมู่ของทรัพยากรสารสนเทศในหอสมุดแห่งชาติ รัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่จะจัดแบ่งตามระบบทศนิยมดิวอี้เช่นเดียวกับหอสมุดแห่งชาติกลาง แต่มีการเพิ่มเติมระบบการจัดหมวดหมู่สำหรับทรัพยากรบางประเภท ดังนี้

(1) เพิ่มเติมเลขหมู่ในบางหมวด ได้แก่ หมวดศาสนา เพิ่มเติมเลขหมู่หนังสือพระพุทธศาสนา หมู่หนังสือศาสนาพระเวท หมู่หนังสือศาสนาพราหมณ์-ฮินดู หมวดสังคมศาสตร์ เพิ่มเติมเลขหมู่หนังสือกฎหมาย หมู่หนังสือการปกครอง

(2) วารสารและนิตยสาร จัดหมวดหมู่ตามลำดับอักษรของชื่อวารสาร
 (3) หนังสือพิมพ์ จัดเรียงตามลำดับชื่อของหนังสือพิมพ์
 (4) จุลสาร แฟ้มข้อมูลเฉพาะเรื่อง และกฤตภาค จัดเก็บแยกตามหัวเรื่องในแฟ้มเดียวกัน และจัดเรียงแฟ้มตามลำดับอักษรของหัวเรื่อง

(5) โสตทัศนวัสดุ แบ่งหมวดหมู่ตามประเภทของวัสดุ กำหนดสัญลักษณ์ให้เลขทะเบียน และจัดเก็บเรียงตามเลขทะเบียนแยกประเภท

5) บริการของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่

หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ พัฒนาการบริการให้ตรงตามเป้าหมายในการเป็นหน่วยงานส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 โดยมีบริการต่าง ๆ ดังนี้

5.1) **บริการทรัพยากรสารสนเทศ** หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ ให้บริการทรัพยากรสารสนเทศโดยแบ่งตามห้องต่าง ๆ ทั่วบริเวณอาคารทั้งสองชั้น โดยให้บริการการอ่าน ศึกษาค้นคว้า มีพื้นที่ และโต๊ะอ่านหนังสือแยกตามห้องทั้ง 8 ห้อง ได้แก่ ห้องบริการหนังสือทั่วไป 1 ห้องบริการหนังสือทั่วไป 2 ห้องบริการโสตทัศนวัสดุ ห้องบริการวารสารและหนังสือพิมพ์ ห้องบริการหนังสือเยาวชน ห้องบริการหนังสือท้องถิ่น ห้องบริการเอกสารภาษาโบราณ และหอศิลปวัฒนธรรมภาคเหนือ

5.2) **บริการยืมทรัพยากรเพื่อถ่ายสำเนาเอกสาร** เนื่องจากหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ ไม่มีบริการยืม-คืนทรัพยากรนอกห้องสมุด จึงจัดบริการยืมทรัพยากรชั่วคราวเพื่อถ่ายสำเนาเอกสาร

5.3) **บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า** ช่วยให้ผู้ใช้บริการห้องสมุดค้นหาข้อมูลที่ต้องการจากสิ่งพิมพ์ โสตทัศนวัสดุ ตลอดจนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงตอบคำถามทั่วไป

5.4) **บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับสืบค้นข้อมูล** โดยจัดเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการจำนวน 8 เครื่อง และให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายทั่วทั้งพื้นที่ของสำนักหอสมุดโดยไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้งาน

5.5) **บริการส่งเสริมการอ่าน** โดยจัดกิจกรรมทั้งใน และนอกสถานที่ เพื่อส่งเสริมการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

5.6) **บริการนิทรรศการ** เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ทั่วไป โดยมีนิทรรศการหมุนเวียน ที่นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ หรือเรื่องราวที่มีคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการ

