


THE ANALYSIS OF MARKETING FACTORS TOWARDS A PROCESS
OF LIBRARY SERVICES: A CASE STUDY OF FACULTY OF
AGRICULTURAL TECHNOLOGY AT KING'S MONGKUT INSTITUTE OF
TECHNOLOGY LADKRABANG

CHUTIMA KAEWKERD

A Thesis Submitted in partial fulfillment of the Requirements
For the Master of Art Program in Library and Information Science
At Bansomdejchaopraya Rajabhat University
Academic Year 2007

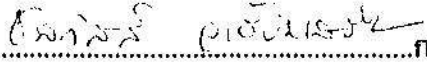
วิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
โดย นางชุตินา แก้วเกิด
สาขา บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ (การจัดการสารสนเทศเพื่อธุรกิจ)
ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลภัสส์ วงษ์ประเสริฐ
กรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์


.....ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายงานบัณฑิตศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.สายหยุด จำปาทอง)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลภัสส์ วงษ์ประเสริฐ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ หนูสวัสดิ์)


.....กรรมการและเลขานุการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลลดา พงศ์พัฒน์ โยธิน)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประกาศคุณูปการ

การดำเนินงานและจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ได้รับเกียรติจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภัทส์ วงษ์ประเสริฐ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลัญญา ณ ป้อมเพ็ชร เป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ .ชลลดา พงษ์พัฒน์โยธิน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิราภรณ์ หนูสวัสดิ์ กรรมการผู้ควบคุมสอบวิทยานิพนธ์ ได้กรุณาให้คำแนะนำ และข้อคิดเป็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์แก่ข้าพเจ้า และแนะนำเพื่อแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้า ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สายหยุด จำปาทอง ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เป็นอย่างอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา วิทวุฒิสักดิ์ ผู้ส่งลับที่ให้คำปรึกษา วิทยานิพนธ์ในช่วงเวลาเบื้องต้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้ตรวจแบบสอบถาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉวีวรรณ คุณากินันท์ รองศาสตราจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นมณี ขวัญเมือง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสัทธี แก้วชา และอาจารย์มนตรี คู่ควร

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร และสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ

ขอขอบคุณ คุณตรีรัตน์ แก้วเกิด และลูก ๆ ทุกคน ที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้าน และเป็นกำลังใจเป็นแรงผลักดันให้ข้าพเจ้าได้พยายามศึกษาจนสำเร็จ

สุดท้ายนี้คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแต่ทุกท่าน

ชุตติมา แก้วเกิด

ชุตติมา แก้วเกิด. (2550). การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการ ของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. คณะกรรมการควบคุม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภัสส์ วงษ์ประเสริฐ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ บ่อมเพ็ชร

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่วนประสมการตลาดในการบริการของห้องสมุด และเพื่อศึกษาปัญหาจากสภาพการดำเนินงานด้านบริการของห้องสมุด รวมทั้งเป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศ ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ ตลอดจนผู้ที่มาใช้บริการในห้องสมุด จำนวน 357 คน วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ชุด คือ สำหรับผู้ให้บริการ หรือบุคลากรของห้องสมุด และผู้ใช้บริการของห้องสมุด ทั้งนี้ได้วิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร เข้ามาใช้บริการในห้องสมุด 2-3 วันต่อสัปดาห์ โดยใช้บริการในช่วงเวลา 11.00-13.00 น. ใช้บริการสารสนเทศ คือ หนังสือ เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอนมากที่สุด ซึ่งวิธีการใช้ห้องสมุดจะเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการห้องสมุดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด และทำให้ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีความพึงพอใจมากที่สุด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การให้บริการหนังสือพิมพ์ ด้านช่องทางการให้บริการสารสนเทศ คือ บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ ด้านราคา คือ ค่าปรับหนังสือเมื่อส่งคืนเกินกำหนดเวลา ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การค้นหาทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจง ด้านสภาพของผู้ให้บริการ คือ มีบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่เหมาะสม ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการให้บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์ และด้านส่งเสริมการขายคือ มีสถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบห้องสมุด

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการคือ นักศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยทางการตลาดระดับปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการที่สังกัด ภาควิชาพืชสวน ภาควิชาเทคนิคเกษตร และภาควิชาปฐพีวิทยา มีความพึงพอใจระดับมาก กับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า พื้นที่ในห้องสมุดมีความคับแคบ โต๊ะ เก้าอี้ไม่เพียงพอ ควรจัดโต๊ะอ่านหนังสือแบบคนเดียว คอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นมีไม่พอ ควรจัดหาทรัพยากรสารสนเทศในทางวิชาการ รวมทั้งวารสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ ควรจัดให้มีบริการถ่ายเอกสารภายในห้องสมุด และมีการประชาสัมพันธ์เอกสารหรือข่าวสารใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดให้มากขึ้น

CHUTIMA KAEWKERD (2007) THE ANALYSIS OF MARKETING FACTORS TOWARDS
A PROCESS OF LIBRARY SERVICES: A CASE STUDY OF FACULTY OF
AGRICULTURAL TECHNOLOGY AT KING'S MONGKUT INSTITUTE OF
TECHNOLOGY LADKRABANG. GRADUATE SCHOOL
BANSOMDEJCHOPRAYA , RAJABHAT UNIVERSITY. ADVISORS:
ASST.PROF.DR. CHOLLABHAT VONGPRASERT AND ASSOC.PROF.
DR KUNKANYA NA-POMPHEE

This thesis has two purposes. One, to analyze the library services by applying marketing mix strategy (7P's) and two, to observe problems occurred in the process of services in order to make an improvement to faculty of Agricultural Technology's information services.

The quantitative research had collected 357 people including students, lecturers and authorities who took the library services as a sample. All data were obtained by two questionnaires which were confirmed the reliability by the alpha coefficient; one contains questions for service providers or library authorities and another for clients

The research found that a major group of the clients is female undergraduates from faculty of Agricultural Industry. Most of the clients use the services to find textbook in their field. They mostly use the library services 2-3 days per week during 11.00-13.00 hours and learn to manipulate library services by themselves

In analyzing the library services by applying 7P's, which comprises of 7 factors product, place, price, promotion, people, process and physical evidence, indicated that the most satisfied service matches with each factor, respectively, is providing newspapers, providing channels for borrowing and returning resources, setting over due-book fine, providing specific resources, appropriation of personality and appearance of library's authorities, providing resources online and providing resting area around the library.

When analysed by clients' features, the research shown that undergraduates are satisfied with all the marketing factors at the moderate level while those clients who

belong to Department of Horticulture, Department of Agricultural Technique and Department of Soil Science were satisfied at the high one with 7 factors of marketing.

In addition to the sample's point of view, they commended about restricted area of the library as well as its insufficient facilities such as tables, chairs and computers. They also suggested that the library should provide more private desks academic resources including both Thai and foreign journals, photocopy service service and should broadcast more of the library news.

สารบัญ

	หน้า
ประกาศคุณูปการ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
กรอบและแนวคิดของการศึกษา	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวความคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ	9
การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางการตลาดกับห้องสมุด	10
การสร้างความพึงพอใจเพื่อการให้บริการสารสนเทศ	12
แนวโน้มของแนวคิดทางการตลาด	16
เป้าหมายและปัจจัยสำคัญในการให้บริการสารสนเทศ	18
แนวคิดกลยุทธ์แบบส่วนประสมทางการตลาด	21
ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27 30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ตอนที่ 2 สภาพการใช้ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร	45
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบัณฑิตการตลาดในการบริการของห้องสมุด	47
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	78
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	80
วิธีดำเนินการวิจัย	80
สรุปผลการวิจัย	80
อภิปรายผลการวิจัย	82
ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	91
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการห้องสมุด	98
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม ชุดที่ 2 สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุด	104
ภาคผนวก ง ประวัติย่อผู้วิจัย	112

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แนวคิดการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป	10
2.	ประเด็นการพิจารณาเพื่อให้หน่วยงานประสบความสำเร็จ	12
3	จำนวนทรัพยากรการดำเนินงานของห้องสมุด	30
4.	จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย	35
5	จำนวนขนานกลุ่มตัวอย่าง	37
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	43
7	จำนวนและร้อยละของลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด	44
8	จำนวนและร้อยละของภาควิชาที่สังกัด	44
9	จำนวนและร้อยละของความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดต่อสัปดาห์	45
10	จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาใช้ห้องสมุด	46
11	จำนวนร้อยละของลักษณะสารสนเทศที่เข้ามาใช้บริการ	46
12	จำนวนร้อยละของจุดประสงค์ที่เข้ามาใช้ห้องสมุด	47
13	จำนวนและร้อยละของการทราบวิธีการใช้ห้องสมุด	48
14	ความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการของห้องสมุด	47
15	ความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามเพศ	49
16	ช่วงเวลาในการใช้บริการจำแนกตามเพศ	50
17	ลักษณะของสารสนเทศจำแนกตามเพศ	50
18	วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุดจำแนกตามเพศ	51
19	ความถี่ในการใช้ห้องสมุดจำแนกลักษณะตามผู้ใช้บริการ.....	51
20	ช่วงเวลาในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ	52
21	ลักษณะสารสนเทศในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ.....	53
22	วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุดในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ.....	54
23	ความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	55
24	ช่วงเวลาในการใช้บริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	56
25	ลักษณะสารสนเทศในการใช้บริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	58
26	วัตถุประสงค์การใช้ห้องสมุดจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	60
27	วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามเพศ.....	62

28	วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการ	63
29	วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามภาควิชาที่สังกัด	64
30	จำนวนและร้อยละของปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการห้องสมุด.....	67

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร ก่อตั้งมาพร้อมกับคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เมื่อปี พ.ศ. 2522 (รายงานประจำปี 2546) จัดเป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านการเกษตร มุ่งให้บริการสารสนเทศแก่นักศึกษาในวิชาชีพด้านเกษตรกรรม ทรัพยากรสารสนเทศส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่มุ่งเสริมสร้างประสิทธิภาพ และคุณภาพของบุคลากรในวิชาชีพนี้ ให้พัฒนายิ่งขึ้นไป โดยมีเจ้าหน้าที่จัดหา รวบรวม และจัดระบบทรัพยากรสารสนเทศทางด้านเกษตรศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้บริการสืบค้นสารสนเทศด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า สนับสนุนด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย ตลอดจนภารกิจด้านอื่น ๆ ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การจัดการศึกษาในปัจจุบัน มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีโอกาสแสวงหาความรู้ด้วยตนเองตามความสนใจและความถนัดของแต่ละบุคคล การจัดการเรียนการสอนเฉพาะในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว ย่อมเป็นการไม่เพียงพอ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการการเรียนรู้ได้อย่างครบถ้วน การค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากห้องสมุดทั้งใน และนอกเวลาเรียน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์โดยสมบูรณ์ สถาบันการศึกษาทุกแห่งจึงจำเป็นต้องจัดสร้างสถานที่เก็บสารนิเทศ ที่เรียกว่า ห้องสมุด หรือศูนย์สารนิเทศขึ้น เพื่อรวบรวมสารนิเทศต่าง ๆ ในรูปแบบที่หลากหลายไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้ (พวา พันธุ์เมฆา 2538: 2) ห้องสมุดจึงเป็นสถานที่ที่สำคัญต่อการเรียนการสอนในสถานศึกษามาก เพราะเป็นศูนย์รวมของวิชาการทั้งปวง เป็นงานที่ส่งเสริม ให้บริการวิชาการทั้งอาจารย์ ข้าราชการ และนักศึกษา รวมทั้งเป็นสถานที่ปลูกฝังรักการอ่านหนังสือ เป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สามารถที่จะศึกษาค้นคว้า และเรียนรู้ด้วยตนเองได้ เพื่อที่จะตอบสนอง ในด้านการพัฒนาการเกษตร (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 2546 : 6) จะเห็นได้ว่า งานบริการห้องสมุด มีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมห้องสมุดเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยตรง

ห้องสมุดเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา และทั้งระบบการศึกษา เพราะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้งที่อยู่ใน และนอกมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนให้แก่ นักศึกษา คือ มุ่งให้นักศึกษารู้จักหาวิธีเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการศึกษาค้นคว้าแสวงหาความรู้เพื่อนำไปสู่การคิดเป็น ทำเป็น และแก้ปัญหาได้ เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข พึ่งตนเองได้ อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสร้างสรรค์ พัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องได้รับการปฏิรูปให้เชื่อมโยงบทบาทของห้องสมุดเอง ให้เข้าสู่กระบวนการปฏิรูปการเรียนรู้ของสถานศึกษา การบริหารจัดการ และการบริการของห้องสมุดต้องตอบสนองความต้องการในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ของผู้ใช้บริการ (กุลธิดา ท้วมสุข และคณะ, 2548 : 16-34) งานบริการของห้องสมุด จึงถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการให้บริการของสมาชิก เพราะมีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวก ความสนใจ และความ ต้องการในการใช้บริการ ดังนั้น จึงควรมีการจัดบริการของห้องสมุด เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก และยังทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและเกิดทัศนคติที่ดีในการใช้ห้องสมุด (สุธณีย์ ขจัดภัย 2548 : 136-147) ผู้ใช้บริการห้องสมุดจะเกิดความประทับใจก็ต่อเมื่อ บริการที่ได้รับนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังได้ครบถ้วนตามที่มุ่งหวังไว้ (จิรภา สิมะจารี และคณะ 2548 : 6-12)

การบริหารจัดการห้องสมุดในยุคปัจจุบัน ซึ่งอยู่ระหว่างการปฏิรูปการศึกษาต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดหลายประการ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนแนวคิดให้ผู้ให้บริการ คือ ลูกค้าที่เปลี่ยนการบริการจากเชิงรับมาเป็นเชิงรุก จัดให้มีบริการเสมือนจริง สอนลูกค้าให้รู้จักเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อจะได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตลอดไป นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการคัดสรรสารสนเทศที่จะบริการลูกค้า (อภิย ประกอบผล 2543 : 24)

ปัจจุบันจึงนำแนวความคิดการตลาดมาใช้ในการบริการสารสนเทศของห้องสมุดเพื่อดึงดูดผู้ใช้ การตลาดจึงเป็นแก่นของความเจริญเติบโตขององค์กรสมัยใหม่ องค์กรที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องรู้จักนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้วางแผนดำเนินงาน การวางแผนกลยุทธ์ในการบริการสารสนเทศของห้องสมุด จึงให้ความสำคัญแก่ผู้ใช้ ได้แก่ สำรวจความต้องการของผู้ใช้ กำหนดระดับบริการที่ดึงดูดผู้ใช้ เป็นต้น (ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ 2548 : 96-97) วิธีทางการตลาดจะช่วยให้สถาบันบริการสารสนเทศสามารถบริหารจัดการกับทรัพยากรและงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด (พรธิดา วิเชียรปัญญา 2544 : 98) กลยุทธ์การตลาดจะช่วยให้ทราบถึงความจำเป็น ความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ และนำไปใช้ในการจัดการทรัพยากรเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดีที่สุด

ผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน และปัญหาการให้บริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื่องจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบส่วนประสมทางการตลาดนั้น มีองค์ประกอบที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของห้องสมุด โดยส่วนประสมทางการตลาด (7P) นั้นประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ข้อมูลหรือสารสนเทศและบริการสารสนเทศ ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการสารสนเทศ (Place) การส่งเสริมการใช้สารสนเทศและบริการ (Promotion) พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด (People) กระบวนการให้บริการสารสนเทศ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพการให้บริการสารสนเทศ (Physical Evidence) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2546 : 62-63)

