

## บทความวิจัย (ก.ค. – ธ.ค. 2562)

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของ  
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ดร. จิตชิน จิตติสุขพงษ์, สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 อัญมณี ภูเพ็ชร, สาขาวิชาภาษาและการสื่อสาร, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 ทิชา ดาบทอง, สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 รุ่งทิวา อนุจร, สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 สกนทิพย์ ขิดสูงเนิน, สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำแนกตามเพศ ชั้นปี คณะ และเกรดเฉลี่ยสะสม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

## ผลการวิจัย มีดังนี้

1. ระดับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก
2. นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักศึกษาที่เรียนชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักศึกษาที่เรียนคณะต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคคล และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด ตลาดบริการ ส่งเสริมการบริการ

Received: April 17, 2019, Revised April 24, 2019, Accepted May 5, 2019

## Use of Marketing Services Strategy to Promote the Services of the Office of Academic Resources and Information Technology at Suan Dusit University

Dr. Jitchin Jittisukaphong, Humanities and Social Sciences, Library and Information Science, Suan Dusit University  
 Anyamas Phoophet, Language Literacy and Communication Science, Library and Information Science, Suan Dusit University  
 Wanticha Dabthong, Humanities and Social Sciences, Library and Information Science, Suan Dusit University  
 Rungtiwa Anujorn, Humanities and Social Sciences, Library and Information Science, Suan Dusit University  
 Sakuntip Chidsungnern, Humanities and Social Sciences, Library and Information Science, Suan Dusit University

### Abstract

The purpose of this research was to study and compare the use of marketing services strategy to promote the services of the Office of Academic Resources and Information Technology at Suan Dusit University based on gender, year of study, faculty and grade point average. A sample group was 385 undergraduate students who enrolled in 2018 academic year, drawn by stratified random sampling method and the data collection tool was a questionnaire. The statistics used for analyzing data were percentage, mean, and standard deviation, whereas t-test and one-way ANOVA were used for hypothetical testing.

The findings were as follows:

1. The level of the use of marketing services strategy was at the highest level for overall attributes. When considering on each attribute, it showed that students possessed the use of marketing services strategy at a high level in all attributes.
2. Different genders of students showed the significantly different levels of opinion on the use of marketing services strategy for overall attributes at .05 statistical level. When considering on each attribute, it showed that the product and process were significantly different at .05 statistical level.
3. Students' different year of study showed no significantly levels of opinion on the use of marketing services strategy for overall attributes. When considering on each attribute, it showed that the product and physical evidence were significantly different at .05 statistical level.
4. Students' different faculty had no significantly different levels of opinion on the use of market services strategy for overall attributes. When considering on each attribute, it showed that the people and process were significantly different at .05 statistical level.
5. Students' different grade point average showed no significantly different levels of opinion about use of market services strategy for overall attributes. When considering on each attribute, it revealed that the physical evidences were significantly differently at .05 statistical level.

**Keywords:** Marketing strategies, Market services, Promotion service.

คำขอบคุณ: งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากหลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