5.7) **บริการให้คำปรึกษา แนะนำ และฝึกอบรมวิชาการด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศศาสตร์** โดยให้บริการแก่บุคลากรห้องสมุด และหน่วยงานต่าง ๆ ในเขตภูมิภาค ในการช่วยจัดห้องสมุดให้หน่วยงาน ฝึกอบรมความรู้ทางวิชาชีพบรรณารักษ์ เป็นหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้กับนักศึกษาฝึกงานจากสถาบันต่าง ๆ

2.5 เอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

Booth (1993) เขียนบทความเรื่อง The Library's Image: Does Your Library Have You Appeal? โดยแสดงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุดว่า ภาพลักษณ์ของห้องสมุดที่ปรากฏแก่สาธารณะ จะเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพิจารณาของผู้ใช้ว่าจะเลือกใช้ห้องสมุดหรือไม่ ห้องสมุดจึง

ต้องให้ความสนใจใส่ภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้ แนวทางในการจัดการภาพลักษณ์ของห้องสมุด ได้แก่ การศึกษาความต้องการของผู้ใช้ การแนะนำการใช้ห้องสมุดอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการสภาพแวดล้อมของห้องสมุดให้มีความสะดวกสบาย และพร้อมที่จะต้อนรับผู้ใช้เสมอ ทั้งนี้ การดูแลภาพลักษณ์ของห้องสมุดเป็นสิ่งที่ต้องกระทำต่อเนื่องในระยะยาว

Hai (2010) เขียนบทความเรื่อง Establish the Learning-type City and Library Image. แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุดในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนไว้ว่า จีนเข้าสู่ยุคสังคมแห่งการเรียนรู้และการเรียนรู้ตลอดชีวิต รัฐบาลท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าในการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ ทรัพยากรในห้องสมุด การบริการของห้องสมุด และสภาพแวดล้อมของห้องสมุด มีบทบาทที่สำคัญในการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ ในฐานะที่ห้องสมุดมีบทบาทที่สำคัญนี้ ห้องสมุดจึงควรหาโอกาสพัฒนา สร้างความทันสมัยทางแนวคิด สร้างแบรนด์ (Brand) และสร้างภาพลักษณ์ให้กับงานบริการของห้องสมุด เริ่มปรับเปลี่ยนห้องสมุดไปสู่ตำแหน่งที่สำคัญในการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเรียนรู้

Hui (2012) เขียนบทความเรื่อง Innovative Thinking of the University Library Cultural Image Construction. วิเคราะห์ความหมายของภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมของห้องสมุดมหาวิทยาลัยว่า บุคลิกทางวัฒนธรรมของห้องสมุดมหาวิทยาลัยนั้น ‘เปิดกว้างและมีนวัตกรรม’ และเสนอแนะว่าห้องสมุดควรสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านความคิดสร้างสรรค์และการเปิดกว้าง ให้มีบรรยากาศในการอ่านที่อิสระ และมีพื้นที่ในการอ่านมาก ในขณะเดียวกัน ห้องสมุดมหาวิทยาลัยควรดูแลผู้ใช้เป็นอย่างดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งให้แก่ห้องสมุด

Li (2012) เขียนบทความเรื่อง On the CIS and Image-building of University Library ให้ข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับการพัฒนาตลาดเศรษฐกิจ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องวางตำแหน่งให้มีภาพลักษณ์ในระดับสูง เพราะต้องการความน่าเชื่อถือจากผู้ใช้ หากห้องสมุดมหาวิทยาลัยนำระบบสารสนเทศลูกค้า (Customer Information System: CIS) มาใช้จะช่วยกระตุ้นภาพลักษณ์ที่ดีเยี่ยม อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการบริหารจัดการห้องสมุด สามารถกระตุ้นการทำงานของบุคลากร และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้ได้

2.6 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วงเดือน เจริญ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการสารสนเทศ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการสารสนเทศ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถาม โดยมีเนื้อหาในการศึกษา 8 ด้าน ได้แก่ บริการยืมคืนทรัพยากร บริการจองหนังสือ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการแนะนำการใช้ห้องสมุด บริการวิทยานิพนธ์ บริการหนังสืออ้างอิง บริการฝากของ และบริการที่นั่งอ่านหนังสือ