จะเห็นได้ว่า งานบริการห้องสมุดมีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมห้องสมุดเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยตรง และเพื่อเป็นการส่งเสริมนักศึกษาได้ค้นคว้าหาความรู้ตามเจตนารมณ์ของหลักสูตรได้ ผู้วิจัยจึงสนใจได้วิเคราะห์การให้บริการในห้องสมุดของ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบส่วนประสมทางการตลาดนี้ เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่เหมาะสมกับการจัดการดำเนินงานของห้องสมุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า กลยุทธ์ทางการตลาดแบบส่วนประสมทางการตลาด เป็นแนวทางการแก้ปัญหาได้สอดคล้องกับปัญหาตามสภาพจริงของห้องสมุด ที่ต้องการให้ผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังเป็นข้อมูล เกี่ยวกับจุดอ่อน-จุดแข็งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการ และการบริหารงานของ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีเป้าหมาย เพื่อให้มีผู้ใช้บริการห้องสมุดเพิ่มมากขึ้น งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นข้อมูลแก่เจ้าหน้าที่บุคลากรและผู้บริหาร ในการวางแผนนโยบายเพื่อแสวงหาแนวทางแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาการบริหารจัดการห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังในด้านงานบริการสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่วนประสมการตลาดในการบริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. เพื่อศึกษาปัญหาจากสภาพการดำเนินงานในการบริการของห้องสมุด เป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาดังนี้เป็นการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน การให้บริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภายใต้กรอบแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบส่วนผสมการตลาด (Marketing mix, 7P's)

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งจะศึกษาแนวทางปรับปรุงการบริการของห้องสมุด ด้วยส่วนผสมทางการตลาด

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

2.1.1 บุคลากรในห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) ได้แก่ บรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่การให้ยืม-คืนหนังสือ

2.1.2 ผู้มาใช้บริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2549 ได้แก่ อาจารย์ข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ลูกจ้าง และนักศึกษา

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้จากกลุ่มประชากรในข้อ 2.1.2 โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ 2 ขั้นตอนอย่างเป็นระบบ (Stratified Systematic Random Sampling) จากจำนวนมาใช้บริการห้องสมุดทั้งหมด 3,250 คน แล้วนำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรของ Yamane (1973 : 727) ได้จำนวน 357 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- 1) เพศ
- 2) ลักษณะผู้เข้าใช้บริการห้องสมุด
- 3) ภาควิชาที่สังกัดในคณะเทคโนโลยีการเกษตร

3.1.2 ปัจจัยสนับสนุน

- 1) ความถี่ในการใช้บริการห้องสมุด

2) ลักษณะของสารสนเทศ

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดในการบริการห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- 1) ผลិតภัณฑ์
- 2) ราคา
- 3) ช่องทางในการให้บริการสารสนเทศ
- 4) การส่งเสริมใช้สารสนเทศและบริการ
- 5) พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด
- 6) กระบวนการให้บริการ
- 7) สิ่งแวดล้อมกายภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลยุทธ์ทางการตลาดในการจัดบริการของห้องสมุด

หมายถึง แผนการดำเนินงานห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้หลักส่วนประสมการตลาดเข้ามาช่วย เพื่อให้ห้องสมุดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อาจารย์ ช่างราชการ ลูกจ้าง นักศึกษาระดับปริญญาตรี และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย

2. ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factor)

หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์การ (เสรี วงษ์มณฑา 2547 : 17) ประกอบด้วย

2.1 ผลิตภัณฑ์ (product) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

2.1.1 ข้อมูลหรือสารสนเทศ ทั้งในรูปแบบของวัสดุตีพิมพ์และไม่ตีพิมพ์

2.1.2 บริการสารสนเทศ หมายถึง บริการของห้องสมุดที่จัดทำขึ้นเพื่อช่วยเหลือให้ผู้ได้รับสารสนเทศที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และตรงความต้องการ

2.2 ราคา (price) หมายถึง การกำหนดเวลาที่เสียไปของผู้ใช้บริการห้องสมุด เมื่อเปรียบเทียบกับเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานของผู้ที่มาใช้บริการต่อครั้ง โดยต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ถูกค้าต้องสูญเสียไป ตลอดจนความรู้สึกทางจิตใจที่ถูกค้าได้รับว่าเป็นไปตามที่คาดหมายไว้หรือไม่

2.3 ช่องทางการให้บริการสารสนเทศ (place) หมายถึง ช่องทางการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุด เช่น บริการผ่านห้องสมุด หรือผ่านระบบสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

2.4 การส่งเสริมการใช้สารสนเทศและบริการ (promotion) หมายถึง การสร้างการยอมรับในผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการชักชวนให้มีการใช้สารสนเทศและบริการมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การติดต่อโดยใช้บุคคล รวมทั้งการจัดกิจกรรมในงานห้องสมุด

2.5 บุคลากรในการให้บริการสารสนเทศ (people) หมายถึง บุคลากรฝ่ายบริการและฝ่ายบริหารของห้องสมุด

2.6 กระบวนการให้บริการสารสนเทศ (process) หมายถึง กระบวนการให้บริการสารสนเทศของห้องสมุด เช่น กระบวนการสืบค้นสารสนเทศ กระบวนการยืมสารสนเทศ

2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการสารสนเทศ (physical Evidence) หมายถึง อาคารสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ของห้องสมุด

3. ห้องสมุด

หมายถึง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4. การบริการ

หมายถึง งานที่ห้องสมุดจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ บริการค้นคว้าภายในห้องสมุด ด้วยหนังสือ วารสาร จุลสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกในการใช้ห้องสมุด เช่น การบริการตอบคำถาม ช่วยค้นคว้า เป็นต้น

5. ผู้ใช้บริการห้องสมุด

หมายถึง อาจารย์ ช่างราชการ ลูกจ้าง นักศึกษาระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา ภาคปกติ นักศึกษาปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา ภาคพิเศษ ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และบุคคลภายนอกที่มาใช้บริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

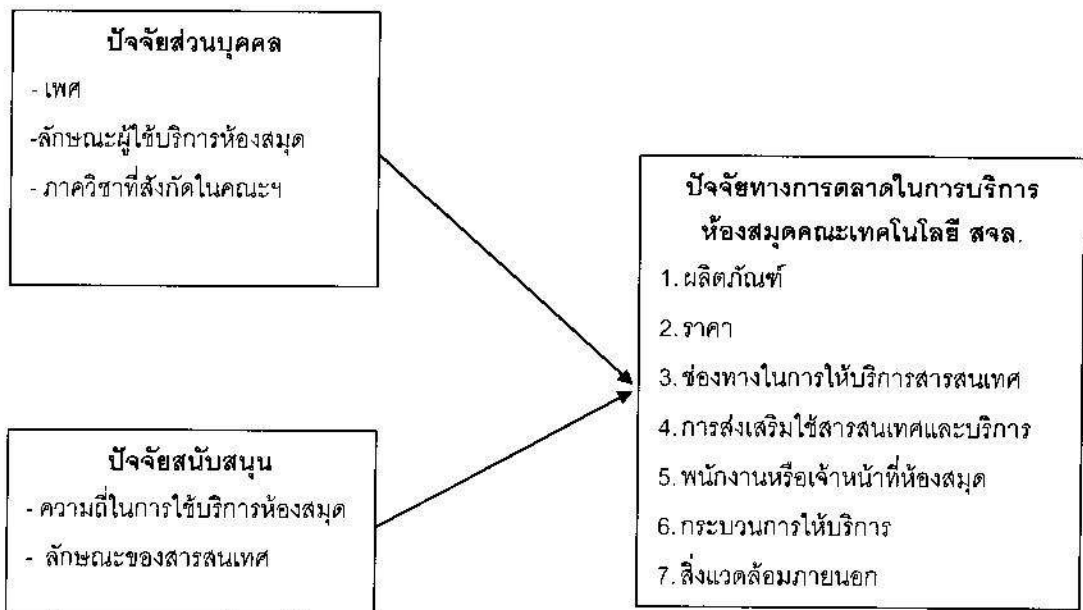
6. ผู้ให้บริการห้องสมุด

หมายถึง บรรณารักษ์ บุคลากร และผู้บริหารของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงาน และกลยุทธ์การตลาดแบบส่วนประสมการตลาดในการบริการของของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ทราบถึงปัญหาจากการดำเนินงาน ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงการบริการสารสนเทศของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. นำแนวทางที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของห้องสมุดให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดของการศึกษา



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน และปัญหาการให้บริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้กลยุทธ์แบบส่วนประสมการตลาด (7P's) โดยมีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวความคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ
2. การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางการตลาดกับห้องสมุด
3. การสร้างความพึงพอใจเพื่อการให้บริการสารสนเทศ
4. แนวโน้มของแนวคิดทางการตลาด
5. เป้าหมายและปัจจัยสำคัญในการให้บริการสารสนเทศ
6. แนวคิดกลยุทธ์แบบส่วนประสมทางการตลาด
7. ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ

การวางแผนด้านการตลาด นับเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนโดยรวมของสถาบันบริการสารสนเทศ เพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะเห็นได้จากวงการธุรกิจได้ทุ่มทุนอย่างมากมาในการโฆษณา ทั้งนี้เป็นผลมาจากการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการลงทุนในปัจจุบันจะมีการวิจัยตลาดก่อนศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ การตลาดจึงนับเป็นแก่นของความเจริญเติบโตขององค์กรสมัยใหม่ องค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องรู้จักนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน โดยเฉพาะสถาบันบริการสารสนเทศ ซึ่งเป็นองค์การที่ดำเนินงานโดยไม่หวังผลกำไร ได้เริ่มให้ความสนใจในการนำเอากลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการส่งเสริมการให้บริการ และงานบริการสารสนเทศ วิธีทางด้านการตลาดจะช่วยให้สถาบันบริการสารสนเทศสามารถจัดการกับทรัพยากร และงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด กลยุทธ์การตลาดจะช่วยให้ทราบถึงความจำเป็น และความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ และนำไปใช้ในการจัดการทรัพยากรให้สามารถจัดบริการ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ใช้ได้ดีที่สุด

ปัจจุบันห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศต้องรับภาระทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำบริการเชิงรุก (Active Marketing) จะทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สารสนเทศ และบริการใหม่ ๆ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการให้บริการมีการแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ มีการพัฒนา และฝึกฝนบุคลากรเพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนาทักษะและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพที่สามารถแข่งขันได้ ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย

การนำแนวคิดการตลาดมาใช้เริ่มแรกอาจจะไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ดังนั้นห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ จึงต้องสร้างความเชื่อถือ ศรัทธากับผู้ใช้โดยวิธีการต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่าวิธีการการตลาด เมื่อห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศได้นำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในระยะเวลาหนึ่งก็จะเกิดประสบการณ์ และความมั่นใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีความชำนาญ และเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้มากขึ้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางการตลาดกับห้องสมุด

การนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในงานห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ ผู้ทำการตลาดควรมีความเข้าใจถึงแนวคิดการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อก่อให้เกิดการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวคิดการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวคิดเดิม	แนวคิดใหม่
1. การตลาดของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ เริ่มพร้อมกับการก่อตั้งการตลาดขององค์กร	1. การตลาดของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ เริ่มเกิดขึ้นพร้อมกับการตกลงของผู้บริหาร (Director) การตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะประสบความสำเร็จและล้มเหลวหากเริ่มต้นไม่ดี และข้อควรระวัง คือ การสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ในองค์กรแบบเดิม
2. การตลาดของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ คือการปลูกให้ผู้ใช้มีความตื่นตัวต่อความต้องการ	2. การตลาดของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ คือ การปรับปรุงบริการและกิจกรรม สำหรับให้บริการแก่ผู้ใช้ และการปรับปรุงความต้องการของผู้ใช้ ในอดีตผู้ใช้บริการมักเน้นการตลาดเป้าหมาย ที่กลุ่มปัญญาชน เน้นการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ แทนที่จะเน้นการใช้วิธีการแสวงหาสารสนเทศ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แนวคิดเดิม	แนวคิดใหม่
3. การตลาดของห้องสมุด และศูนย์สารสนเทศ จะทำได้โดยบรรณารักษ์มืออาชีพ เพราะทำความเข้าใจกับผู้ใช้ได้ง่าย	3. การตลาดของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ จะต้องใช้ นักการตลาดมืออาชีพ เพราะนักการตลาดเข้าใจ เทคนิค วิธีการ ในการแสวงหาความต้องการของผู้ใช้ และสามารถสนองตอบ ความต้องการได้ตรง
4. ปรัชญาเดิมของห้องสมุดคือ การบริการผู้ใช้ อย่างเท่าเทียมกัน	4. ปรัชญาใหม่ของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศคือ ต้อง จัดลำดับความสำคัญของการบริการผู้ใช้ให้เหมาะสม กับศักยภาพและคุณค่าของผู้ใช้
5. ในทัศนะเดิมห้องสมุดคิดว่าผู้ใช้จะไม่ชอบ ให้ไปตรวจสอบความต้องการของเขา	5. ในทัศนะใหม่นั้นผู้ใช้จะยินดีในการเข้าร่วมโครงการ บริการใหม่ ๆ ของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ
6.ความสำเร็จของการตลาดจะปรับปรุง โอกาส ของห้องสมุด การตลาดจะประสบ ความสำเร็จ ถ้าห้องสมุดไม่มีปัญหางบประมาณ และวัดด้วยระดับเงินอุดหนุนห้องสมุด	6. ความสำเร็จของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศวัดได้จากการยอมรับของผู้ใช้ในการใช้บริการใหม่ ๆ
7. การตลาดของห้องสมุด จะเกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ ห้องสมุด จะเน้นเรื่องความดีงามของห้อง สมุด และปิดบังข้อบกพร่องของห้องสมุด	7. การตลาดคือการคาดการณ์ที่จะพัฒนา ภาพลักษณ์ของ ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ ในทัศนะของผู้ใช้และผู้ อุดหนุนทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง กับ จังหวะการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง และเชิงมิโนภาพที่ ตระหนักถึงภาพลักษณ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป็นการคาดหวังว่า จะสามารถสร้างภาพ ลักษณ์ตาม ความต้องการของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ
8. คำจำกัดความเดิมของ การจัดงบประมาณ จะวัดผลในเรื่องทรัพยากรทางกายภาพและ การกำหนดจำนวนทรัพยากรที่จัด หามาได้ พื้นฐานของความมีเหตุมีผลหมายถึง ประวัติ ที่ผ่านมา และอยู่ในอำนาจของผู้บริหาร	8. ในห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศที่ยึดด้านการตลาด "พื้นฐานความมีเหตุมีผล" มีความหมายอื่น งบประมาณ ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศจัดสรร เพื่อสะท้อนระดับ ของการทำการตลาด ในการกำหนดการแบ่ง และการ ควบคุมทรัพยากรที่สนองตอบความต้องการของผู้ใช้
9. เมื่อมีงบประมาณไม่เพียงพอ นักสารสนเทศ มักเชื่อว่า ไม่มีประโยชน์และหมดหวังที่จะคิด ถึงในแง่ของโครงการด้านการตลาด และ สถานภาพอาชีพที่ไม่ทัดเทียมกันเป็นข้อจำกัด ในการดำเนินงานด้านการตลาดของห้องสมุด	9. สถานภาพทางอาชีพที่ไม่ทัดเทียมกันเป็นความจริงที่ต้อง แก้อีกอย่างมีเหตุผลและใช้การตลาดที่ยึดการค้นหาและ แสวงหาการสนับสนุนจากผู้ใช้กลุ่มใหม่ ๆ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แนวคิดเดิม	แนวคิดใหม่
10. สภาพการเงินทำให้โครงการรูกทาง การตลาดเป็นสิ่งสุดเอื้อมสำหรับห้องสมุด	10. โครงการทางการตลาดที่สร้างสรรค์ เป็นหนทางที่จะปลดเปลื้องความสิ้นหวังทางการเงิน