## บทนำ

การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญเป็นพื้นฐานที่จะพัฒนาสังคมให้สมาชิกในสังคมมีคุณภาพ ความรู้ ความสามารถ และคุณธรรม กล่าวคือ การศึกษาเป็นปัจจัยในการสร้างจิตสำนึกในการเป็นมนุษย์เป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยการถ่ายทอดความรู้ด้วยวิธีการต่างๆ สู่บุคคล ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 2) และ พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 3) ที่กล่าวถึงนิยามการศึกษาในมาตรา 4 ไว้ว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความรู้ความเข้าใจของบุคคลและสังคมโดยกระบวนการถ่ายทอดความรู้ การสร้างองค์ความรู้ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ให้เกื้อหนุนบุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2553: 2) อีกทั้งการจัดรูปแบบการศึกษานั้นมี 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ด้วยช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลายทุกคนสามารถแสวงหาความรู้ได้จากหลายช่องทางโดยไม่จำกัดแค่เพียงในห้องเรียนเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อในรูปแบบดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเองซึ่งเป็นเรียนรู้ตามความสนใจ ความต้องการและความถนัดของตนเอง แสวงหาแหล่งเรียนรู้ เลือกวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในส่วนนี้คือการศึกษาตลอดชีวิต สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 2) และ พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 3) ที่กล่าวถึงระบบการศึกษาใน มาตรา 15 ไว้ว่า การจัดการศึกษามี 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย โดยการศึกษาในระบบนั้นจะมีการกำหนดเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน ได้แก่ วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลา การวัดและการประเมินการศึกษาของผู้เรียน ในขณะที่การศึกษานอกระบบมีความยืดหยุ่นมากกว่าเนื่องจากมีการคำนึงถึงสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่มเป็นหลักแล้วจึงกำหนดรูปแบบ วิธีการจัดการเรียน วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการจัดการศึกษา การวัดและการประเมิน ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา และรูปแบบการเรียนรู้แบบสุดท้ายคือการศึกษาตามอัธยาศัย เป็นรูปแบบการศึกษาที่มีความเป็นอิสระ ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความถนัดและความสนใจจากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2553: 9 - 10)

จากบริบทข้างต้นที่ได้กล่าวมาจะพบว่าการเรียนรู้ของผู้เรียนจะพัฒนาได้อย่างรวดเร็วจำเป็นต้องมีแหล่งการเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือรองรับ แม้ว่าจะมีการกล่าวอ้างว่าแหล่งสารสนเทศที่สำคัญในปัจจุบันอยู่บนอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็วผ่านโปรแกรมค้นหา (Search engine) แต่สารสนเทศเหล่านั้นก็มีข้อจำกัดอยู่ที่ความน่าเชื่อถือ ยังไม่มีหน่วยงานที่จะเข้ามาจัดการและให้การยอมรับเหมือนกับแหล่งเรียนรู้ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะห้องสมุดได้รวบรวมสื่อที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชา เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือว่าเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีการรวบรวมและจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งห้องสมุดยังมีการจัดหมวดหมู่ให้กับสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการห้องสมุดสามารถเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเท่าเทียมซึ่งตรงกับการศึกษาตลอดชีวิตที่ผู้เรียนสามารถศึกษาได้ตามความสนใจ ประเทศไทยก็เล็งเห็นความสำคัญของแหล่งรวบรวมความรู้จึงได้มีการกำหนดแหล่งเรียนรู้ไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 2) และ พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 3) มาตรา 25 ไว้ว่า รัฐต้องส่งเสริมการดำเนินงานและการจัดตั้งแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตทุกรูปแบบ ได้แก่ ห้องสมุดประชาชน พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนพฤกษศาสตร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์การศึกษาและนันทนาการ แหล่งข้อมูล และแหล่งการเรียนรู้อื่นอย่างพอเพียงและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2553: 15)

อย่างที่ทราบกันดีว่าผู้ใช้บริการห้องสมุดมีจำนวนลดน้อยลงเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลเป็นไปได้ง่าย รวดเร็ว ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ ผ่านโปรแกรมค้นหาบนอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเข้าถึงความรู้ของผู้ใช้บริการห้องสมุด ทำให้ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีทางเลือกและมีแนวโน้มว่าจำนวนผู้ใช้บริการห้องสมุดจะลดลงเรื่อย ๆ แต่หากมองย้อนกลับไปห้องสมุดในประเทศมีผู้ใช้บริการน้อยอยู่เป็นทุนเดิม ด้วยปัจจัยหลัก ๆ สามประการคือ ผู้บริหารไม่ให้ความสนใจหรือการสนับสนุนเท่าที่ควร ความไม่นิยมอ่านหนังสือของคนไทย และห้องสมุดบางแห่งไม่มีงบประมาณรวมไปถึงทรัพยากรหรือบุคลากรทำให้ความก้าวหน้าหรือความพร้อมนั้นน้อย ผู้ใช้จึงเลือกที่