ผลการวิจัยมีดังนี้ 1. ในภาพรวม ผู้ใช้มีความคาดหวังมาก บริการที่คาดหวังมากที่สุดคือ บริการที่นั่งอ่านหนังสือ รองลงมาคือบริการหนังสือจอง และบริการยืมคืน ตามลำดับ 2. อาจารย์และนิสิตมีความคาดหวังต่อบริการทุกด้านไม่แตกต่างกัน 3. ผู้ใช้ในแต่ละระดับการศึกษามีความคาดหวังต่อบริการไม่แตกต่างกัน 4. ผู้ใช้ในแต่ละกลุ่มสาขาวิชามีความคาดหวังต่อบริการไม่แตกต่างกัน

พรชนิตว์ สีนาราช, สุทธิลักษณ์ พัดเพ็ง, ยุวดี เพชระ, กิตติยา สุทธิประภา, และวรารณ พนมศิริ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ความคาดหวังของอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่มีต่อบริการห้องสมุด เพื่อสนับสนุนงานวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดบริการเพื่อการวิจัยแก่อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น 2. ศึกษาความคาดหวังด้านบริการห้องสมุดเพื่อสนับสนุนการวิจัย 3. เพื่อสังเคราะห์ความรู้ความสามารถของบุคลากรที่จำเป็นในการสนับสนุนการวิจัย ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้ 1. อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคาดหวัง 3 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนการวิจัย การจัดฝึกอบรมการสืบค้นหรือใช้โปรแกรมของห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง และมีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ 2. บริการที่คาดหวังมากที่สุดคือ บริการรายชื่อทรัพยากรใหม่ ส่วนบริการที่คาดหวังน้อยที่สุด คือ บริการจัดซื้อทรัพยากรสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้ 3. ในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและพื้นที่ให้บริการ สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดคือ การเพิ่มจำนวนโต๊ะอ่านหนังสือ และเพิ่มพื้นที่สำหรับการศึกษาส่วนตัว สิ่งที่คาดหวังน้อยที่สุดคือ การขยายเวลาให้บริการ การเพิ่มวันยืมคืน และการบริการรับส่งทรัพยากร

คณินนิตย์ หีบแก้ว, ฉันทกานต์ สินปร, และพุทธชาติ เรืองศิริ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีจำนวน 9 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านการบริการห้องสมุด ด้านบริการสื่อการศึกษา ด้านบุคลากร ด้าน สถานที่ ด้านการสื่อสาร ด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ ด้านเทคโนโลยี และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน และสังคม และลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 385 ชุด จากผู้ใช้ ประกอบด้วย นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีที่เคยใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปและเข้าใช้บริการขณะทำการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ในภาพรวมจำนวน 9 ด้าน พบว่าผู้ใช้บริการทุกกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.41$, $SD = 0.71$) เมื่อจำแนกภาพรวมแต่ละด้าน พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีมากที่สุด โดยมีภาพลักษณ์ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.56$, $SD = 0.65$) รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ซึ่งมีภาพลักษณ์ ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.53$, $SD = 0.67$) และด้านการบริการห้องสมุดมีภาพลักษณ์ระดับดี ($\bar{x} = 4.45$, $SD = 0.69$) ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประเด็น พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ออกแบบและตกแต่งอาคารทันสมัย สวยงาม และสะอาดมากที่สุดโดยมี