ที่มา : พรธิตา วิเชียรปัญญา 2544 : 98-106

การสร้างคามพึงพอใจเพื่อการให้บริการสารสนเทศ

นอกจากจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ผู้ปฏิบัติงานในห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ ยังจะต้องทราบถึงแนวคิดของการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสารสนเทศ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบสำเร็จผลควรคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ รวมทั้งข้อดี และข้อจำกัดของประเด็น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประเด็นการพิจารณาเพื่อให้หน่วยงานประสบความสำเร็จ

ประเด็น	ข้อดี	ข้อจำกัด
1. การมีคุณภาพที่เหนือกว่า	การมีคุณภาพไม่ดี ลูกค้าอาจได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	1. คุณภาพมีความหมายกว้าง การกล่าวอ้างถึงคุณภาพโดยไม่มีกรนิยาม หรืออธิบายให้ชัดเจน ก็อาจจะไม่มีความหมายเช่นกัน 2. ไม่สามารถบอกถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพียงดูด้วยตาเท่านั้น และบางคนอาจแยกไม่ได้เนื่องจากมองจากรูปลักษณ์ภายนอกดูเหมือนกัน 3. ในบางธุรกิจเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากเกินไปแต่กลุ่มลูกค้าอาจจะมีน้อยรายที่ต้องการคุณภาพมาก ๆ เช่นนั้น
2. บริการที่เหนือกว่า	ทุกคนต้องการบริการที่ดี	ลูกค้านิยามการบริการที่ดีแตกต่างกัน
3. ราคาที่ต่ำกว่า	จะถูกคนจึงชอบซื้อ	1. การตั้งราคาถูก ทำให้ธุรกิจใหม่ ๆ เข้ามาแข่งขันได้ทุกเมื่อ 2. ราคาถูกลง ลูกค้าจะมองว่าไม่มีคุณภาพ ดังนั้น การตัดสินใจซื้อไม่ใช้อยู่ที่ราคาเพียง อย่างเดียว

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็น	ข้อดี	ข้อจำกัด
4. การมีส่วนแบ่ง การตลาดสูง	ผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง มัก จะทำเงินมากกว่าคู่แข่งที่มีส่วนแบ่ง ตลาดน้อยกว่า เพราะธุรกิจจะได้ ประโยชน์จากขนาดการผลิต/ตรา สินค้าที่ลูกค้าจำได้ มีชื่อเสียงมาก	แต่ไม่เสมอไปเพราะธุรกิจใหญ่ ๆ หลายราย อัตรากำไรต่ำกว่าธุรกิจเล็ก ๆ
5. การปรับตัวให้ตรง กับความต้องการ ของลูกค้า	มีลูกค้า / ผู้ใช้ที่มีความต้องการให้ ผู้ชาย/ผู้ให้บริการปรับผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อสนองความต้องการ ของตน	การตอบสนองความต้องการอาจจะก่อให้เกิด การลงทุนที่สูงเกินไปจนไม่สามารถสนอง ความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้
6. การปรับปรุง ผลิตภัณฑ์/บริการ อย่างต่อเนื่อง	การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการถือ ว่าเป็นสิ่งที่มีค่าเสมอกับองค์กร	แต่ผลิตภัณฑ์/บริการบางตัวปรับปรุงจนถึง ที่สุดแล้วและการปรับปรุงครั้งต่อ ๆ ไป ก็ อาจจะไม่มีความหมายแล้ว
7. การคิดนวัตกรรม/ บริการใหม่ ๆ	การสร้างผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มักสร้างผลกำไร	แต่ผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ ก็ใช่ว่าจะประสบ ความสำเร็จเสมอไป
8. การเข้าสู่ตลาด/ ผู้ใช้บริการที่มีอัตรา เติบโตสูง	จะสร้างผลกำไรอย่างรวดเร็วแต่มี น้อยรายเท่านั้นที่ประสบ ความสำเร็จ	ตลาด/ผู้ใช้บริการที่การเติบโตเร็ว ทำให้ต้อง ลงทุนอย่างหนักเพื่อรักษาความเป็นผู้นำและ ความทันสมัยอยู่เสมอ
9. การตอบสนองที่เกิน ความคาดหวังของ ลูกค้า	ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จคือ สามารถตอบสนองเกินความ คาดหวังของลูกค้า	ลูกค้า/ผู้ใช้บริการจะเพิ่มความคาดหวังสูงขึ้น เรื่อย ๆ ทำให้เกิดความสับสนและยุ่งยาก

ที่มา : พรธิดา วิเชียรปัญญา 2544 : 98-106

ลักษณะและหน้าที่ของบรรณารักษ์

ห้องสมุด เป็นแหล่งรวมสารสนเทศ เพื่อการศึกษา ค้นคว้า วิจัย เพื่อสนองตอบต่อการเรียน การสอน การค้นคว้า วิจัย แก่นักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ นักวิจัย ตลอดจนคนเป็นแหล่งศึกษาหา ความรู้แก่บุคคลทั่วไป สำหรับบริการของห้องสมุด นอกจากบริการยืม-คืนหนังสือที่เป็นที่รู้จักกัน โดยทั่วไปแล้ว บริการหลักที่สำคัญบริการหนึ่งคือ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า เป็น บริการที่ห้องสมุด ได้จัดให้มีขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้ในเรื่องของการเข้าถึง และการใช้ ทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่สำนัก หอสมุดกลางได้จัดหา มาไว้ให้บริการ และเพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ดังกล่าวให้

เกิดประโยชน์ให้มากที่สุด มิใช่เพียงเพื่อการอ่าน แต่ให้หมายถึง การใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยอย่างจริงจัง และกว้างขวางด้วย

บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าวิจัยนี้ เป็นงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้โดยตรง บรรณารักษ์จะเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ใช้กับสื่อสารสนเทศต่าง ๆ โดยจะทำหน้าที่ให้บริการค้นหาสารสนเทศ และช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรสารสนเทศอย่างถูกต้องเหมาะสม คຸ້ມคຸ້ມกับเงินงบประมาณในการจัดซื้อจัดหา การจัดดำเนินงานต่าง ๆ และเป็นไปอย่างรวดเร็วตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย ครบคลุมรายละเอียดตามเนื้อหาที่ต้องการ โดยมีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพในด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว และสามารถสืบค้นได้อย่างกว้างขวาง ทั้งจากรายการทรัพยากรที่ห้องสมุดมี และจากสถาบันบริการสารสนเทศอื่น ๆ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะสารสนเทศสาขาวิชาต่าง ๆ ที่มีการพัฒนา และเผยแพร่มากมายอย่างรวดเร็วบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้น บริการตอบคำถาม และช่วยการค้นคว้าของห้องสมุด ประกอบด้วย (www.lib.ru.ac.th)

1. **บริการตอบคำถาม (Reference Service)** เป็นบริการช่วยผู้ใช้ในการค้นหาคำตอบที่ต้องการ ซึ่งผู้ใช้อาจสอบถามด้วยตนเอง ที่โต๊ะบริการตอบคำถาม สอบถามทางโทรศัพท์หรือทางไปรษณีย์ ลักษณะของคำถามอาจเป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับห้องสมุด เช่น คำถามเกี่ยวกับแหล่งจัดเก็บและบริการหนังสือ วารสาร วัสดุไม่ตีพิมพ์ ระบบการจัดหมวดหมู่หนังสือ สัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น หรืออาจเป็นคำถามที่ต้องใช้หนังสือ หรือหลักฐานอ้างอิงในการค้นหาคำตอบ หรืออาจเป็นเรื่องของการแนะนำหนังสือ วารสาร วัสดุสารสนเทศอื่น ๆ ให้เลือกอ่านตามความสนใจ

2. **บริการช่วยค้นคว้าวิจัย (Research Service)** เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้ห้องสมุดในการค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัย ซึ่งบรรณารักษ์จะทำการติดตามข่าวสารความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา จัดหา รวบรวม จากหนังสือ วารสาร เอกสาร ทั้งที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ฐานข้อมูลซีดีรอม ฐานข้อมูลออนไลน์ต่าง ๆ จัดทำคู่มือ/เครื่องมือ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูล สารสนเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การจัดบริการมีดังนี้

2.1 **บริการสืบค้นข้อมูล หรือบริการช่วยค้นคว้าวรรณกรรมในแขนงวิชาใดวิชาหนึ่ง** อย่างละเอียด ในหัวข้อ ปัญหา หรือเรื่องราวในสาขาวิชาที่กำลังศึกษาวิจัย โดยการสืบค้นรวบรวมรายชื่อหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสาร วรรณกรรมจากฐานข้อมูล และวัสดุสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ ซึ่งอาจจัดทำสาระสังเขปประกอบไปด้วยเพื่อช่วยประหยัดเวลาในการอ่านของผู้ใช้

2.2 **บริการจัดทำดรรชนี** เพื่อเป็นคู่มือในการค้นหาสารสนเทศจากทรัพยากร ห้องสมุด เช่น ดรรชนีวารสารที่ห้องสมุดบอกรับ และเนื่องจากบางครั้งการสร้างดรรชนีค้นจากการทำรายการ

ของห้องสมุดอาจไม่ละเอียดพอ และมีสารสนเทศบางรายการที่มีคุณค่าต่อการศึกษาค้นคว้าซ่อนอยู่ สิ่งพิมพ์บางรายการจัดทำดรรชนีเฉพาะชื่อเรื่องเท่านั้น หรือสิ่งพิมพ์บางเล่มมีเนื้อหาหลายเรื่องอยู่ในเล่มเดียวกัน การสร้างดรรชนีคำค้นอาจไม่ครอบคลุมทั้งหมด เช่น หนังสืออนุสรณ์ หนังสือรวมบทความ เอกสารการประชุมสัมมนาต่าง ๆ หนังสือราชกิจจานุเบกษา สยามจดหมายเหตุ เป็นต้น จึงเป็นหน้าที่ของบรรณารักษ์บริการตอบคำถาม ที่จะต้องสร้างเครื่องมือในการค้นหา เพื่อให้สามารถเข้าถึงและสามารถบริการสารสนเทศแก่ผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว

2.3 บริการจัดทำสาระสังเขป สาระสังเขปแต่ละรายการ ให้รายละเอียดทางบรรณานุกรม อย่างครบถ้วน ได้แก่ ผู้แต่ง ชื่อเรื่อง สถานที่พิมพ์ สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ พร้อมเนื้อหาสาระที่สำคัญโดยสรุป ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดเวลาของผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้ได้อ่านสาระสังเขปจะสามารถทราบได้ว่าหนังสือ สิ่งพิมพ์ วัสดุสารสนเทศนั้น ๆ ตรงกับความต้องการหรือไม่ และหากสนใจจะอ่านฉบับเต็มก็สามารถติดตามหาอ่านได้ง่าย ซึ่งขณะนี้ห้องสมุดได้จัดบริการสาระสังเขปวิทยานิพนธ์ สาระสังเขปหนังสือ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ผู้ใช้หาอ่านได้ที่หน่วยงานผู้ให้บริการสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท/สาขาวิชา

3. บริการยืมระหว่างห้องสมุด เป็นบริการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ห้องสมุดในกรณีที่ห้องสมุดไม่มีรายการทรัพยากรสารสนเทศที่ผู้ใช้ต้องการ ไม่สามารถจัดหาบริการได้ทันกับความต้องการ หรืออาจด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณที่ไม่ว่าห้องสมุดใด ๆ ก็ไม่สามารถจัดหาหนังสือทุกเล่ม วัสดุสารสนเทศทุกรายการที่มีผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายมาไว้ให้บริการในห้องสมุดของตนได้ หรือรายการสารสนเทศนั้นไม่มีจำหน่าย หรือจำหน่ายหมดแล้วและไม่ผลิตซ้ำอีก ซึ่งบรรณารักษ์จะทำการสืบค้นตรวจสอบว่ารายการนั้น ๆ มีให้บริการในสถาบันบริการสารสนเทศใด สามารถขอยืมฉบับจริงมาให้กับผู้ใช้ได้หรือไม่ หรืออาจขอทำสำเนาเอกสารมาให้บริการ บริการนี้จะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลน หรือความไม่พอเพียงของทรัพยากรของห้องสมุดได้ และยังช่วยประหยัดงบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรห้องสมุดได้ด้วย

4. บริการจัดทำบรรณานุกรม เป็นการรวบรวมรายชื่อหนังสือ บทความวารสาร หนังสือพิมพ์ หรือสื่อสารสนเทศอื่น ๆ เช่น แผนที่ รูปภาพ ฯลฯ โดยบรรณารักษ์บริการตอบคำถาม จะทำการรวบรวมรายการสารสนเทศเหล่านี้ นำมาจัดเรียงตามหลักเกณฑ์การจัดทำบรรณานุกรม ซึ่งอาจจัดเรียงแยกตามประเภทของสื่อสารสนเทศ หรืออาจเรียงทุกประเภทรวมกันก็ได้

การจัดทำบรรณานุกรมนี้ อาจจัดทำเฉพาะเรื่องตามความต้องการของผู้ใช้ หรืออาจเป็นบรรณานุกรมเรื่องที่น่าสนใจก็ได้ ทั้งนี้เป็นการคาดคะเนถึงความต้องการใช้สารสนเทศของบรรณารักษ์บริการตอบคำถาม ที่ได้สัมผัสกับผู้ใช้โดยตรง และเป็นผู้ที่ต้องติดตามข่าวสารความรู้

หลักสูตรการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยอยู่เสมอ โดยจะคำนึงถึงขอบเขตเนื้อหาของเรื่องที่จะรวบรวม ความทันสมัยของวัสดุสารสนเทศ การลงรายการ วัตถุประสงค์ในการใช้ ทั้งนี้รายการบรรณานุกรมอาจมีสาระสังเขปประกอบด้วย เพื่อช่วยประหยัดเวลาในการอ่านให้กับผู้ใช้

บริการจัดทำบรรณานุกรมนี้หมายรวมถึง การให้ความช่วยเหลือแนะนำในการค้นหา รายละเอียดทางบรรณานุกรม กรณีที่ผู้ใช้ห้องสมุดต้องการทราบรายละเอียดทางบรรณานุกรม หนังสือ เอกสาร วัสดุสารสนเทศที่ต้องการ แต่ไม่สามารถค้นหาได้ และรวมถึงบริการแนะนำการเขียนบรรณานุกรมซึ่งก็เป็นอีกบริการหนึ่งที่บรรณารักษ์ตอบคำถามจะต้องให้คำแนะนำปรึกษา เพราะในการเขียนผลงานทางวิชาการ การทำรายงานการค้นคว้าวิจัย วิทยานิพนธ์ นั้นจำเป็นต้องเขียนอ้างอิงเพื่อเป็นหลักฐานและข้อเท็จจริง ตลอดจนเพื่อเป็นการแสดงความเคารพต่อเจ้าของผลงาน และรวมถึงในแง่ของสิทธิสิทธิ์ผลงานด้วย บางครั้งผู้สร้างสรรค์ผลงานอาจไม่แน่ใจในหลักการเขียนอ้างอิงทางวิชาการ บรรณารักษ์ตอบคำถามจะคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือ

5. **บริการสอนการใช้ห้องสมุด** เป็นอีกหน้าที่หนึ่งที่สำคัญของบรรณารักษ์บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า ที่จะต้องสอนให้ผู้ใช้ห้องสมุดให้รู้จักใช้ห้องสมุดได้ด้วยตนเอง คือ ให้ผู้ใช้ได้รู้จักห้องสมุด ใช้บริการต่าง ๆ ของห้องสมุด ใช้หนังสืออ้างอิง ทรัพยากรสารสนเทศในสาขาวิชาต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบทั้งหนังสือ วารสาร จุลสาร เอกสาร กฤตภาค ฐานข้อมูล และอื่น ๆ ตลอดจนรู้จักใช้เครื่องมือ/คู่มือ ในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการศึกษา ค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ ที่ห้องสมุดจัดหาให้บริการให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุด โดยใช้เวลาน้อยที่สุด ทั้งนี้การสอนการใช้ห้องสมุดจะทำให้ผู้ใช้คุ้นเคยกับวัสดุสารสนเทศต่าง ๆ ในห้องสมุด ผู้ใช้มีทักษะในการที่จะแสวงหาสารสนเทศตามความต้องการได้อย่างอิสระเสรี

แนวโน้มของแนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมีความรวดเร็วมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กร นอกจากนี้การตลาดยังสร้างความท้าทายใหม่ ๆ ที่องค์กรต้องหาคำตอบให้ได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติทางการตลาดที่จะมีผู้เสนอแนวคิด เทคนิควิธีการทางการตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ แนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การกล่าวถึงแนวโน้มทางการตลาดซึ่งห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศสามารถนำแนวคิดดังกล่าว มาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2542 :25)

1. การตลาดที่เน้นคุณภาพ คุณค่า และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงพยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น
2. การตลาดที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งแต่เดิมเน้นการขาย ผู้ซื้อ และผู้ขายไม่รู้จัก และไม่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อการสร้างลูกค้าถาวร องค์กรจึงมีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าทั้งทางด้านภูมิหลังทางประชากร รสนิยม อุปนิสัยการซื้อ ระดับการตอบรับ และกลวิธีทางการตลาดแบบต่าง ๆ ที่ลูกค้ามีการตอบสนอง
3. การตลาดที่เน้นการบริหารกระบวนการทางธุรกิจ โดยประสานงานกันในทุก ๆ หน่วยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าร่วมกัน
4. การตลาดที่เน้นระดับโลก องค์กรต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ
5. การตลาดที่เน้นการสร้างพันธมิตร และเครือข่ายทางธุรกิจ
6. การตลาดที่เน้นตลาดขายตรง และบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะในการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค โฮมเพจเปรียบเสมือนหน้าร้านที่สามารถขายสินค้า หรือให้บริการได้ตลอดเวลา โดยไม่สนใจว่าผู้บริโภคจะอยู่ในส่วนใดของโลก
7. การตลาดที่เน้นตลาดการบริการมากขึ้น เช่น บริษัทที่ปรึกษา ตัวแทนในการดำเนินธุรกิจ การประกันภัย เป็นต้น
8. การตลาดที่เน้นการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจแบบเดิมที่มีความเสี่ยงสูงกว่า และผลิตภัณฑ์/บริการมีวงจรชีวิตที่สั้นกว่าและเทคโนโลยีที่นำมาใช้อาจล้าสมัยเร็ว
9. การตลาดที่เน้นจริยธรรมมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความซื่อสัตย์มากกว่าผู้มากอบโกยในระยะสั้น

จากสภาพแนวโน้มต่าง ๆ ห้างสมุด หรือศูนย์สารสนเทศสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ได้โดยต้องทำการศึกษาผู้ใช้อย่างสม่ำเสมอ ให้ถือว่า การศึกษาผู้ใช้เป็นเรื่องสำคัญและต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการปรับรูปแบบการให้บริการเป็นแบบเชิงรุก (Proactive) ไม่ควรรอให้ผู้ใช้เดินเข้ามาหาก่อนจึงทำการให้บริการ แต่ควรเดินหน้าเข้าไปหาโดยมีข้อมูลของความต้องการของลูกค้าอยู่ในมือ อีกทั้งต้องมีการสร้างเครือข่ายเฉพาะกิจมากยิ่งขึ้นเพื่อขยาย หรือเพิ่มประสิทธิภาพของงานบริการที่สำคัญคือพยายามประยุกต์ใช้บริการที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต อาทิ การสร้างกระดานข่าว (Web Board)

การสนทนา (Chat) การติดต่อขอใช้บริการสารสนเทศ ออนไลน์ (Contact US) เป็นต้น เข้ามาขยายขอบเขตของงานให้บริการสารสนเทศของหน่วยงาน

ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านปัจจัยภายในหน่วยงานอันได้แก่ งบประมาณ จำนวนบุคลากร การปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานของหน่วยงานต้นสังกัด การมีระบบการประกันคุณภาพ ฯลฯ หรือปัจจัยภายนอกหน่วยงาน อาทิ การเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม เศรษฐกิจ หรือคุณลักษณะของประชากร ฯลฯ ผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการสารสนเทศจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น เพราะแนวคิดสมัยใหม่ที่เน้นลูกค้า หรือผู้บริโภคเป็นใหญ่ (Customer Oriented) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากปรัชญาทางวิชาชีพสารสนเทศเท่าใดนักที่ให้ความสำคัญกับผู้ใช้ เพียงแต่ว่าอยู่ที่แนวทางในการปฏิบัติเท่านั้น คงจะไม่ทันต่อการแข่งขันแล้ว ถ้าหากเรายังคงปฏิบัติงานในแนวทางเดิม ๆ การนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้คาดว่าจะเป็แนวทางที่ดีที่จะทำให้เรามองเห็นภาพของการให้บริการที่ชัดเจนขึ้น ที่สำคัญคือ การได้รับการตอบสนอง (Feedback) จากผู้ใช้ ซึ่งจะประเมินการให้บริการของเราได้ ผลที่ได้รับก็คาดว่าหน่วยงานที่ให้บริการต่าง ๆ จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและแตกต่างกันออกไปได้

เป้าหมายและปัจจัยสำคัญในการให้บริการสารสนเทศ

การบริการสารสนเทศเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทางด้านสารสนเทศ เพื่อให้ผู้ใช้สารสนเทศ ได้รับสารสนเทศอย่างรวดเร็วและตรงกับความต้องการ มีองค์ประกอบดังนี้ (ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ 2548 : 126-129)

1. เป้าหมายของงานบริการสารสนเทศ การจัดบริการสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำสารสนเทศไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในกิจกรรมของตน ไม่ว่าจะเป็นการใช้สารสนเทศในกิจวัตรประจำวัน การตัดสินใจ การทำงานและการพูดคุยกับผู้อื่น การจัดบริการสารสนเทศเพื่อให้เกิดประโยชน์นั้น มีองค์ประกอบสำคัญ ๆ ดังนี้

1.1 การจัดบริการและทรัพยากรสารสนเทศที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ นักสารสนเทศควรศึกษาถึงสภาพการดำเนินงานภายในองค์กร โดยเฉพาะควรทราบนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ตลอดจนแผนงานและโครงการ ที่จะมีการจัดทำทั้งในระยะสั้น และในระยะยาว รวมทั้งทราบถึงลักษณะของสมาชิกภายในองค์กรกลุ่มต่าง ๆ ว่ามีใครเป็นกลุ่มเป้าหมายบ้าง เช่น ผู้บริหาร นักวิชาการ นักวิจัย เจ้าหน้าที่การเงิน พนักงาน เป็นต้น และถ้าเป็นไปได้ควร

กำหนดลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายว่า กลุ่มไหนเป็นกลุ่มที่สำคัญ และต้องจัดบริการเพื่อสนองความต้องการให้เป็นพิเศษ เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการจัดบริการสารสนเทศ เช่น ถ้าเป็นกลุ่มที่สถาบันบริการสารสนเทศให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง สถาบันบริการสารสนเทศอาจจะจัดบริการ แบบ One to One Marketing ก็ได้เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละคนเช่น กลุ่มผู้ใช้ที่ให้ความสำคัญรอง ๆ มาอาจจะเป็นกลุ่มเป้าหมายตามความต้องการ เช่น บริการเวียนวารสาร บริการรายชื่อบรรณานุกรมใหม่

1.2 ได้รับสารสนเทศอย่างรวดเร็ว นักสารสนเทศต้องสร้างเครื่องมือ เพื่ออำนวยความสะดวกในการแสวงหาสารสนเทศ เพื่อประหยัดเวลาในการสืบค้นสารสนเทศ เช่น ต้องเข้าใช้เครื่องมือช่วยค้นสารสนเทศไม่ว่าจะเป็นหนังสืออ้างอิง คู่มือช่วยค้นประเภทต่าง ๆ และเทคนิคการช่วยค้นสารสนเทศ รวมทั้งมีความรู้เรื่องแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ และมีการประสานกันในการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย

1.3 สามารถให้บริการอย่างทันเวลา คือ การบริการสารสนเทศต้องทันกับเวลาที่ผู้ใช้ต้องการเพราะ ถ้าเลยเวลาแล้วสารสนเทศที่จัดเตรียมให้กับผู้ใช้นั้น ก็อาจจะไร้ประโยชน์ไปแล้ว ดังนั้นการค้นหาสารสนเทศเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ต้องอยู่ในระยะเวลาที่ผู้ต้องการ ซึ่งก็ไม่ได้หมายความว่าต้องให้บริการอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่ทำได้เพียงอย่างเดียว แต่บริการหรือสารสนเทศที่ผู้ใช้ได้รับต้องมีคุณภาพก็คือ ความครบถ้วนของข้อมูล และไม่มี ความซ้ำซ้อน

1.4 ความสม่ำเสมอในการให้บริการ ทั้งในด้านของการจัดบริการและการให้บริการของนักสารสนเทศคือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกบริการประเภทใดก็ตาม ต้องมีการทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ หรือสารสนเทศที่ผู้ใช้ได้รับต้องมีคุณภาพ คือ ความครบถ้วนของข้อมูล และไม่มี ความซ้ำซ้อน

1.5 การปรับปรุงบริการอย่างสม่ำเสมอ เมื่อได้กำหนดโครงการ หรือการวางแผนว่าจะให้บริการต้องมีการประเมิน เพื่อตรวจสอบความบกพร่อง และใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้อาจจะต้องจัดเตรียมผู้รับความคิดเห็นเพื่อรับทราบข้อขัดข้องไม่สะดวก สบายของผู้ใช้ นักสารสนเทศต้องตระหนักเสมอว่าความพึงพอใจของผู้ใช้ก็คือ คุณภาพของบริการ การติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับการดำเนินงานบริการยุคใหม่ ดังนั้นสถาบันบริการสารสนเทศต้องมีการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารกับผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง และบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศจัดขึ้น เมื่อไม่ได้รับความสนใจหรือเห็นว่าไม่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้เท่าที่ควร หรือได้ผลไม่คุ้มค่าก็อาจจะต้องปรับเปลี่ยน หรือเลิกให้บริการ ซึ่งสะท้อนว่าสถาบันบริการสารสนเทศได้ติดตาม สังเกต และตรวจสอบบริการที่จัดขึ้นเสมอ

นอกจากนี้ถ้าต้องการจัดบริการใหม่ ๆ ควรดำเนินการในลักษณะโครงการทดลอง และประเมินผล ก่อนว่าผู้ใช้มีความสนใจหรือไม่ และบริการดังกล่าวให้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าหรือไม่ ถ้ามีประโยชน์ แต่ยังมีข้อขัดข้องก็ต้องมีการปรับปรุงและสามารถดำเนินการต่อไปได้

2. ปัจจัยสำคัญในการให้บริการสารสนเทศ มีองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ คือ

2.1 ประเภทของบริการ (Services) จุดมุ่งหมายของการบริการสารสนเทศก็คือ การ จัดหาสารสนเทศที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ แต่การบริการสารสนเทศไม่ควร พิจารณาเฉพาะการจัดหาสารสนเทศให้กับผู้ใช้เพียงอย่างเดียว ควรจะคาดหมายถึงความต้องการ ของผู้ใช้แต่ละคน และสนับสนุนให้ผู้ใช้แต่ละคนเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้ นอกจากนั้นสถาบัน บริการสารสนเทศควรจะพัฒนาวิธีการค้นหาสารสนเทศ และมีการวิจัยบริการที่จัดขึ้นตาม เป้าหมายของสถาบันและผู้ใช้ นอกจากนี้ยังต้องจัดเตรียมสารสนเทศไว้ให้บริการ จัดทำเครื่องมือ ที่จะอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ ที่จะเข้าถึงสารสนเทศ มีบริการ และสัญลักษณ์ในการแนะนำ สถาบันและการใช้ทรัพยากรของสถาบัน ควรจะมีการจัดเตรียมสารสนเทศ ความต้องการของผู้ใช้ และการประเมินการใช้สารสนเทศ สำหรับสารสนเทศที่ไม่ได้รับความสนใจหรือไม่มีการใช้นั้นควร หาวิธีการเพิ่มคุณค่าสารสนเทศ โดยทำการวิเคราะห์ วิจารณ์วรรณกรรมเหล่านั้น และนำออก แสดงให้ผู้ใช้ได้ชม สถาบันบริการสารสนเทศไม่ควรให้บริการเฉพาะสารสนเทศที่มีอยู่เท่านั้น ควร จัดหาบริการสารสนเทศอื่น ๆ ที่สนองความต้องการของผู้ใช้ โดยเชื่อมโยงเครือข่ายการให้บริการ กับแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ หรือแนะนำแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ ที่มีสารสนเทศที่สนองความต้องการ ของผู้ใช้ ดังนั้นนักสารสนเทศจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองและติดตามความ เคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ

2.2 ทรัพยากรสารสนเทศ (Resources) สถาบันบริการสารสนเทศควรจัดรวบรวมและ เตรียมทรัพยากรสารสนเทศเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้เพียงพอ ทรัพยากรสารสนเทศที่ จัดเตรียมนั้น ควรเป็นที่พอใจของผู้ใช้ทั้งในเรื่องเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการ ความทันสมัย และมีคุณภาพ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงเครื่องอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น เทคโนโลยี สารสนเทศต่าง ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกให้งานบริการสารสนเทศมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.3 การเข้าถึงสารสนเทศ (Access) สถาบันบริการสารสนเทศควรมีการวางแผนอย่าง ต่อเนื่อง จะต้องทราบกลุ่มเป้าหมาย รู้ถึงความสามารถในการใช้บริการ ทำให้การบริการ สารสนเทศมีค่าต่อการใช้ และสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ จัดเตรียมอุปกรณ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการเข้าถึงสารสนเทศทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์

เพื่อพัฒนาศักยภาพของการเข้าถึงสารสนเทศให้สามารถสนองความต้องการของผู้ใช้ และเหมาะสมกับผู้ใช้ในแต่ละกลุ่ม