จะใช้อินเทอร์เน็ตแทนที่จะเข้าใช้บริการห้องสมุด สอดคล้องกับแนวโน้มของห้องสมุด (2554: ออนไลน์) ซึ่งเป็นบทความหนึ่งบนเว็บไซต์ของ สวทช. ที่ได้กล่าวว่า ผู้ใช้ห้องสมุดเป็นผู้กำหนดความต้องการและผลักดันให้ห้องสมุดจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ เนื้อหาที่ใช้ในการจัดเก็บโดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์เป็นประเด็นที่กล่าวถึงอย่างมากโดยยกตัวอย่างจากหอสมุดแห่งชาติว่าไม่สามารถรองรับสื่อสิ่งพิมพ์ได้ทั้งหมดอีกต่อไป และแนวโน้มของงบประมาณที่ลดน้อยลง

สถานการณ์ปัจจุบันบังคับให้บทบาทห้องสมุดต้องปรับเปลี่ยน ผู้บริหารและตัวบรรณารักษ์เองต้องมีความตื่นตัวและเริ่มปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยห้องสมุดปัจจุบันต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการให้บริการต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดยุคใหม่ การบริการต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและมีความทันสมัย มีทรัพยากรที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้บริการห้องสมุด อีกทั้งต้องพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้นอกจากนี้ยังต้องนำแนวการตลาดบริการมาใช้ในการส่งเสริมการบริการห้องสมุด ต้องปรับตัวและมีความรู้ทางด้านการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ปรับทัศนคติเกี่ยวกับห้องสมุดจากที่เป็นแหล่งวิชาการล้วน ๆ เป็นแหล่งที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ให้เปลี่ยนไปในรูปแบบที่ผู้ใช้เกิดความรู้สึกว่าการได้เข้าไปใช้ห้องสมุดได้รับความรู้และแรงบันดาลใจ ซึ่งการพัฒนาบริการสารสนเทศให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ต้องยึดความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นสำคัญ จะช่วยให้รู้ถึงความจำเป็นและความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น การบริหารงานห้องสมุดในอนาคตจะปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้าใช้บริการห้องสมุดเพิ่มขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด และการบริการสารสนเทศจะมีคุณภาพและประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดมากที่สุด

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เพื่อนำผลจากการวิจัยไปใช้ปรับปรุงแผนกลยุทธ์ทางการตลาดบริการและรูปแบบการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำแนกตามเพศ ชั้นปี คณะวิชา และเกรดเฉลี่ยสะสม

### วิธีวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คณะวิชา ได้แก่ คณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ โรงเรียนการทองเที่ยวและการบริการ โรงเรียนการเรือน และโรงเรียนกฎหมายและการเมือง โดยประชากรมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 10,323 คน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ในการหาจำนวนประชากร ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดการสร้างเครื่องมือดังนี้



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ชั้นปี คณะวิชา และเกรดเฉลี่ยสะสม เพื่อใช้หาความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำถามหลายตัวเลือก (Multiple choices question) ได้แก่

|                   |                             |            |               |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------|
| 1. เพศ            | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท | นามบัญญัติ | Nominal scale |
| 2. ชั้นปี         | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท | เรียงลำดับ | Ordinal scale |
| 3. คณะ            | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท | นามบัญญัติ | Nominal scale |
| 4. เกรดเฉลี่ยสะสม | เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท | เรียงลำดับ | Ordinal scale |

ส่วนที่ 2 สอบถามเรื่องการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการทำแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

|                             |         |   |       |
|-----------------------------|---------|---|-------|
| มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด  | เท่ากับ | 5 | คะแนน |
| มีความคิดเห็นด้วยเห็นมาก    | เท่ากับ | 4 | คะแนน |
| มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง    | เท่ากับ | 3 | คะแนน |
| มีความคิดเห็นด้วยน้อย       | เท่ากับ | 2 | คะแนน |
| มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด | เท่ากับ | 1 | คะแนน |

เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยที่ได้จากการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ประเภท Rating Scale 5 ระดับซึ่งใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นและแปลความหมายตามเกณฑ์

|                  |             |          |                         |
|------------------|-------------|----------|-------------------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | 4.21 – 5.00 | ความหมาย | มีความคิดเห็นมากที่สุด  |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | 3.41 – 4.00 | ความหมาย | มีความคิดเห็นมาก        |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | 2.61 – 3.40 | ความหมาย | มีความคิดเห็นปานกลาง    |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | 1.81 – 2.60 | ความหมาย | มีความคิดเห็นน้อย       |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | 1.00 – 1.80 | ความหมาย | มีความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และนำมาวิเคราะห์โดยการสังเคราะห์ความคิดเห็นเพื่อหาความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันแล้วนำมาหาความถี่เพื่อนำมาประกอบการอภิปรายผล

### 3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการทำวิจัยซึ่งได้นำเนินการสร้าง ดังนี้

(1) ศึกษาข้อมูล ลักษณะ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎี และแบบสอบถามจาก นภา มิ่งนันทน์ (2556: 84 - 91) แล้วนำมาสร้างเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

(2) ศึกษารายละเอียดวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางและขอบเขตในการสร้างแบบสอบถามการวิจัย

(3) ศึกษารูปแบบและวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมเนื้อหา ข้อมูล ปัญหา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่นำมาเป็นแนวทางในงานวิจัย

(4) นำแบบสอบถามปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

(5) นำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีศนา มัชฌิมา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สายสุตา ปันตระกูล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญญลักษณ์ ตำนานจิตร ตรวจสอบความถูกต้อง และได้ปรับแก้ไขแบบสอบถามตามผู้เชี่ยวชาญแล้ว

(6) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จแล้วไปตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร (Try - out) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ราย ซึ่งสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อนำมาคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of test) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์ของแอลฟา ( $\alpha$  Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach's Alpha)

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

(1) ขออนุญาตแนะนำตัวจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อนำหนังสือที่ได้ไปทำการติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของคณะผู้วิจัย ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2562 - 15 มีนาคม 2562

(2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิตตอบแบบสอบถามพร้อมให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามด้วยตัวของผู้ทำวิจัยเอง

(3) นำแบบสอบถามที่ได้กลับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้

(4) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(5) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

#### ผลการวิจัย และอภิปรายผล

##### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.20 เป็นเพศชายจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80

เมื่อจำแนกตามชั้นปี เป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 ซึ่งมีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาได้แก่ระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 ระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 ลำดับสุดท้ายได้แก่ระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20

เมื่อจำแนกตามคณะวิชานักศึกษาส่วนใหญ่เรียนอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาอันดับที่สอง ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อันดับที่สาม ได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 อันดับที่สี่ ได้แก่ โรงเรียนการเรือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และ โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 13.30 อันดับที่ห้า ได้แก่ คณะครุศาสตร์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 อันดับที่หก ได้แก่ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่อยู่ที่ 3.00 - 3.49 จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาอันดับที่สองได้แก่ 2.50 - 2.99 จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาอันดับที่สาม ได้แก่ 2.00 - 2.49 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 รองลงมาอันดับที่สี่ ได้แก่ 3.50 ขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ต่ำกว่า 2.00 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ส่วนที่ 2 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านหลักฐานทางกายภาพ ต้องการให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบของพื้นที่ให้บริการ เช่น แสงสว่าง เสียงรบกวน อุณหภูมิ และบรรยากาศต่าง ๆ ลำดับ รองลงมาคือด้านราคาต้องการให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศลดอัตราค่าถ่ายสำเนาเอกสารเป็นแผ่นละ 0.50 สตางค์ ตั้งแต่แผ่นแรก ด้านบุคคล ต้องการให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาบุคลากรให้มีบุคลิกภาพเต็มใจให้บริการ ด้านกระบวนการ ต้องการให้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรมีสื่อแสดงขั้นตอนการใช้บริการสารสนเทศต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ป้ายแสดงการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ และป้ายบอกชั้นหนังสือ เป็นต้น ด้านสถานที่ ต้องการให้ที่ตั้งของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถเข้าใช้ได้สะดวก ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้ขยายระยะเวลาการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศ และด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้จัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศแสดงหนังสือใหม่ทุกเดือน