ภาพลักษณ์ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.68$, $SD = 0.57$) รองลงมา ได้แก่ ประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่ทันสมัยซึ่งมีภาพลักษณ์ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$, $SD = 0.61$) และประเด็นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มี ทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภทมีภาพลักษณ์ระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$, $SD = 0.62$) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นต่อลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น พบว่าผู้ใช้บริการทุกกลุ่มตัวอย่าง สามารถจดจำลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นภายนอก ได้แก่ ชื่อเต็ม เว็บไซต์ สัญลักษณ์หรือโลโก้ คำขวัญ หรือสโลแกน และสีของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาได้ถูกต้อง ส่วนลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ รู้สึกสะดวกสบายในการใช้บริการ เข้ามาใช้บริการอ่านหนังสือ (สถานที่อ่านหนังสือ) ประทับใจบรรยากาศเงียบสงบ อากาศเย็นสบาย และเหมาะแก่การเรียนรู้ และ นึกถึงมุมอ่านและค้นคว้าที่เป็นส่วนตัวมากที่สุด ดังนั้นจึงถือว่าสถานที่เป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่ผู้ใช้บริการรับรู้มากที่สุด ส่วนประโยชน์สูงสุดที่ผู้ใช้บริการได้รับ คือ ได้รับทรัพยากรสารสนเทศตรงกับความต้องการมากที่สุด และเหตุผลที่ทำให้ผู้ใช้บริการกลับเข้ามาใช้บริการในอนาคต คือ มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายรูปแบบ ตรงกับความต้องการ และทันสมัย จึงสรุปได้ว่า “ทรัพยากรสารสนเทศ” เป็นแก่นแท้ของแบรนด์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พบว่าผู้ใช้บริการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีเด่นชัดที่สุด หมายความว่า ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้หลายช่องทาง สะดวก รวดเร็ว ส่งผลให้มีความกระตือรือร้นในการค้นคว้า ความรู้ ข้อมูลข่าวสารตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้บุคลากรมีความตื่นตัว คล่องตัวในการปฏิบัติงาน ทำหายความสามารถ ตลอดเวลา เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันกับแก่นแท้ของแบรนด์ คือ ทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า บุคลิกภาพศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี คือ “องค์การตื่นรู้” แปลความว่า เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความกระตือรือร้นในการค้นคว้า ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และบุคลากรมีความตื่นตัว คล่องตัวในการปฏิบัติงาน เพื่อตอบสนองความ ต้องการผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

จุฑารัตน์ ปานผดุง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการบริการของฝ่ายห้องสมุด จอห์น เอฟ เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการบริการของห้องสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี และเพื่อประเมินสภาพการให้บริการของห้องสมุด ใช้การศึกษาจากองค์ประกอบ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความสะดวกในการเข้าถึงสารสนเทศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านบริการห้องสมุด ด้านนวัตกรรมบริการ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลากร โดยผลการศึกษาระบุว่า ความคาดหวังในภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก และด้านที่คาดหวังมากที่สุดคือด้านบุคลากร (โดยเฉพาะความสุภาพและความกระตือรือร้น)

สายฝน บุชา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว ในสายตาของประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้วในสายตาของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว และศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ และด้านอาคารสถานที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่เข้าใช้บริการห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี” อำเภอลาดหลุมแก้ว จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารการให้บริการของห้องสมุด จากแหล่งสารสนเทศประเภทป้ายประชาสัมพันธ์หน้าห้องสมุดมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งสารสนเทศประเภทเว็บไซต์ และได้รับข่าวสารจากแหล่งสารสนเทศประเภทโทรทัศน์ น้อยที่สุด 2) กลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอาคารและสถานที่ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด ในขณะที่ด้านทรัพยากรสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ภาพลักษณ์ น้อยที่สุด 3) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการภาพลักษณ์ห้องสมุดที่พึงประสงค์ในอันดับทั้ง 5 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านทรัพยากรสารสนเทศ รองลงมาคือด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด และด้านอาคารสถานที่ ในขณะที่ด้านบุคลากรและด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 4) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านนโยบายและการดำเนินงานห้องสมุด รองลงมาคือ ด้านอาคารและสถานที่ ด้านบริการ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านบุคลากร