2.4 บุคลากรสารสนเทศ (Personnel) สถาบันบริการสารสนเทศต้องจัดเตรียมบุคลากรสารสนเทศให้เพียงพอกับการจัดบริการสารสนเทศของสถาบัน และบุคลากรที่มีความสามารถในการให้บริการสารสนเทศความความคาดหวังของผู้ใช้ สามารถติดต่อกับผู้ใช้ได้อย่างเป็นกันเอง สมองตอบความต้องการของผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพกับผู้ใช้ทุกเพศทุกวัย มีความรอบรู้และความสามารถในการจัดเตรียมสารสนเทศที่เหมาะสมกับผู้ใช้ มีความเข้าใจทรัพยากรสารสนเทศที่มีอยู่อย่างดี มีความสามารถในการจัดเก็บและค้นคืนสารสนเทศ เข้าใจถึงระบบโทรคมนาคมและมีทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้นการจะได้บุคลากรที่มีความสามารถดังกล่าวมาแล้ว สถาบันบริการสารสนเทศจึงมีหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งการอบรมสัมมนา และการศึกษาต่อเนื่องในรูปแบบอื่น ๆ แก่บุคลากรซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการให้บริการและเป็นความเจริญก้าวหน้าทางวิชาชีพ

2.5 การประเมินผลการให้บริการ (Evaluation) สถาบันบริการสารสนเทศควรประเมินผลการให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าบริการที่จัดขึ้นนั้นสนองความต้องการของผู้ใช้นอกจากการประเมินบริการแล้ว ควรจัดประเมินทรัพยากรสารสนเทศ และการทำงานของบุคลากรแต่ละคนที่ทำหน้าที่ให้บริการด้วย และนำผลการประเมินนั้นมาพิจารณาปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้นสถาบันบริการสารสนเทศต้องมีการจัดเก็บข้อมูล เพื่อใช้ในการประเมินตรวจสอบการดำเนินงานบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศและสถาบันบริการสารสนเทศและเป็นการปรับปรุงคุณภาพของบริการสารสนเทศอีกทางหนึ่ง

แนวคิดกลยุทธ์แบบส่วนประสมทางการตลาด

การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมในการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุด โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน และเครื่องมือทางการตลาด เช่น ส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด เป็นต้น

แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) คือ แนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่กับการบรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร ได้แก่ (วิทวัส รุ่งเรืองผล 2545 : 5)

1. กลยุทธ์การตลาด องค์การจะบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการวางแผนทางการตลาด จึงมีความจำเป็นจะต้องมีวิธีการการขึ้นพื้นฐาน เพื่อใช้เป็นแนวทางให้การตลาดประสบความสำเร็จ ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้คือ กลยุทธ์การตลาด (marketing strategies)

ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler 2000 : 14) ให้คำนิยามกลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการขึ้นพื้นฐาน ซึ่งหน่วยงานธุรกิจใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วย การตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด และระดับค่าใช้จ่ายทางการตลาด (บึงอร คำประเทศ 2540: 22) สรุปได้ว่ากลยุทธ์การตลาดคือ แผนในการดำเนินงานขององค์การที่ได้รับการเตรียมการเป็นอย่างดี ด้วยวิธีกำหนดตลาดเป้าหมาย และใช้ส่วนประสมการตลาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อมากที่สุด

ประโยชน์ของกลยุทธ์การตลาด หากองค์การได้นำมาใช้ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ ดังนี้ (บึงอร คำประเทศ 2540 : 22)

- 1) เป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับองค์การว่าควรจะทำอะไรที่จะทุ่มเทความพยายามทางการตลาดไปในแนวทางใด เพื่อทำการวิจัยตลาด การวิเคราะห์ผู้บริโภค การวางแผนผลิตภัณฑ์ การวางแผนการจัดจำหน่าย และการวางแผนทางด้านราคา
- 2) ทำให้เกิดความมั่นใจต่อองค์การว่า มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ในการดำเนินงาน โดยการวางกลยุทธ์การตลาด ซึ่งนำมารวมกันก็จะเป็นวัตถุประสงค์โดยรวมของการตลาด
- 3) การกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่แต่ละฝ่ายทำงานประสานกัน ช่วยให้้องค์กรสามารถประเมินสถานะของคู่แข่งขั้นได้ และสามารถพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กร
- 4) เป็นเครื่องมือใช้ในการประเมินงานขององค์กร

2. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวความคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งของการตลาด เพราะการบริหารการตลาดเพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า นักการตลาดจะใช้ส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือหลักสำคัญซึ่งต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้เลือกสรรไว้ (พิบูล ทีปะปาล 2545 : 42-43 ; Kotler 2000 : 14)

ส่วนประสมการตลาด มีบทบาท และมีความสำคัญอย่างมากในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน วางผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ ในตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกสรรไว้ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด แม้ว่าการวิเคราะห์เลือกตลาดเป้าหมายจะได้กระทำอย่างดีที่สุดแล้ว แต่การที่จะพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้

สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ในตลาดเป้าหมายไม่ใช่ของง่าย ทั้งนี้เนื่องจากว่ามีวิธีการที่จะเลือกกระทำได้หลายทางที่จะตอบสนองความต้องการ ตัวผลิตภัณฑ์อาจมีรูปแบบหลายอย่าง หลายสี ตลอดจนวัสดุของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็มีหลายชนิด การโฆษณาก็มีวิธีการทำได้หลายทาง เช่น ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวกับการกำหนดราคา และวิธีการจัดจำหน่าย ก็มีวิธีให้เลือกปฏิบัติได้หลายทางด้วยกัน

ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า นั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ จะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ 2546 : 64-83)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะอาด รวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น

บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการกล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ก็มีได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่จะได้รับสูงด้วย แต่ผล

ที่ตามมา คือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่คุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่า ราคา ก็จะเป็นเงินที่ลูกค้าจ่ายออกไปเพื่อมารับบริการกับธุรกิจหนึ่ง ๆ ดังนั้น การที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูง ก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าที่จะได้รับ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สามารถให้บริการได้ 4 วิธี คือ

3.1 การให้บริการผ่านร้าน (outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชน/ห้างสรรพสินค้าแล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด ร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยเปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย ส่งพนักงานทำความสะอาดไปทำความสะอาดอาคาร การบริการปริ๊นคาคดีถึงที่ทำงานลูกค้า การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่ต้องการจัดตั้งสำนักงานหรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ สำนักงานอาจเป็นบ้านเจ้าของ หรืออาจจะมีสำนักงานแยกต่างหาก แต่ลูกค้าติดต่อธุรกิจด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร เป็นต้น

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นการบริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

5. พนักงาน (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมทั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกๆระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ คือ

5.1 เจ้าของและผู้บริหาร มีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบาย ในการให้บริการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกๆระดับ กระบวนการในการให้บริการรวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ

5.2 พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานสนับสนุน พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง ส่วนพนักงานสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ที่จะให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือมีเครื่องมือทันสมัยในการทำ ให้กระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นต้องต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาร์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลาดจอดรถ ส่วน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

แนวคิดทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมีความรวดเร็วมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวขององค์กร นอกจากนี้การตลาดยังสร้างความท้าทายใหม่ ๆ ที่องค์กรต้องหาคำตอบให้ได้ จึงเป็นเรื่องปกติทางการตลาดที่จะมีผู้เสนอแนวคิด เทคนิควิธีการทางการตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ แนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจคือ กล่าวถึงแนวโน้มทางการตลาดซึ่งห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. การตลาดที่เน้นคุณภาพ คุณค่า และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงพยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น

2. การตลาดที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งแต่เดิมเน้นการขาย ผู้ซื้อและผู้ขายไม่รู้จักและไม่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อการสร้างลูกค้าถาวร องค์กรจึงมีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า ทั้งทางด้านภูมิหลังทางประชากร รสนิยม อุปนิสัยการซื้อ ระดับการตอบรับ และกลวิธีทางการตลาดแบบต่าง ๆ ที่ลูกค้ามีการตอบสนอง

3. การตลาดที่เน้นการบริหารกระบวนการทางธุรกิจโดยประสานงานกันในทุก ๆ หน่วยธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าร่วมกัน

4. การตลาดที่เน้นระดับโลก องค์กรต่างต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ

5. การตลาดที่เน้นการสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ

6. การตลาดที่เน้นตลาดขายตรงและขายบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะการพัฒนาาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค โหมนเพจเปรียบเสมือนหน้าร้านที่สามารถขายสินค้าหรือให้บริการได้ตลอดเวลาโดยไม่สนใจว่าผู้บริโภคจะอยู่ในส่วนใดของโลก

7. การตลาดที่เน้นตลาดการบริการมากขึ้น เช่น บริษัทที่ปรึกษา ตัวแทนในการดำเนินธุรกิจ การประกันภัย ฯลฯ เป็นต้น

8. การตลาดที่เน้นการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจแบบเดิมที่มีความเสี่ยงสูงกว่า และผลิตภัณฑ์/บริการมีวงจรชีวิตที่สั้นกว่าและเทคโนโลยีที่นำมาใช้อาจล้าสมัยเร็ว

9. การตลาดที่เน้นจริยธรรมมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความซื่อสัตย์มากกว่าผู้มากอบโกยในระยะสั้น

จากสภาพแนวโน้มต่าง ๆ ห้างสมุด หรือศูนย์สารสนเทศสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ได้โดยต้องทำการศึกษาผู้ใช้อย่างสม่ำเสมอ ให้ถือว่า การศึกษาผู้ใช้เป็นเรื่องสำคัญและต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการปรับรูปแบบการให้บริการเป็นแบบเชิงรุก (Proactive) ไม่ควรรอให้ผู้ใช้เดินเข้ามาหาก่อนจึงทำการให้บริการ แต่ควรเดินหน้าเข้าไปหาโดยมีข้อมูลของความต้องการของลูกค้าอยู่ในมือ อีกทั้งต้องมีการสร้างเครือข่ายเฉพาะกิจมากยิ่งขึ้นเพื่อขยายหรือเพิ่มประสิทธิภาพของงานบริการที่สำคัญ คือพยายามประยุกต์ใช้บริการที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต อาทิ การสร้างกระดานข่าว (Web Board) การสนทนา (Chat) การติดต่อขอใช้บริการสารสนเทศ ออนไลน์ (Contact US) เป็นต้น เข้ามาขยายขอบเขตของงานให้บริการสารสนเทศของหน่วยงาน

ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านปัจจัยภายในหน่วยงานอันได้แก่ งบประมาณ จำนวนบุคลากร การปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานของหน่วยงานต้นสังกัด การมีระบบการประกันคุณภาพ เป็นต้น หรือปัจจัยภายนอกหน่วยงาน อาทิ การเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม เศรษฐกิจ หรือคุณลักษณะของประชากร ฯลฯ ผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการสารสนเทศจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น เพราะแนวคิดสมัยใหม่ที่เน้นลูกค้า หรือผู้บริโภคเป็นใหญ่ (Customer Oriented) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากปรัชญาทางวิชาชีพสารสนเทศเท่าใดนักที่ให้ความสำคัญกับผู้ใช้ เพียงแต่ว่าอยู่ที่แนวทางในการปฏิบัติเท่านั้น คงจะไม่ทันต่อการแข่งขันแล้ว ถ้าหากเรายังคงปฏิบัติงานในแนวทางเดิม ๆ การนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้คาดว่าจะ เป็นแนวทางที่ดีที่จะทำให้เรามองเห็นภาพของการให้บริการที่ชัดเจนขึ้น ที่สำคัญ คือ การได้รับการตอบสนอง (Feedback) จากผู้ใช้ ซึ่งจะประเมินการให้บริการของเราได้ ผลที่ได้รับก็คาดว่า หน่วยงานที่ให้บริการต่าง ๆ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและแตกต่างกันออกไปได้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. ประวัติและพัฒนาการ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร เดิมเป็นห้องสมุดสังกัดวิทยาลัยเกษตรกรรมเจ้าคุณทหารกรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ต่อมาเมื่อวิทยาลัยเกษตรกรรมเจ้าคุณทหารเข้าร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า จัดตั้งเป็นคณะเทคโนโลยีการเกษตรในปี พ.ศ. 2522 ห้องสมุดจึงเป็นหน่วยงานหนึ่งของคณะเทคโนโลยีการเกษตร สังกัดสำนักงานคณบดี มีที่ทำการเป็นอาคารชั้นเดียว พื้นที่ประมาณ 150 ตารางเมตร

ต่อมาในปี พ.ศ. 2524 คณะฯ ได้รับงบประมาณให้ก่อสร้างอาคารห้องสมุด เป็นเงิน 1.5 ล้านบาท โดยจัดสร้างอาคารใหม่เชื่อมต่อกับอาคารเดิมแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2525 รวมพื้นที่ทั้งหมด 500 ตารางเมตร (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 2546: 3) ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน มีการนำไมโครคอมพิวเตอร์มาใช้เก็บข้อมูลและสร้างฐานข้อมูลเพื่อความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล ในปี พ.ศ. 2546 เริ่มมีการนำการสืบค้นข้อมูลด้วยระบบอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานมากขึ้น

ส่วนในระบบการบริหารจัดการนั้น ในปี พ.ศ. 2531 ทางคณะเทคโนโลยีการเกษตร ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการห้องสมุดคณะ โดยมีขอบเขตความรับผิดชอบดังนี้ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 2546: 3)

1. กำหนดนโยบายการดำเนินการให้แก่ห้องสมุด เช่น วางกฎการยืมหนังสือการขอให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น

2. ช่วยจัดหาเงินทุน เพื่อใช้งานการดำเนินงานของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

3. ให้คำปรึกษาแนะนำทางด้านการจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์เข้าห้องสมุด

4. ช่วยแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ให้แก่ห้องสมุด เช่น ปัญหาอาคารสถานที่ ปัญหาการให้บริการ แก่ผู้ใช้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเป็นศูนย์สารสนเทศทางการเกษตรและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของคณะเทคโนโลยีการเกษตร

2.2 ดำเนินงานและจัดบริการด้านการค้นคว้า วิจัย แก่นักศึกษา อาจารย์ และข้าราชการ ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร

3. การดำเนินงาน ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตรแบ่งหน่วยงานเป็น 4 งานดังนี้

3.1 งานบริหาร ประกอบด้วยงานต่าง ๆ ดังนี้

3.1.1 กำหนดนโยบายและกฎข้อบังคับ

3.1.2 จัดทำแผนพัฒนา

3.1.3 จัดทำและควบคุมงบประมาณ

3.1.4 ตรวจสอบและวัดผลงาน

3.1.5 ประชาสัมพันธ์

3.1.6 บันทึกและเก็บสถิติ

3.1.7 จัดทำรายงานประจำปี

3.1.8 งานพัสดุ

3.1.9 งานบุคคล

3.1.10 งานสารบรรณ

3.2 งานเทคนิค มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 จัดหาทรัพยากร

3.2.2 วิเคราะห์ทรัพยากร

3.2.3 จัดเตรียมทรัพยากรก่อนออกให้บริการ

3.2.4 บำรุงรักษาคุณภาพทรัพยากร

3.3 งานบริการ แบ่งเป็นงานต่าง ๆ ได้แก่

3.3.1 จัดเตรียมทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ไว้ให้ผู้ใช้