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. ระดับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก
2. นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักศึกษาที่เรียนชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักศึกษาที่เรียนคณะต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคคล และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต พบว่า

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่านักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 คณะวิทยาการจัดการ และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ 3.00 - 3.49 แสดงว่านักศึกษาในกลุ่มดังกล่าวคือกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามวัตถุประสงค์พบว่า การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นควรขยายระยะเวลายืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ และเพิ่มจำนวนการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมายหลักมีความตั้งใจในการเรียน โดยพิจารณาจากเกรดเฉลี่ยสะสม จึงทำให้ผู้ให้บริการมีความต้องการที่จะนำทรัพยากรสารสนเทศไปใช้นอกห้องสมุด

ตัวอย่างเช่นหนังสือ ปัจจุบันให้ยืมจำนวน 5 เล่ม ระยะเวลา 10 วัน ซึ่งผู้ใช้บริการต้องการยืม 10 เล่มขึ้นไปและเพิ่มระยะเวลาเป็น 15 วัน เพราะจะช่วยลดความถี่ในการยืม-คืนหนังสือ และมีเวลาในการใช้หนังสือเพื่อทำรายงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2553: 75-78) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ สามารถอ่านและดาวน์โหลดเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ฉบับเต็มในห้องสมุดพัฒนาขึ้นสำหรับการใช้บริการได้ตลอดเวลา

ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าควรลดอัตราค่าถ่ายสำเนาเอกสารเป็นแผ่นละ 0.50 สตางค์ ตั้งแต่แผ่นแรก เนื่องจากว่าอัตราค่าพิมพ์เอกสารแพงเกินไป นักศึกษาบางคนได้รับเงินจากผู้ปกครองอย่างจำกัดและยังไม่สามารถทำงานหาเงินเองได้ แต่มีความจำเป็นต้องใช้จ่ายในพิมพ์เอกสารการทำรายงานหรือการเรียนในอัตราที่สูงมาก จึงมีความต้องการที่จะลดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์เอกสารต่าง ๆ ลงเพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2556 : 61 - 72) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่านักศึกษาต้องการให้ลดอัตราค่าถ่ายสำเนาเอกสารลง

ด้านสถานที่ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรมีการปรับปรุงที่ตั้งของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถเข้าใช้ได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2553: 75 - 78) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่าด้านสถานที่ หรือที่ตั้งของห้องสมุดสามารถเข้าใช้ได้สะดวกและจัดให้มีช่องทางการสื่อสารกับผู้ติดต่อได้หลายช่องทาง และผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2556 : 61-72) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ด้านสถานที่ พบว่านักศึกษาต้องการให้ที่ตั้งของห้องสมุดสามารถเข้าใช้ได้สะดวก เนื่องจากว่าที่ตั้งของสำนักวิทยบริการ ไม่มีป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อบอกที่ตั้งของสำนักวิทยบริการ และไม่มีการเอื้ออำนวยความสะดวกทางด้านการจอดรถให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสำนักวิทยบริการควรจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสามารถหาที่ตั้งของสำนักวิทยบริการได้ง่าย

ด้านส่งเสริมการตลาด สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรจัดแสดงหนังสือใหม่ทุกเดือน เพื่อต้องการทราบสื่อสิ่งพิมพ์ใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2556 : 61-72) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบว่านักศึกษาต้องการทราบความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ เนื่องจากนักศึกษาของมหาวิทยาลัยสวนดุสิตส่วนใหญ่มีความมีความสนใจในการหนังสืออ่านหนังสือที่สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาจึงมีความต้องการที่จะทราบว่าแต่ละเดือนมีหนังสืออะไรเข้าใหม่บ้าง เพื่อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ

ด้านบุคคล สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรพัฒนาบุคลากรให้มีบุคลิกภาพเต็มใจให้บริการ เนื่องจากผู้ใช้มีความคาดหวังในทุกครั้งที่มาใช้บริการว่าจะได้รับบริการที่ดีกลับไป เมื่อใช้บริการเกี่ยวกับห้องสมุดหรือสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ใช้ต้องการความช่วยเหลือทางด้าน การสืบค้น การยืม - คืนหนังสือ การช่วยเหลือหรือบริการที่เกิดจากความเต็มใจจะสามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของภาษินี ปานน้อย (2553: 75 - 78) ที่ได้ทำการศึกษา การบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ พบว่าด้านบุคคล ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐมีการจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรห้องสมุดประจำปี เพื่อพัฒนาทักษะความรู้และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จัดอบรมพัฒนาบุคลิกภาพในการบริการ

ด้านกระบวนการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรมีสื่อแสดงขั้นตอนการใช้บริการสารสนเทศต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ป้ายแสดงการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ และป้ายบอกชั้น



หนังสือ เป็นต้น เนื่องจากทรัพยากรสารสนเทศภายในสำนักวิทยบริการมีหลากหลายประเภท นักศึกษาบางคนอาจใช้ไม่เป็นในแต่ละประเภท การมีสื่อที่ช่วยแสดงขั้นตอนวิธีการใช้บริการจะช่วยให้อำนวยความสะดวกในการบริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนา มิ่งนันทน์ (2556 : 61 - 72) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่าด้านกระบวนการนักศึกษาต้องการให้ห้องสมุดมีสื่อแสดงขั้นตอนการใช้บริการสารสนเทศต่าง ๆ เช่นป้ายแสดงการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ และป้ายบอกหนังสือ เป็นต้น

ด้านหลักฐานทางกายภาพ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศควรปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบของพื้นที่ให้บริการ เช่น แสงสว่าง เสียงรบกวน อุณหภูมิ และบรรยากาศต่าง ๆ เนื่องจากสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นแหล่งความรู้และสถานที่ผ่อนคลาย การปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงาม อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการและสามารถใช้ประโยชน์ได้จะสามารถดึงดูดผู้ใช้ให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนา มิ่งนันทน์ (2556 : 61 - 72) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่าด้านหลักฐานทางกายภาพ นักศึกษาต้องการให้ดูความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ

2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต พบว่า

นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากนักศึกษาเพศชาย ต้องการขยายระยะเวลายืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ และเพิ่มจำนวนการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ในขณะที่ด้านกระบวนการ ให้ความสนใจเรื่องขั้นตอนการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เนื่องจากนักศึกษามีความต้องการลดความถี่ในการยืม-คืนหนังสือ และมีเวลาในการใช้หนังสือเพื่อทำรายงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของนิติพร สุนทรนนท์ (2551: 116) ศึกษาการคืนทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนดส่งของผู้ใช้บริการห้องสมุดจอห์น เอฟ. เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้กล่าวถึงแนวทางในการแก้ปัญหาการคืนทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนดส่ง โดยผู้วิจัยเสนอให้จัดหาทรัพยากรสารสนเทศที่มีเนื้อหาทันสมัยหรือมีความถี่ในการยืมบ่อยให้มีจำนวนมากขึ้นให้ต่ออายุการยืมได้มากกว่า 1 ครั้งกรณีไม่มีผู้อื่นจองเสนอแนะในระดับปานกลางได้แก่เพิ่มระยะเวลาให้ยืมมากขึ้นต่ออายุการยืมก่อนวันที่กำหนดส่ง 1 วันต่ออายุการยืมวารสารวิทยานิพนธ์และรายงานการวิจัยส่งข้อความแจ้งเตือนการคืนทรัพยากรสารสนเทศผ่าน E-mail หรือ SMS กำหนดจำนวนวันส่งทรัพยากรสารสนเทศทุกประเภทให้เหมือนกันแนะนำให้แจ้งหายเมื่อผู้ใช้บริการมาติดต่อและหาทรัพยากรสารสนเทศบนชั้นแล้วไม่พบจัดทำที่ค้นหนังสือเตือนให้คืนตามวันที่กำหนดส่งเสนอแนะในระดับน้อยได้แก่ทวงทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนดส่งทางไปรษณีย์ (ส่งจดหมายทวงถึงบ้าน)