Yang (2011) ได้ศึกษาเรื่อง Image Construction of Library in News Report โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ของห้องสมุดในการรายงานข่าว จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากรายงานข่าวของห้องสมุด ตั้งแต่ ปี ค.ศ.2008-2010 พบว่า ภาพลักษณ์ของห้องสมุดที่ปรากฏต่อสาธารณะเป็นทุนที่จับต้องไม่ได้อย่างหนึ่งในการพัฒนาห้องสมุด การรายงานข่าวของห้องสมุดจะมุ่งเน้นในเรื่อง การพัฒนาห้องสมุด ผู้ใช้และการบริการห้องสมุด กิจกรรมสาธารณะ โครงการเกี่ยวกับห้องสมุดดิจิทัล ข่าวสารบรรณารักษ์ และการบริจาคเพื่อสังคม การรายงานข่าวยังไม่มีข่าวเชิงลึก และข่าวสารที่รอบด้าน ข่าวหลักที่รายงานจะเป็นข่าวที่มีเนื้อหากลาง ๆ ไปจนถึงเนื้อหาเชิงบวก โดยให้คำแนะนำไว้ว่า ห้องสมุดมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความใส่ใจกับการจัดการภาพลักษณ์ การสื่อสารกับสื่อ การปรับปรุงคุณภาพของบริการ การมีทรัพยากรที่มากเพียงพอ และการพัฒนาวัฒนธรรมภายในองค์กร

Kaunda (2013) ได้ศึกษาเรื่อง Assessing Service Expectation and Perception of Public Library Users: Towards Development of Users Needs and User Satisfaction Measurement

Instruments for the National Library Service of Malawi โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาวิธีการประเมินความต้องการของผู้ใช้ และเครื่องมือวัดความพึงพอใจของผู้ใช้ในงานบริการของหอสมุดแห่งชาติประเทศสาธารณรัฐมาลาวี วิธีการศึกษาใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) และแบบสอบถามสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติมาลาวี เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้บริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในหอสมุดแห่งชาติมาลาวี ผลการศึกษา ทำให้ได้รับข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเครื่องมือประเมินความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้ ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่

- ทรัพยากรทันสมัย
- หอสมุดมีเครื่องมือ และอุปกรณ์เพียงพอ
- หอสมุดไม่ควรคาดหวังว่าจะต้องปราศจากเสียงดังภายในหอสมุด
- ความล่าช้าในการจัดหาทรัพยากรที่ผู้ใช้ต้องการเป็นสิ่งที่ยอมรับได้
- สภาพแวดล้อมของหอสมุดควรสะอาดและดูดี
- ง่ายต่อการเข้าถึงและใช้ทรัพยากรหอสมุด
- หอสมุดควรมีสื่อสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์
- ควรจะมีที่นั่งที่เพียงพอและกว้างขวาง
- ผู้ใช้ไม่คาดหวังว่าหอสมุดจะเปลี่ยนเวลาเปิดให้บริการเพื่อตามใจผู้ใช้
- ผู้ใช้ควรติดตามข่าวสารเกี่ยวกับบริการของหอสมุดและทรัพยากรใหม่
- หอสมุดควรมีกรอบการใช้หอสมุดให้แก่ผู้ใช้
- หอสมุดควรกระตุ้นผู้ใช้ให้แสดงความคิดเห็น บอกความต้องการของตน หรือข้อร้องเรียน
- ผู้ใช้ไม่ควรคาดหวังว่าบริการทุกอย่างของหอสมุดจะไม่เสียค่าใช้จ่าย
- ผู้ใช้ควรจะรู้สึกผ่อนคลายในการรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินส่วนตัวในขณะที่อยู่ในหอสมุด
- ผู้ใช้ต้องการทราบกฎระเบียบของหอสมุด
- เจ้าหน้าที่ของหอสมุดควรเป็นมิตรและสุภาพ
- ผู้ใช้คาดหวังให้หอสมุดใส่ใจดูแลผู้ใช้เป็นรายบุคคล

