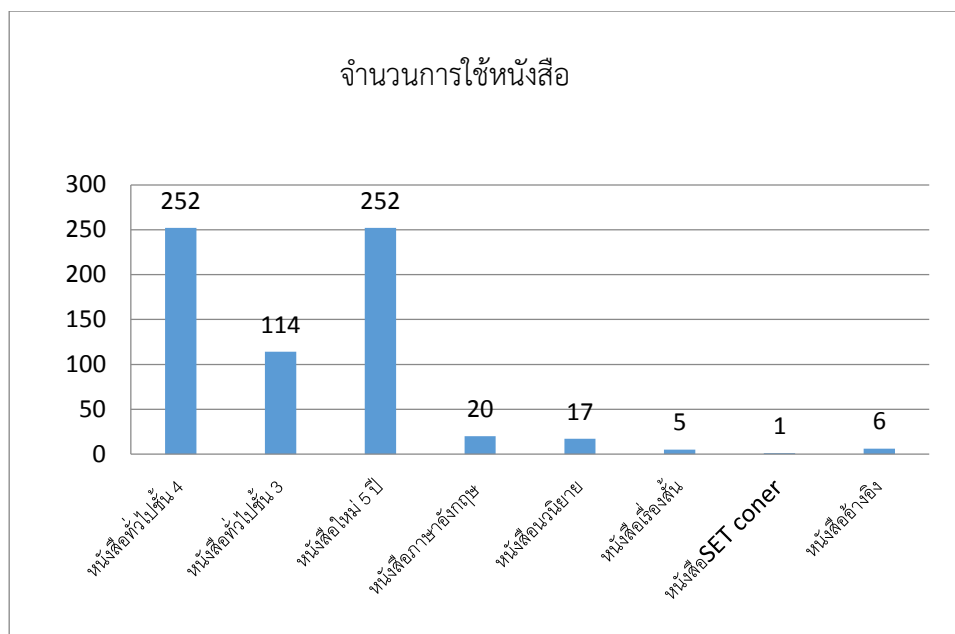


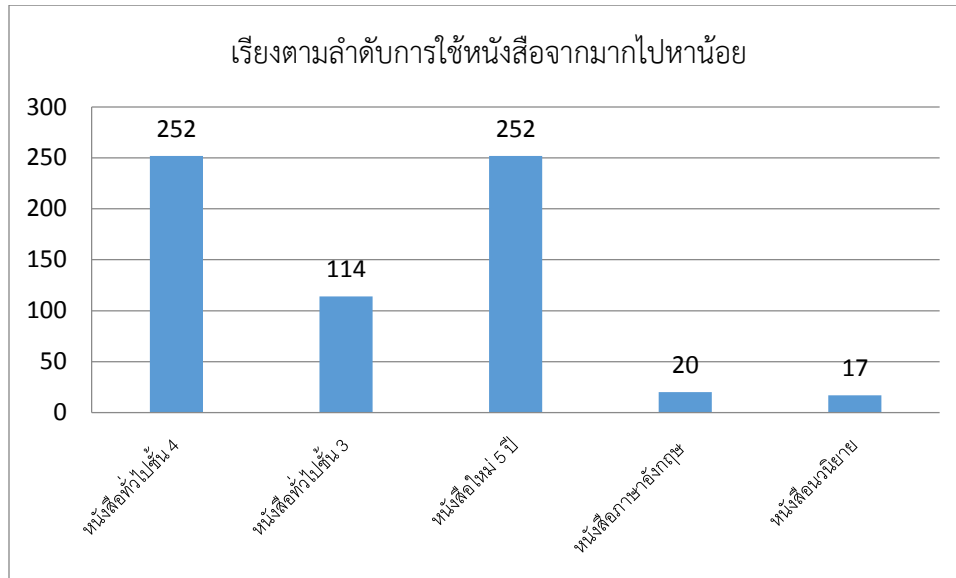
สถิติการใช้หนังสือสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เดือนมกราคม 2565