นักศึกษาที่เรียนชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นปีแรกที่เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงต้องการเวลาในการปรับตัวสำหรับทำรายงานส่งผลให้เกิดการคืนทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พาชีน ติวานนท์ (2546: 43) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการเสนอแนะให้ต่ออายุการยืมโดยไม่ต้องถึงวันกำหนดส่ง

ในขณะที่ยังมีพื้นฐานทางกายภาพนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านพื้นฐานทางกายภาพมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 เนื่องจากมีเรียนในรายวิชาพื้นฐานที่เน้นการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีมากกว่าชั้นปีอื่นส่งผลให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ให้ความสนใจเรื่องภูมิทัศน์โดยรอบของพื้นที่ให้บริการ เช่น แสงสว่าง เสียงรบกวน อุณหภูมิ และบรรยากาศต่าง ๆ ที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายในการเข้าใช้บริการห้องสมุดสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรณิศา สุขศรี (2559 : 52) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้บริการห้องสมุดโรงเรียนวัดล่าง (บวรวิทยายน 3) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมากต่อเรื่องความกว้างขวางเพียงพอต่อการให้บริการ การถ่ายเทอากาศ และอุณหภูมิห้องเหมาะสม บรรยากาศภายในมีความสงบ

นักศึกษาที่เรียนคณะต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคคล และด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยนักศึกษาคณะครุศาสตร์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านบุคคลมากกว่าคณะอื่น ๆ เนื่องจากเห็นว่าบุคคลควรได้รับการพัฒนาให้มีบุคลิกภาพเต็มใจให้บริการเพราะผู้ใช้มีความคาดหวังในทุกครั้งที่มาใช้บริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีกลับไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมล เมษสวัสดิ (2549: 28) ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการสำนักงานหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่าความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ผู้ดำเนินการต้องคำนึงถึงทั้งในฐานะผู้ให้บริการ และจะต้องคาดคิดในฐานะของผู้รับบริการร่วมด้วยเพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้นได้

ในขณะที่ยังมีกระบวนการนักศึกษาคณะครุศาสตร์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านกระบวนการมากกว่าคณะอื่น เนื่องจากขั้นตอนการยืม - คืนทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ การมีสื่อที่ช่วยแสดงขั้นตอนวิธีการใช้บริการจะช่วยให้อำนวยความสะดวกในการบริการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริวุฒิ สิงห์หา และ ปัทมา ดงเจริญ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องระบบบริหารจัดการห้องสมุด โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID (Radio frequency identification) กรณีศึกษา ห้องสมุดโรงเรียนบรบือวิทยาคาร วัตถุประสงค์ของโครงการสารสนเทศธุรกิจฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์ออกแบบระบบบริหารงานจัดการห้องสมุดโดยประยุกต์การใช้เทคโนโลยี RFID กรณีศึกษา ห้องสมุดโรงเรียนบรบือวิทยาคาร ซึ่งมีรูปแบบการทำงานเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการยืม-คืนหนังสือ การเพิ่มหนังสือและการเรียกดูข้อมูลการออกรายงานต่าง ๆ ทำให้การทำงานประสานกันได้อย่างสัมพันธ์ จากความสำเร็จในการแก้ปัญหาด้วยเทคโนโลยี RFID ทำให้สามารถยืม-คืนหนังสือในห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับการศึกษาครั้งนี้ใช้โปรแกรม Microsoft Visual Basic.Net ร่วมกับ Microsoft SQL Sever (2005) ในด้านการจัดการข้อมูล ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนงานด้านข้อมูล มุ่งเน้นความรวดเร็วของการประมวลผลการจัดการรายงาน พร้อมทั้งสามารถกำหนดลักษณะได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก

นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านพื้นฐานทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยนักศึกษามีเกรดเฉลี่ย 3.00 - 3.49 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดบริการในการส่งเสริมบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านพื้นฐานทางกายภาพมากกว่านักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยในระดับต่างกันเนื่องจากนักศึกษากลุ่มนี้คือกลุ่มเป้าหมายหลักในการเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้เวลาในห้องสมุดเพื่อค้นคว้าทรัพยากรสารสนเทศ นั่งอ่านในส่วนที่ได้มีการจัดบริการไว้ให้จึงให้ความสนใจกับอากาศที่ถ่ายเท บรรยากาศที่เหมาะสมต่อการใช้บริการห้องสมุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ครอบบินส์ (Robbins. 1990: 206) ได้ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมว่าหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายนอกองค์การคือ การเป็นภาพรวมทั้งหมด ส่วนองค์การถือว่าเป็นส่วนประกอบย่อยที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกนั้น และองค์การจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้ ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยจาก

ความหมายของสภาพแวดล้อมที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถที่จะสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมหมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัว ๆ ตัวเราทั้งภายในและภายนอกองค์กรในขณะที่ปฏิบัติงาน ทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต หรือที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ และไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงานและผู้เรียน

### รายการอ้างอิง

- พรณิศา สุขัคี. (2559). ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้บริการห้องสมุดโรงเรียนวัดล่าง (บวรวิทยายน 3) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจะเข้เขต 1. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พาชื่น ดิวานนท์ (2546). รายงานการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. โคมทศน์, 24(1), 39 - 51.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2549). การประเมินคุณภาพการบริการสำนักงานหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ : สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภา มิ่งนัน. (2556). การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. งานวิจัยบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์. อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- นิติพร สุนทรนนท์. (2551). การคืนทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนดส่งของผู้ใช้บริการห้องสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารวิทยบริการ, 19(1), 105 - 119.
- แนวโน้มห้องสมุด. (2554). สืบค้นเมื่อ 2562, มกราคม 21, เข้าถึงได้จาก:  
<https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/3139-library-trends>
- ภาษิณี ปานน้อย. (2553). การบริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวุฒิ สิงห์คำ และปัทมา ดงเจริญ. (2554). โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจระบบบริหารจัดการห้องสมุดโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID (Radio frequency identification) กรณีศึกษา ห้องสมุดโรงเรียนบรบือ วิทยาการ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- Robbins, S. P. (1990). Organization theory: Structure, design and applications (3rd<sup>ed</sup>.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Library trends. Retrieved January, 21, 2019 from <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/3139-library-trends>
- Napa Mingnon. The use of marketing strategies to promote information services of the Office of Academic Resources and Information Technology Uttaradit Rajabhat University. Uttaradit :Uttaradit Rajabhat University. 2013.
- Nitiporn Soonthornnon. The return of John F. Kennedy Library Services, Prince of Songkla University. Academic Services Journal year 2008, 19(1), 105 - 119.
- Office of the National Education Commission. National Education Act BE 2542 (1999) Amendment (2<sup>nd</sup> edition) 2002 and (3<sup>rd</sup> edition) 2010. Bangkok :Authors.

PachuenTiwanon.A Survey of Library User's Satisfaction of the Service Provided by Thammasat University Libraries in academic year 2003. 24(1), 39 - 51.

PasiniPannoi. Alternative : Proactive Information Services for Public University Libraries. Bangkok : Graduated school, Ramkhamhaeng university. 2010.

PimolMeksawat. Service Quality Assessment of Central Library, Srinakharinwirot University. Bangkok : Central library, Srinakharinwirot University. 2006.

PranipaSukkhee.Students satisfaction on library service of watlang(borwornwitayayon 3) School, under chachoengsao primary educational service area office 1.Bangkok :Graduate School, Burapha University. 2016.

Robbins, S. P. Organization theory: Structure, design and applications(3rd<sup>ed</sup>). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1990.

SiriwutSingha and PattamaDongcharoen. Business Information Technology Project by Library Management SystemApplication of RFID technology (radio frequency identification), case studies of the Borabue School Library College.Mahasarakham: Mahasarakham University. 2011.