Park, Park, and Cho (2013) ได้ศึกษาเรื่อง Developing Measurement Scale to Measure Service Image for Academic Library Service: Measuring Image as Academic Community Service. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ ใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเดิมในการสำรวจบริการของหอสมุดร่วมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ หาดั

แปรจากทั้งภายในและภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์ ออกมาเป็น 20 มาตรวัด และทำการทดสอบกับกลุ่มทดลอง โดยผลการศึกษาคือ ตัวแปรต่าง ๆ ที่จะใช้วัดภาพลักษณ์นั้นไม่เหมาะสมกับการใช้กับกลุ่มทดลอง แม้ว่าจะพยายามแบ่งกลุ่มทดลองเป็นสองกลุ่มที่แตกต่างกันแล้ว ก็ไม่สามารถใช้วัดภาพลักษณ์จากทั้งสองกลุ่มได้

Xuan and Ding (2013) ได้ศึกษาเรื่อง A Study on the influence factors of the University Library Service Image Based on SEM. โดยมีวัตถุประสงค์ในการอธิบายและวิเคราะห์ผลภาพลักษณ์ทางด้านบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสอบถามของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตซีเจียง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และใช้แบบจำลอง SEM (Structural Equation Model) ในการวิเคราะห์ ค้นพบว่า ปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบริการประกอบด้วย เวลาในการให้บริการ จิตสำนึกในการบริการ พื้นที่ให้บริการ และทัศนคติในการให้บริการ

Gould (2014) ได้ศึกษาเรื่อง Libraries in Battle: An Analysis of the Image of the Library in Texts by Swift Borges and Sloan. มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ตำราของโจนาธาน สวิฟต์ , จอร์จ ลูอิส, บอร์เจส และ โรบิน สโลน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตำราแบบ close reading ร่วมกับทฤษฎีของ Frys และแนวคิดสัญวิทยาโดย Tancheva และ Stelmakh จากการศึกษาครั้งนี้ค้นพบว่า ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยความกลัวของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นภายในห้องสมุด ความกลัวทำให้เกิดความสับสน และสร้างบุคลิกการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ใช้ การสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวก จะช่วยให้ห้องสมุดรอดพ้นจากอารมณ์ที่สับสนและเต็มไปด้วยความคาดหวังของผู้ใช้ได้

Yoon (2014) ได้ศึกษาเรื่อง A Study on the Service Image of Public Library Focusing on Daejeon Metropolitan City. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาภาพลักษณ์ทางด้านบริการของห้องสมุดประชาชน เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ทางด้านบริการของห้องสมุดประชาชน และเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ทางด้านบริการ โดยสำรวจจากผู้ใช้อาคารสมุดกลางเมืองแทจอน ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) จำนวน 143 คน โดยมีผลการศึกษาดังนี้ 1. ผู้ใช้ให้คุณค่าของภาพลักษณ์ในด้านความน่าเชื่อถือและการเผยแพร่ข่าวสารมาก ส่วนคุณค่าของภาพลักษณ์ในด้านการบริการมีน้อย 2. คุณค่าของภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบริการมีปานกลาง 3. ภาพลักษณ์ในทางบวกของหอสมุดกลางเมืองแทจอน ได้แก่ การจัดสารสนเทศที่ใช้งานได้และมีความน่าเชื่อถือ การเผยแพร่สารสนเทศอย่างเป็นธรรม และการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ที่มองเห็นได้ ส่วนภาพลักษณ์ในทางลบของหอสมุดกลางเมืองแทจอน คือ การจราจรในการเข้าถึงที่ตั้งของหอสมุด การจัดหาข่าวใหม่ และความสับสนในการใช้บริการ 4. กลุ่มผู้สูงอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้คุณค่าในภาพลักษณ์ทางด้านบริการน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นจนถึงอายุ 60 ปี