3.3.2 บริการจ่าย – รับ

3.3.3 บริการช่วยการค้นคว้าและวิจัย

3.3.4 บริการยืมระหว่างห้องสมุด

3.3.5 บริการทำสำเนาบทความวารสาร

3.3.6 สำรองทรัพยากรสารสนเทศ

3.4 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยงานต่าง ๆ ได้แก่

3.4.1 จัดหาและบำรุงรักษาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์

3.4.2 บำรุงรักษาฐานข้อมูล

3.4.3 ดูแลและให้คำแนะนำการใช้คอมพิวเตอร์แก่เจ้าหน้าที่ห้องสมุด

4. บุคลากร ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีจำนวนข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว ปีงบประมาณ 2545 จำนวน 7 คน โดยแยกเป็นประเภทและตำแหน่งได้ดังนี้ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 2546 : 11)

4.1 ข้าราชการ

บรรณารักษ์ 8	อัตราเลขที่ 667	จำนวน 1 อัตรา
บรรณารักษ์ 7	อัตราเลขที่ 060	จำนวน 1 อัตรา
บรรณารักษ์ 6	อัตราเลขที่ 1194	จำนวน 1 อัตรา

4.2 ลูกจ้างประจำ

นักการภารโรง	อัตราเลขที่ 197	จำนวน 1 อัตรา
นักการภารโรง	อัตราเลขที่ 199	จำนวน 1 อัตรา
คนงาน	อัตราเลขที่ 245	จำนวน 1 อัตรา

4.3 ลูกจ้างชั่วคราว

เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล	จำนวน 1 อัตรา
-------------------------	---------------

5. การดำเนินงานโดยสรุป ในปี พ.ศ. 2545 สามารถสรุปผลการดำเนินการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ

ตารางที่ 3 ดังนี้ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร 2546 : 1)

จำนวนผู้เข้าใช้ห้องสมุด	44,892	คน
เข้าใช้เดือนพฤศจิกายนมากที่สุด	5,718	คน
เข้าใช้เดือนมีนาคมน้อยที่สุด	736	คน
ผู้เข้าใช้โดยเฉลี่ยต่อวัน	167	คน
จำนวนหนังสือที่ผู้ใช้ยืม	3,648	เล่ม
หนังสือหมวด SB มีผู้ยืมมากที่สุด	2,113	เล่ม
ค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง	11,990	บาท

ตารางที่ 3 จำนวนทรัพยากรการดำเนินงานของห้องสมุด

รายการ	ภาษาไทย	ภาษาต่างประเทศ	รวมจำนวน (เล่ม)	จำนวนชื่อเรื่อง
หนังสือทั้งหมด	17,820	9,324	27,144	
หนังสือส่งชื่อ	157	64	221	
สิ่งพิมพ์ที่ได้รับบริจาค			221	
หนังสือ			377	
วารสาร			139	
สิ่งพิมพ์รัฐบาล			182	
วารสาร	351	364	715	
วารสารชื่อ	82	55		137
หนังสือพิมพ์	8	1		8

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

สุวรรณ อภัยวงศ์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดในงานบริการสารนิเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัย โดยสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารและบรรณารักษ์ห้องสมุด พบว่า

1. ลักษณะของกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย การกำหนดนโยบาย การวางแผน และวิธีดำเนินการใช้กลยุทธ์ให้สอดคล้องและสนองความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับความพึงพอใจในขณะเดียวกัน ห้องสมุดสามารถบรรลุเป้าหมายของห้องสมุดด้วย การใช้กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการใช้สารสนเทศและบริการ

2. การใช้กลยุทธ์การตลาดในงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง

3. ระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดของห้องสมุดมหาวิทยาลัยกับปริมาณการใช้บริการสารสนเทศมีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผู้บริหารห้องสมุดและบรรณารักษ์งานบริการมีความเห็นเกี่ยวกับปัญหาและ อุปสรรค การนำกลยุทธ์การตลาดไปใช้ในงานบริการสารสนเทศแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาเพียงด้านเดียว ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ช่อทิพย์ มงคลมาศ (2536 : บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง "การประยุกต์กลยุทธ์การตลาดสำหรับห้องสมุดเฉพาะสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี" โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลการบริการห้องสมุดก่อนและหลังการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบไม่เน้นกับแบบเน้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สำหรับห้องสมุดสำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติ สถานที่ทำการทดลองคือ ห้องสมุดสำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติ โดยสรุปผลการทดลองได้ดังนี้

1. ประสิทธิผลการบริการของห้องสมุดก่อนและหลังการใช้กลยุทธ์การตลาด แบบไม่เน้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

2. ประสิทธิภาพการบริการของห้องสมุดก่อน และหลังการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเน้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในเรื่องการปฏิสัมพันธ์กับห้องสมุดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ส่วนความพึงพอใจในบริการของห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3. ประสิทธิภาพการบริการของห้องสมุด ภายหลังจากใช้กลยุทธ์การตลาดแบบไม่เน้นกับแบบเน้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้านการปฏิสัมพันธ์กับห้องสมุดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 แต่ในด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

บังอร คำประเทศ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการนำกลยุทธ์การตลาด มาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงิน โดยสำรวจและวิเคราะห์การนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงิน โดยศึกษาจากกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นผู้บริหารและบรรณารักษ์ในห้องสมุดสถาบันการเงิน พบว่า

1. ลักษณะการใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีการใช้อยู่ในระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน พบว่าลักษณะการใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การให้บริการแก่ผู้ใช้โดยคำนึงถึงความสะดวกคล้อยกับความต้องการของผู้ใช้แต่ละบุคคล สำหรับลักษณะกลยุทธ์ทางด้านสถานที่ ลักษณะของกลยุทธ์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การตกแต่งห้องสมุดให้สะอาดเป็นระเบียบสวยงามน่าเข้าใช้บริการ ส่วนลักษณะกลยุทธ์ด้านราคาหรือเวลา ลักษณะกลยุทธ์ที่นิยมใช้ คือ การรวบรวมสารนิเทศให้อย่างเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาสารนิเทศและบริการ ลักษณะกลยุทธ์ที่นิยมใช้ ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารห้องสมุดผ่านทางสิ่งพิมพ์ของสถาบันที่ห้องสมุดสังกัด

2. การใช้กลยุทธ์การตลาดในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงินมีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าใช้ห้องสมุดของห้องสมุดสถาบันการเงินพบว่า เมื่อมีการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงินในระดับมาก ปริมาณการเข้าใช้ห้องสมุดมากไปด้วย

3. การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาและอุปสรรคการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงิน พบว่า ห้องสมุดที่สังกัดในสถาบันการเงินที่มีเงินกองทุนขนาดใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดน้อยกว่าห้องสมุดที่สังกัดในสถาบันการเงินที่มีเงินกองทุนขนาดเล็ก

4. แนวทางการนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงินให้ประสบความสำเร็จอย่างสูงนั้น ผลการวิจัยพบว่า การนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงินส่งผลให้มีปริมาณการเข้าใช้ห้องสมุดเพิ่มขึ้น ดังนั้นในการบริหารงานห้องสมุดให้ประสบความสำเร็จห้องสมุดสถาบันการเงินควรนำกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้านมาใช้ในการบริหารงานโดยเน้นที่กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และราคาหรือเวลา

นฤมล กิจไพศาลรัตนนา (2545 : บทคัดย่อ) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อบริการของห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มพึงพอใจบริการโดยรวมของห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในระดับมาก และผู้ใช้ห้องสมุดที่มากที่สุด มีความพึงพอใจบริการของห้องสมุดระดับมาก ผู้ใช้พึงพอใจปัจจัย 4 ประการ

ได้แก่ ความอยู่อย่างเพียงพอของทรัพยากรห้องสมุด ความรับผิดชอบและบุคลิกผู้ให้บริการสูงกว่า ปัจจัยด้านอื่น ผู้ใช้ประสบปัญหาในบริการทุกประเภทของห้องสมุด ได้แก่ หาดวเล่มของหนังสือที่ต้องการไม่พบ บริการวารสารแบบชั้นปิดไม่สะดวกในการใช้ คู่มือช่วยค้นวิทยานิพนธ์ในห้องสมุด คณะรัฐศาสตร์ลำปาง เจ้าหน้าที่ให้บริการเสตท์ค้นวัสดุเคยเสียงดัง และมักไม่อยู่ประจำจุดบริการ จำนวนคอมพิวเตอร์สำหรับค้นข้อมูลมีน้อย จำนวนผลงานทางวิชาการของอาจารย์มีน้อย และคุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสารไม่ดีเท่าที่ควร

สุรีย บุนงามมงคล และคณะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในการใช้บริการของสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคณะ จำนวน 771 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิจากนักศึกษาทั้งหมด 12,498 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และวิธีการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของ Tukey ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พบว่า นักศึกษาที่เคยใช้บริการต่าง ๆ จำนวน 20 บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก จำนวน 7 บริการ ได้แก่ บริการรับฝากสิ่งของ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการวิทยานิพนธ์/ปริญญาานิพนธ์ บริการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) บริการหอสมุดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว บริการยืม-คืนหนังสือ และบริการเสตท์ค้นศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำนวน 13 บริการ ได้แก่ บริการหนังสือพิมพ์ บริการสืบค้นสารนิเทศด้วยคอมพิวเตอร์ OPAC บริการคู่มือ/หลักสูตรการ ศึกษาต่อภายในและต่างประเทศ บริการสิ่งพิมพ์รัฐบาลไทย บริการสืบค้นฐานข้อมูลซีดีรอม/ออนไลน์ บริการวารสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ บริการยืมระหว่างห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา บริการถ่ายสำเนาเอกสาร บริการหอจดหมายเหตุพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และบริการฉายภาพยนตร์ เมื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในภาพรวมของบริการต่าง ๆ ของสำนักหอสมุดกลาง สจล. พบว่านักศึกษาทุกคณะ มีความพึงพอใจในระดับมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบเชิงซ้อนแล้ว ผลปรากฏว่า นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจบริการต่าง ๆ ของสำนักหอสมุดกลาง สจล. แตกต่างจากนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จิรภา สิมะจารึก และคณะ (2548 : 6-12) สรุปผลการศึกษาวิจัย ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปี 2546 โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ การทดสอบสัดส่วน และมีสมมุติฐานการวิจัยว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการห้องสมุดไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการจำนวน 116 คน ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ

โดยรวมร้อยละ 82.3 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 60 ต่อบริการ 23 ประเภท และพึงพอใจน้อยกว่าร้อยละ 60 ต่อ การจัดที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์ และความเพียงพอของหนังสือ

งานวิจัยในต่างประเทศ

มาริจิด ซาฮิลด์, มุลท่าซ อริย์ เอลวาร์ และ ทาร์มาร่า เอส. อีสเซนไชยซ์ (Majid Shaheen, Mumtaz Ali Anwar and Tamara S. Eisenchiz 2001 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของผู้ใช้ห้องสมุดที่มีต่อประสิทธิภาพของห้องสมุดทางการเกษตรในประเทศมาเลเซีย 5 แห่ง สรุปผลการวิจัยได้ว่า ความมืออยู่อย่างพอเพียงของทรัพยากรห้องสมุด บริการและความสะดวกสบายที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในประสิทธิภาพของห้องสมุด การมีส่วนร่วมในการศึกษาของผู้ใช้ การให้ความช่วยเหลือในการใช้ทรัพยากรห้องสมุดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และภูมิหลังทางวิชาชีพของผู้รับบริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ในการศึกษาประสิทธิภาพของห้องสมุดใดก็ตาม ถ้าจะให้เป็นการศึกษาที่น่าเชื่อถือ ก็ควรจะได้มีการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้ประกอบด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการให้บริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม สำหรับข้อมูลทุติยภูมิได้ทำการรวบรวมจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและวิทยานิพนธ์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้มาใช้บริการห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) ได้แก่ อาจารย์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และเจ้าหน้าที่ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2549 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย

หน่วยงาน	อาจารย์	นักศึกษา	บัณฑิตศึกษา	เจ้าหน้าที่	รวม
1. ภาควิชาเทคนิคเกษตร	16	105	12	9	142
2. ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช	9	97	13	11	130
3. ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์	18	317	22	11	368
4. ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร	17	503	97	10	627
5. ภาควิชาปฐพีวิทยา	12	86	10	4	112
6. ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช	16	139	26	5	186
7. ภาควิชาพืชสวน	12	349	41	11	413
8. ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง	10	315	7	8	340
9. ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร	22	734	118	34	908
10. สำนักงานคณบดี	0	0	0	24	24
รวมทั้งสิ้น	132	2,645	346	127	3,250

ที่มา : สำนักทะเบียนและประมวลผล 2548 : 4-5

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ 2 ขั้นตอนอย่างเป็นระบบ (Stratified Systematic Random Sampling) จากจำนวนมาใช้บริการ ห้องสมุดทั้งหมด 3,250 คน แล้วนำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane 1973 : 727) ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด ในที่นี้เท่ากับ 3,250 คน

n แทน ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

e แทน ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

แทนค่าสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,250}{1 + (3,250)(0.05)^2} \\ &= 3,250 / 9.125 = 356.16 \\ &= 357 \text{ คน} \end{aligned}$$

เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 357 คนแล้ว จึงหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหน่วยงานด้วยการเทียบบัญญัติตารางค์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ตามหน่วยงานที่ศึกษาซึ่งแบ่งเป็น 10 หน่วยงาน คือ ภาควิชาเทคนิคเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร ภาควิชาปฐพีวิทยา ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช ภาควิชาพืชสวน ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง โครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร และสำนักงานคณบดี ตามลำดับ ด้วยการจับฉลาก วิธีนี้ได้ผลดีกับประชากรที่มีขนาดใหญ่ไม่มากนัก ต่อจากนั้นจะสุ่มตัวอย่างในแต่ละหน่วยงานจนครบตามจำนวนที่ต้องการ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

หน่วยงาน	อาจารย์	นักศึกษา	บัณฑิตศึกษา	เจ้าหน้าที่	รวม
1. ภาควิชาเทคนิคเกษตร	2	12	1	1	16
2. ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช	1	11	1	1	14
3. ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์	2	35	2	1	40
4. ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร	2	55	11	1	69
5. ภาควิชาปฐพีวิทยา	1	9	1	0	11
6. ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช	2	15	3	1	21
7. ภาควิชาพืชสวน	1	38	5	1	45
8. ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง	1	35	1	1	38
9. ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร	2	81	13	4	100
10. สำนักงานคณบดี	0	0	0	3	3
รวมทั้งสิ้น	14	291	38	14	357

ที่มา : จากการคำนวณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการใช้กลยุทธ์การตลาดในการให้บริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ดังขั้นตอนดังนี้

1. การสร้างเครื่องมือ ในการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบส่วนประสมการตลาด และใช้ข้อมูลของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดและการบริการของห้องสมุดจากนิตยสาร เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดและการบริการของห้องสมุด

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา แล้วทำการตรวจสอบตามข้อเสนอแนะที่อาจารย์เพิ่มเติม

1.4 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ

1.5 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา 2546 : 449) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากที่สุด จะแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ส่วนแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ได้ค่าอัลฟา เท่ากับ 0.8133

2. ลักษณะของแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายบุคลากรของห้องสมุดและผู้ใช้บริการ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีทางการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการหรือบุคลากรของห้องสมุด ชุดที่ 2 สำหรับผู้ใช้บริการของห้องสมุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ชุดที่ 1 แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ ประกอบด้วย เพศ และตำแหน่ง มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของลิเคอร์ท โดยแบ่งระดับได้ดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด	ให้ระดับ 5
ความพึงพอใจมาก	ให้ระดับ 4
ความพึงพอใจปานกลาง	ให้ระดับ 3
ความพึงพอใจน้อย	ให้ระดับ 2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้ระดับ 1