จากแผนภูมิที่ 1 แสดงสถิติการใช้หนังสือสำนักวิทยบริการฯ เดือนมกราคม 2565 โดยภาพรวมมีจำนวนการใช้หนังสือสำนักวิทยบริการฯจำแนกแต่ละเดือน พบว่า เดือนมกราคม มีการใช้หนังสือจำนวน 539 เล่ม หนังสือใหม่ 5 ปี จำนวน 77 เล่ม (ร้อยละ 14.28) หนังสือชั้น 3 จำนวน 114 เล่ม (ร้อยละ 21.15) หนังสือชั้น 4 จำนวน 252 เล่ม (ร้อยละ 46.75) หนังสือภาษาอังกฤษ จำนวน 20 เล่ม (ร้อยละ 3.71) หนังสือนวนิยาย จำนวน 17 เล่ม (ร้อยละ 3.15) หนังสือเรื่องสั้น จำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 0.37) หนังสือเยาวชน จำนวน 5 เล่ม (ร้อยละ 0.92) หนังสือSET Coner จำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ 0.18) หนังสืออ้างอิง จำนวน 6 เล่ม (ร้อยละ 1.11) หนังสือท้องถิ่น จำนวน 13 เล่ม (ร้อยละ 2.41) หนังสือหายาก จำนวน 6 เล่ม (ร้อยละ 1.11) หนังสือราชวงศ์ จำนวน 6 เล่ม (ร้อยละ 1.11) หนังสืออนุสรณ์งานศพ จำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ 0.18)

แนวโน้มของสถิติของการใช้หนังสือใน 1 เดือน พบว่ามีจำนวนและสัดส่วนลดลง หนังสือSET Coner และหนังสืออนุสรณ์งานศพ มีจำนวนผู้ใช้หนังสือน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.00) เนื่องจากมีการระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ทำให้มหาวิทยาลัยให้ประกาศให้มีการปรับรูปแบบการเรียนการสอน โดยเน้นการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ ในเดือนธันวาคม 2564 มีจำนวนและสัดส่วนของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เพราะมหาวิทยาลัยอนุญาตให้มีการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนได้ โดยเฉพาะในรายวิชาที่มีการฝึกปฏิบัติ



จากแผนภูมิที่ 2 แสดงให้เห็นถึงจำนวนและสัดส่วนของผู้ใช้หนังสือจำแนกพบว่า หนังสือทั่วไปชั้น 4 มีการใช้หนังสือมากที่สุด 252 เล่ม (ร้อยละ 50) โดยสามารถจัดอันดับหนังสือที่ใช้ 5 อันดับแรก คือ 1) หนังสือทั่วไปชั้น 4 2) หนังสือทั่วไปชั้น 3 3) หนังสือใหม่ 5 ปี 4) หนังสือภาษาอังกฤษ และ 5) หนังสือนวนิยายตามลำดับ เป็นหนังสือที่ใช้น้อยที่สุด (ร้อยละ 0.01)

จากจำนวนสถิติที่ลดลงของผู้ใช้บริการทั้ง 2 ประเภท ทำให้สำนักวิทยบริการฯ ได้มีแนวทางและกระบวนการดำเนินงานเชิงรุกดังนี้ (เป็นการแสดงผลสำเร็จถึงการทำงานที่ทำให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือมียอด 100%) ตัวอย่างการเขียน โดยให้เจ้าหน้าที่หาแนวทางที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเพิ่ม เช่น

1. จัดทำสื่อแนะนำหนังสือทันสมัยรอบ 5 ปี แนะนำห้องเรียนรู้ ห้องประชุม อบรม พื้นที่สร้างสรรค์ ด้วยคลิป/อินโฟกราฟิก
2. จัดส่งไปยังช่องทางต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักศึกษาและอาจารย์ ได้แก่ ไลน์ อีเมล เฟสบุค
3. จัดการอบรม..... เพื่อดึงดูดใจให้ผู้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น