ตอนที่ 3 สอบถามปลายเปิด เพื่อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการของห้องสมุด 5 ด้าน และเสนอแนะอื่นๆ คือ ด้านบุคลากรที่ปฏิบัติงานที่ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่สำหรับห้องสมุด ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด ด้านรูปแบบการจัดให้บริการ และเสนอแนะอื่นๆ

2.2 ชุดที่ 2 แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

- อาจารย์
- นักศึกษา
- บัณฑิตศึกษา
- เจ้าหน้าที่

ข้อที่ 3 ภาควิชาที่สังกัดอยู่ในคณะเทคโนโลยีการเกษตร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

- ภาควิชาเทคนิคเกษตร
- ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช
- ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์
- ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
- ภาควิชาปฐพีวิทยา
- ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช
- ภาควิชาพืชสวน
- ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง
- ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร
- สำนักงานคณบดี

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพการให้บริการห้องสมุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ ความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้ห้องสมุด ลักษณะของสารสนเทศที่มาใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้ห้องสมุด และการทราบวิธีการใช้ห้องสมุด

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) แบบเลือกตอบจากเลือกคำตอบ (Check List) และเป็นสเกลแบบการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณคำตอบ (Rating Scale Method: Likert Scale Question) จำนวน 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของลิเคอร์ท (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2542 : 153) โดยแบ่งระดับได้ ดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด	ตรวจให้ 5 คะแนน
ความพึงพอใจมาก	ตรวจให้ 4 คะแนน
ความพึงพอใจปานกลาง	ตรวจให้ 3 คะแนน
ความพึงพอใจน้อย	ตรวจให้ 2 คะแนน
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ตรวจให้ 1 คะแนน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการของห้องสมุด 5 ด้าน และเสนอแนะอื่น ๆ คือ ด้านบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่สำหรับห้องสมุด ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด ด้านรูปแบบการจัดให้บริการ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลการวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การวิจัยเรื่องนี้ใช้ข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้จำนวน 357 คน โดยขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

- 1.1 ขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
- 1.2 มีกอบรมผู้ช่วยเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูล
- 1.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลบริเวณที่ได้รับเลือกในขั้นตอนการเก็บตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจง

และรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ที่กำหนด

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ค้นคว้าจากตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารทางการบริการห้องสมุดและการตลาดที่มีผู้รวบรวมไว้เป็นหลักฐาน

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนแล้ว ได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลเพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ตามขั้นตอน ดังนี้

1. บรรณาธิกรแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. จัดกลุ่มค่าที่ได้คำตอบปลายเปิด

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาลงรหัสในกระดาษบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) และนำมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
4. Run ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ สำหรับมาตอบปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย และสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้
5. แปลผลที่ได้แต่ละตารางตามความเป็นจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ มีชื่อย่อเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการห้องสมุดและข้อมูลตัวแปรเดียวทั้งหมด (บุญชม ศรีสะอาด 2542 : 102-104)

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพของการใช้ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การนำเสนอผลการศึกษาในแต่ละส่วนได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงใน ตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	223	62.46
ชาย	134	37.54
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 62.46 และเป็นเพศชายจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 37.54

2. ลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด แสดงใน ตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด

ลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี	291	81.51
นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา	38	10.64
อาจารย์	14	3.92
เจ้าหน้าที่	14	3.92
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 81.51 รองลงมาเป็นระดับบัณฑิตศึกษาจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.64 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่มีจำนวนเท่ากันคือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92

3. ภาควิชาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด แสดงใน ตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของภาควิชาที่สังกัด

ภาควิชาที่สังกัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร	100	28.01
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร	69	19.33
ภาควิชาพืชสวน	45	12.61
ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์	40	11.20
ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง	38	10.64
ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช	21	5.88
ภาควิชาเทคนิคเกษตร	16	4.48
ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช	14	3.92
ภาควิชาปฐพีวิทยา	11	3.08
สำนักงานคณบดี	3	0.84
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมมีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.01 รองลงมาสังกัดภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 สังกัดภาควิชาพืชสวน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 สังกัดภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 สังกัดภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.64 สังกัดภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 สังกัดภาควิชาเทคนิคเกษตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48 สังกัดภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92 สังกัดภาควิชาปฐพีวิทยา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.08 และสังกัดสำนักงานคณบดี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.84

ตอนที่ 2 สภาพของการใช้ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

4. ความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดต่อสัปดาห์ แสดงใน ตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดต่อสัปดาห์

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการ 2-3 วัน	181	50.70
ใช้บริการ 3-4 วัน	150	42.02
เข้าใช้บริการทุกวัน	26	7.28
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการในห้องสมุด 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมาจะใช้บริการห้องสมุด 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 42.02 และใช้บริการห้องสมุดทุกวัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.28

5. ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้มาบริการห้องสมุด แสดงใน ตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาใช้ห้องสมุด

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9.00 –11.00 น.	33	8.42
11.01 –13.00 น.	117	29.85
13.01 –15.00 น.	53	13.52
15.01 – 16.00 น.	43	10.97
16.01 – 17.00 น.	72	18.37
17.01 – 18.30 น.	74	18.88
รวม	392	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการของห้องสมุด ช่วงเวลา 11.01–13.00 น. มากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.85 รองลงมาเข้ามาใช้บริการช่วงเวลา 17.01 – 18.30 น. จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.88 เข้ามาใช้บริการใน ช่วงเวลา 16.01 – 17.00 น. จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.37 เข้ามาใช้บริการช่วงเวลา 13.01 –15.00 น. จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.52 เข้ามาใช้ช่วงเวลา 15.01 – 16.00 น. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.97 และเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 9.00 –11.00 น. จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.42

6. ลักษณะของสารสนเทศที่ใช้บริการ แสดงใน ตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของลักษณะสารสนเทศที่เข้ามาใช้บริการ

ลักษณะของสารสนเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หนังสือ	289	40.03
หนังสือพิมพ์	172	23.82
วารสาร	147	20.36
หนังสืออ้างอิง	37	5.12
งานวิจัยของอาจารย์	21	2.91

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ลักษณะของสารสนเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาพิเศษ	21	2.91
วิทยานิพนธ์	19	2.63
สิ่งพิมพ์ของรัฐบาล	16	2.22
รวม	722	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสารสนเทศในห้องสมุด คือ หนังสือมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 40.03 รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 23.82 เป็นวารสาร จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 20.36 เป็นหนังสืออ้างอิง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 5.12 เป็นงานวิจัยของอาจารย์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 เป็นปัญหาพิเศษ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 เป็นวิทยานิพนธ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และเป็นสิ่งพิมพ์ของรัฐบาล จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22

7. วัตถุประสงค์ในการใช้ห้องสมุด แสดงใน ตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้ห้องสมุด

วัตถุประสงค์การใช้ห้องสมุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน	289	32.22
เพื่อความเพลิดเพลิน	164	18.28
เพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้	140	15.61
เพื่อค้นคว้าทำรายงานวิจัย	114	12.71
ใช้บริการ Internet ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์	98	10.93
อ่านหนังสือเอกสารส่วนตัวที่นำมาเอง	84	9.36
การพบปะและนัดหมาย	8	0.89
รวม	897	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการของห้องสมุด เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอนมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 32.22 รองลงมาเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 18.28 เพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 15.61 เพื่อค้นคว้าทำรายงานวิจัย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 12.71 ใช้บริการ Internet ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 10.93 อ่านหนังสือเอกสารส่วนตัวที่นำมาเอง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 9.36 การพบปะและนัดหมาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 0.89

8. การทราบวิธีการใช้ห้องสมุด แสดงใน ตารางที่ 13

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของการทราบวิธีการใช้ห้องสมุด

การทราบวิธีการใช้ห้องสมุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เรียนรู้ด้วยตนเอง	283	35.29
เคยใช้ห้องสมุดอื่นมาแล้ว	168	20.95
สอบถามเพื่อนหรือผู้ใช้คนอื่น ๆ	123	15.34
สอบถามเจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ห้องสมุด	111	13.84
เรียนวิชาการใช้ห้องสมุด	72	8.98
อ่านจากคู่มือการใช้บริการที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น	41	5.11
การลองผิดลองถูก	4	0.50
รวม	802	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบวิธีการใช้ห้องสมุด โดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาเคยใช้ห้องสมุดอื่นมาแล้ว จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 20.95 สอบถามเพื่อนหรือผู้ใช้คนอื่น ๆ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 15.34 คน สอบถามเจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ห้องสมุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 13.84 เรียนวิชาการใช้ห้องสมุดจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 8.98 อ่านจากคู่มือการใช้บริการที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 5.11 และการลองผิดลองถูก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด

8. การวิเคราะห์ผลรวมปัจจัยทางการตลาด แสดงใน ตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ผลรวมของปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	SD.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.43	0.875	มาก
2.ช่องทางบริการสารสนเทศ (Place)	3.29	0.884	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.34	0.819	ปานกลาง
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.31	0.848	ปานกลาง
5.สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.42	0.832	มาก
6.กระบวนการใช้บริการ (Process)	3.38	0.924	ปานกลาง
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Evidence)	3.33	0.888	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า โดยภาพรวมแล้วผู้ให้บริการห้องสมุดมีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสภาพผู้ให้บริการพึงพอใจระดับมาก ส่วนอีก 5 ด้านที่เหลือมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

9. ความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการของห้องสมุด แสดงใน ตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการของห้องสมุด

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD.	การแปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.59	0.912	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)			
1.2 วารสารการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)			
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์			
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง			
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ (วิทยานิพนธ์/ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.45	0.903	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD.	การแปลผล
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.37	0.949	ปานกลาง
1.7 บริการหนังสือสารอง	3.10	0.857	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	3.20	0.872	ปานกลาง
2.ช่องทางบริการสารสนเทศ(Place)			
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.60	0.782	มาก
2.2 บริการตอบคำถามและช่วยคั่นคว้า	3.39	0.879	มาก
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.28	0.858	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศด้วย QPAC	3.35	0.895	ปานกลาง
2.5 จดหมายข่าว	3.24	0.884	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.21	0.897	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.14	0.938	ปานกลาง
2.8 E-mail	3.13	0.935	ปานกลาง
3.ราคา (Price)			
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.33	0.826	ปานกลาง
3.2 ค่าถ่ายเอกสารยืมระหว่างห้องสมุด	3.30	0.815	ปานกลาง
3.3 ค่าใช้จ่ายในการสืบค้น ข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.38	0.817	มาก
4.ส่งเสริมการขาย (Promotion)			
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.34	0.828	ปานกลาง
4.2 ค้นหาทรัพยากรสารสนเทศเฉพาะเจาะจง	3.33	0.833	ปานกลาง
4.3 ใช้วีดิทัศน์และเอกสารประกอบการศึกษา	3.25	0.883	ปานกลาง
5.สภาพผู้ให้บริการ (People)			
5.1 มีความรู้และทักษะทางบรรณารักษ์	3.48	0.830	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.43	0.767	มาก
5.3 มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงาน	3.44	0.821	มาก
5.4 มีทักษะแนะนำและช่วยเหลือบริการอย่างดี	3.43	0.854	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD.	การแปลผล
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.33	0.840	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้มาใช้บริการ	3.25	0.862	ปานกลาง
5.7 มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม	3.56	0.848	มาก
6.กระบวนการให้บริการ (Process)	3.48	0.926	มาก
6.1 บริการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต			
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์			
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น			
6.4 บริการบรรณานุกรมทางการเกษตร	3.31	0.945	ปานกลาง
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Evidence)	3.54	0.922	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ			
7.2 ที่จอดรถ			
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย			
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าห้องสมุด			
7.5 จุดบริการยืม-คืน			
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ			
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร			
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ			
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	2.97	1.009	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีความพึงพอใจระดับมาก ต่อการให้บริการของห้องสมุด 3 อันดับแรกในเรื่อง บริการหนังสือพิมพ์ (3.76) บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ (3.60) และบริการหนังสือการเกษตรไทย-อังกฤษ (3.59)

ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อการให้บริการของห้องสมุด 3 อันดับแรกในเรื่อง แสงสว่างในอาคาร (3.38) บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ และบริการข่าวสารออนไลน์ (3.37) รวมทั้งบริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC (3.35)

ตารางที่ 16 ความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการเข้าใช้	เพศหญิง		เพศชาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ 2-3 วัน	120	53.81	61	45.52
ใช้บริการ 3-4 วัน	91	40.81	59	44.03
เข้าใช้บริการทุกวัน	12	5.38	14	10.45
รวม	223	100.00	134	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 53.81 รองลงมาใช้บริการ 3-4 วัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 40.81 และผู้ให้บริการเป็นเพศชายใช้บริการ 2-3 วัน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.52

ตารางที่ 17 ช่วงเวลาในการใช้บริการจำแนกตามเพศ

ช่วงเวลา	เพศหญิง		เพศชาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-11.00 น.	17	6.85	16	11.11
11.01-13.00 น.	71	28.63	46	31.94
13.01-15.00 น.	39	15.73	14	9.72
15.01-16.00 น.	29	11.69	14	9.72
16.01-17.00 น.	49	19.76	23	15.97
17.01-18.30 น.	43	17.34	31	21.53
รวม	248	100.00	144	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้ช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.63 รองลงมาใช้บริการช่วงเวลา 16.01-17.00 น. จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.76 และเข้าใช้บริการเป็นเพศชาย ช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94

ตารางที่ 18 ลักษณะของสารสนเทศจำแนกตามเพศ

ลักษณะสารสนเทศ	เพศหญิง		เพศชาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือ	195	22.65	94	26.46
หนังสือพิมพ์	113	20.04	59	21.08
วารสาร	100	5.21	47	4.93
หนังสืออ้างอิง	26	5.21	11	4.93
งานวิจัยของอาจารย์	17	3.41	4	1.79
ปัญหาพิเศษ	17	3.41	4	1.79
วิทยานิพนธ์	17	3.41	2	0.90
สิ่งพิมพ์ของรัฐบาล	14	2.81	2	0.90
รวม	499	100.00	223	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า ลักษณะของสารสนเทศการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้หนังสือมากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 22.65 รองลงมาใช้บริการหนังสือพิมพ์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 20.04 และมาใช้บริการวารสาร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 5.21

ตารางที่ 19 วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุดจำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุด	เพศหญิง		เพศชาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน	196	32.50	93	31.63
เพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้	100	16.25	40	22.45
เพื่อความเพลิดเพลิน	98	16.58	66	13.61
เพื่อค้นคว้าทำรายงานวิจัย	79	13.10	35	11.90
ใช้บริการ Internet ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์	66	10.95	32	10.88
อ่านหนังสือเอกสารส่วนตัวที่นำมาเอง	62	10.28	22	7.48
การพบปะและนัดหมาย	2	0.33	6	2.04
รวม	603	100.00	294	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1.7503

ศก

0

จากตารางที่ 19 พบว่า วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาใช้บริการเพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และเข้าใช้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 16.58

ตารางที่ 20 ความถี่ในการใช้ห้องสมุดจำแนกลักษณะตามผู้ใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	ปริญญาตรี		บัณฑิตศึกษา		อาจารย์		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ 2-3 วัน	160	54.98	13	34.21	5	35.71	3	21.43
ใช้บริการ 3-4 วัน	106	36.43	24	63.16	9	64.29	11	78.57
ใช้บริการทุกวัน	25	8.59	1	2.63	0	0.00	0	0.00
รวม	291	100.00	38	100.00	14	100.00	14	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 54.98 รองลงมาใช้บริการ 3-4 วัน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 36.43 และใช้บริการทุกวัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.59

ตารางที่ 21 ช่วงเวลาในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ

ช่วงเวลา	ปริญญาตรี		บัณฑิตศึกษา		อาจารย์		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-11.00 น.	29	9.09	1	2.33	1	6.25	2	14.29
11.01-13.00 น.	81	25.39	21	48.84	8	50.00	7	50.00
13.01-15.00 น.	49	15.36	2	4.65	2	12.50	0	0.00
15.01-16.00 น.	40	12.54	3	6.98	0	0.00	0	0.00
16.01-17.00 น.	68	21.32	2	4.65	1	6.25	1	7.14
17.01-18.30 น.	52	16.30	14	32.56	4	25.00	4	28.57
รวม	319	100.00	43	100.00	16	100.00	14	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี มาใช้
 ช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.39 รองลงมาใช้บริการช่วงเวลา
 16.01-17.00 น. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.32 และเข้าใช้บริการ ช่วงเวลา 17.01-18.30 น.
 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30

ตารางที่ 22 ลักษณะสารสนเทศในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ

ลักษณะ สารสนเทศ	ปริญญาตรี		บัณฑิตศึกษา		อาจารย์		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือ	238	42.42	35	31.53	12	30.00	4	21.05
หนังสือพิมพ์	144	25.67	13	11.71	13	32.50	11	57.89
วารสาร	113	20.14	19	17.12	11	27.50	4	21.05
หนังสืออ้างอิง	27	4.81	9	8.11	1	2.50	0	0.00
งานวิจัยอาจารย์	13	2.32	8	7.21	0	0.00	0	0.00
ปัญหาพิเศษ	12	2.14	9	8.11	0	0.00	0	0.00
วิทยานิพนธ์	8	1.43	11	9.91	0	0.00	0	0.00
สิ่งพิมพ์ของรัฐบาล	6	1.07	7	6.31	3	7.50	0	0.00
รวม	561	100.00	111	100.00	40	100.00	19	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่า ลักษณะของสารสนเทศการให้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา
 ปริญญาตรี มาใช้หนังสือมากที่สุด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 42.42 รองลงมาใช้บริการ
 หนังสือพิมพ์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 25.67 และมาใช้บริการวารสาร จำนวน 113 คน คิด
 เป็นร้อยละ 20.14

ตารางที่ 23 วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุดในการใช้บริการจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องสมุด	ปริญญาตรี		บัณฑิตศึกษา		อาจารย์		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อประกอบการเรียนการสอน	236	31.42	35	38.04	14	43.75	4	18.18
เพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้	134	17.84	15	16.30	7	21.88	8	36.36
เพื่อความเพลิดเพลิน	116	15.45	13	14.13	5	15.63	6	27.27
เพื่อค้นคว้าทำรายงานวิจัย	97	12.92	14	15.22	2	6.25	4	4.55
ใช้ Internet ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์	85	11.32	9	9.78	2	6.25	2	9.09
อ่านหนังสือเอกสารส่วนตัวที่นำมาเอง	75	9.99	6	6.52	2	6.25	1	4.55
การพบปะและนัดหมาย	8	1.07	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	751	83.72	92	10.26	32	3.57	22	2.45

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่า วัตถุประสงค์การใช้ห้องสมุดส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มาใช้เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 31.42 รองลงมาใช้ บริการเพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 17.84 และเข้าใช้ บริการเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 15.45

ตารางที่ 24 ความถี่ในการใช้บริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ความถี่ ในการเข้าใช้	โครงการคณะ อุตสาหกรรมเกษตร		บริหารธุรกิจเกษตร		พืชสวน		เทคโนโลยี การผลิตสัตว์		วิทยาศาสตร์ การประมง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ 2-3 วัน	51	51.00	42	60.87	16	35.56	21	52.50	22	57.89
ใช้บริการ 3-4 วัน	45	45.00	26	37.68	27	60.00	11	27.50	16	42.11
ใช้บริการทุกวัน	4	4.00	1	1.45	2	4.44	8	20.00	0	0.00
รวม	100	100.00	69	100.00	45	100.00	40	100.00	38	100.00

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ความถี่ของ การใช้บริการ	เทคโนโลยี การจัดการศัตรูพืช		เทคนิคเกษตร		เทคโนโลยี การผลิตพืช		ปฐพีวิทยา		สำนักงานคนมบัติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ 2-3 วัน	13	61.90	3	18.75	6	42.86	6	54.55	1	33.33
ใช้บริการ 3-4 วัน	6	28.57	7	43.75	8	57.14	2	18.18	2	66.67
ใช้บริการทุกวัน	2	9.52	6	37.50	0	0.00	3	27.27	0	0.00
รวม	21	100.00	16	100.00	14	100.00	11	100.00	3	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาใช้บริการ 3-4 วัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และสังกัดภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรใช้บริการ 2-3 วัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 60.87

ตารางที่ 25 ช่วงเวลาในการใช้บริการจำนวนตามหน่วยงานที่สังกัด

ช่วงเวลาของ การใช้บริการ	โครงการคณะ อุตสาหกรรมเกษตร		บริหารธุรกิจเกษตร		พืชสวน		เทคโนโลยี การผลิตสัตว์		วิทยาศาสตร์ การประมง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00 - 11.00 น.	6	5.36	3	4.00	3	5.66	3	7.14	1	2.56
11.01 - 13.00 น.	45	40.18	14	18.67	14	26.42	8	19.05	10	25.64
13.01 - 15.00 น.	14	12.50	14	18.67	7	13.21	4	9.52	5	12.82
15.01 - 16.00 น.	11	9.82	10	13.33	10	18.87	5	11.90	2	5.13
16.01 - 17.00 น.	15	13.39	16	21.33	13	24.53	10	23.81	12	30.77
17.01 - 18.30 น.	21	18.75	18	24.00	6	11.32	12	28.57	9	23.08
รวม	112	100.00	75	100.00	53	100.00	42	100.00	39	100.00

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ความถี่ ในการเข้าใช้	เทคโนโลยี การจัดการศัตรูพืช		เทคนิคเกษตร		เทคโนโลยี การผลิตพืช		ปฐพีวิทยา		สำนักงานคอมพิวเตอร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00 - 11.00 น.	5	21.74	6	31.58	4	26.67	2	18.18	0	0.00
11.01 - 13.00 น.	5	21.74	6	31.58	5	33.33	7	63.64	3	100.00
13.01 - 15.00 น.	4	17.39	2	10.53	3	20.00	0	0.00	0	0.00
15.01 - 16.00 น.	3	13.04	1	5.26	1	6.67	0	0.00	0	0.00
16.01 - 17.00 น.	3	13.04	2	10.53	0	0.00	1	9.09	0	0.00
17.01 - 18.30 น.	3	13.04	2	10.53	2	13.33	1	9.09	0	0.00
รวม	23	100.00	19	100.00	15	100.00	11	100.00	3	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร มาใช้ช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 รองลงมาใช้บริการช่วงเวลา 17.01 - 18.30 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 และเข้าใช้บริการ ช่วงเวลา 16.01 - 17.00 น. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

ตารางที่ 26 ลักษณะสารสนเทศในการใช้บริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ลักษณะสารสนเทศ	โครงการคณะ อุตสาหกรรมเกษตร		บริหารธุรกิจเกษตร		พืชสวน		เทคโนโลยี การผลิตสัตว์		วิทยาศาสตร์ การประมง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือ	82	39.61	63	41.72	32	35.16	37	39.78	25	41.67
วารสาร	50	24.15	19	12.58	15	16.48	24	25.81	13	21.67
หนังสือพิมพ์	40	19.32	31	20.53	27	29.67	28	30.11	21	35.00
หนังสืออ้างอิง	12	5.80	9	5.96	7	7.69	0	0.00	0	0.00
งานวิจัยของอาจารย์	8	3.86	7	4.64	0	0.00	2	2.15	1	1.67
วิทยานิพนธ์	6	2.90	7	4.64	4	4.40	0	0.00	0	0.00
ปัญหาพิเศษ	5	2.42	7	4.64	4	4.40	1	1.08	0	0.00
สิ่งพิมพ์ของรัฐบาล	4	1.93	8	5.30	2	2.20	1	1.08	0	0.00
รวม	82	100.00	63	100.00	32	100.00	37	100.00	25	100.00

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ลักษณะสารสนเทศ	เทคโนโลยี การจัดการศึตรูพืช		เทคนิคเกษตร		เทคโนโลยี การผลิตพืช		ปฐพีวิทยา		สำนักงานคอมพิวเตอร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือ	15	35.71	15	48.39	11	47.83	8	50.00	1	16.67
หนังสือพิมพ์	12	28.57	3	9.68	5	21.74	4	25.00	2	33.33
วารสาร	9	21.43	5	16.13	4	17.39	4	25.00	3	50.00
หนังสืออ้างอิง	3	7.14	3	9.68	3	13.04	0	0.00	0	0.00
งานวิจัยของอาจารย์	1	2.38	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
วิทยานิพนธ์	1	2.38	1	3.23	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ปัญหาพิเศษ	1	2.38	3	9.68	0	0.00	0	0.00	0	0.00
สิ่งพิมพ์ของรัฐบาล	0	0.00	1	3.23	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	42	100.00	31	100.00	23	100.00	16	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ลักษณะของสารสนเทศการใช้บริการส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร มาใช้หนังสือมากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 39.61 รองลงมาใช้บริการวารสาร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 24.15 และมาใช้บริการหนังสือพิมพ์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.32

ตารางที่ 27 วัตถุประสงค์การใช้ห้องสมุด จำนวนตามหน่วยงานที่สังกัด

วัตถุประสงค์ การใช้ห้องสมุด	โครงการคณะ อุตสาหกรรมเกษตร		บริหารธุรกิจเกษตร		พืชสวน		เทคโนโลยี การผลิตสัตว์		วิทยาศาสตร์ การประมง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าประกอบ การเรียนการสอน	79	36.41	66	34.74	34	31.48	35	26.12	26	27.66
เพื่อความเพลิดเพลิน	44	20.28	26	13.68	23	21.30	23	17.16	16	17.02
เพื่อติดตามข่าวสารและ เพิ่มพูนความรู้	40	18.43	19	10.00	20	18.52	20	14.93	19	20.21
เพื่อค้นคว้ารายงานวิจัย	18	8.29	27	14.21	14	12.96	18	13.43	13	13.83
ใช้บริการ Internet ฐาน ข้อมูลคอมพิวเตอร์	14	6.45	25	13.16	11	10.19	17	12.69	15	15.96
อ่านหนังสือเอกสาร ส่วนตัวที่นำมาเอง	18	8.29	27	14.21	6	5.56	19	14.18	5	5.32
การพบปะและนัดหมาย	4	1.84	0	0.00	0	0.00	2	1.49	0	0.00
รวม	217	100.00	190	100.00	108	100.00	134	100.00	94	100.00

ตารางที่ 27 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ การใช้ห้องสมุด	เทคโนโลยี การจัดการศัตรูพืช		เทคนิคเกษตร		เทคโนโลยี การผลิตพืช		ปฐพีวิทยา		สำนักงานคนปกติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าประกอบ การเรียนการสอน	16	31.37	15	44.12	11	25.00	7	35.00	0	0.00
เพื่อความเพลิดเพลิน	9	17.65	5	14.71	8	18.18	8	40.00	2	40.00
เพื่อติดตามข่าวสารและ เพิ่มพูนความรู้	7	13.73	4	11.76	6	13.64	3	15.00	2	40.00
เพื่อค้นคว้ารายงานวิจัย	12	23.53	4	11.76	8	18.18	0	0.00	0	0.00
ใช้บริการ Internet ฐาน ข้อมูลคอมพิวเตอร์	7	13.73	3	8.82	6	13.64	0	0.00	0	0.00
อ่านหนังสือเอกสาร ส่วนตัวที่นำมาเอง	0	0.00	3	8.82	3	6.82	2	10.00	1	20.00
การพบปะและนัดหมาย	0	0.00	0	0.00	2	4.45	0	0.00	0	0.00
รวม	51	100.00	34	100.00	44	100.00	20	100.00	5	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่า วัตถุประสงค์การใช้ห้องสมุดส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะ
อุตสาหกรรมเกษตร มาใช้เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนรู้การสอน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ
36.41 รองลงมาใช้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 20.28 และเข้าใช้
บริการเพื่อติดตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.43

ตารางที่ 28 วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามเพศ

ปัจจัยทางการตลาด	เพศหญิง			เพศชาย		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.39	0.851	มาก	3.49	0.909	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.51	0.880	มาก	3.73	0.951	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.41	0.783	มาก	3.53	0.838	มาก
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.78	0.787	มาก	3.71	0.924	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.46	0.873	มาก	3.54	0.847	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.38	0.881	ปานกลาง	3.57	0.929	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.33	0.984	ปานกลาง	3.43	0.888	มาก
1.7 บริการหนังสือสารรอง	3.03	0.782	ปานกลาง	3.22	0.961	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	3.18	0.837	ปานกลาง	3.22	0.931	ปานกลาง
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.25	0.907	ปานกลาง	3.37	0.846	ปานกลาง
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.65	0.812	มาก	3.50	0.723	มาก
2.2 บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้า	3.35	0.911	ปานกลาง	3.48	0.820	มาก
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.24	0.916	ปานกลาง	3.35	0.749	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.34	0.920	ปานกลาง	3.37	0.856	ปานกลาง
2.5 จดหมายข่าว	3.13	0.887	ปานกลาง	3.42	0.852	มาก
2.6 Web Board	3.13	0.935	ปานกลาง	3.33	0.821	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.07	0.956	ปานกลาง	3.25	0.99	ปานกลาง
2.8 E-mail	3.05	0.916	ปานกลาง	3.25	0.955	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.26	0.804	ปานกลาง	3.46	0.833	มาก
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.26	0.795	ปานกลาง	3.45	0.863	มาก
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.23	0.815	ปานกลาง	3.41	0.806	มาก
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.30	0.801	ปานกลาง	3.51	0.829	มาก

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	เพศหญิง			เพศชาย		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.21	0.837	ปานกลาง	3.46	0.843	มาก
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.26	0.826	ปานกลาง	3.46	0.819	มาก
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	3.25	0.811	ปานกลาง	3.46	0.855	มาก
4.3 ใช้วีดิทัศน์ประกอบการศึกษา	3.12	0.874	ปานกลาง	3.47	0.856	มาก
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.37	0.821	ปานกลาง	3.49	0.844	มาก
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษ์	3.43	0.790	มาก	3.57	0.888	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.41	0.759	มาก	3.47	0.782	มาก
5.3 มีความอ่อนไหวในการทำงาน	3.43	0.845	มาก	3.47	0.782	มาก
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.35	0.851	ปานกลาง	3.57	0.845	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.25	0.843	ปานกลาง	3.39	0.831	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.17	0.842	ปานกลาง	3.37	0.881	ปานกลาง
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.56	0.819	มาก	3.57	0.896	มาก
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	3.33	0.933	ปานกลาง	3.45	0.906	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.43	0.946	มาก	3.55	0.889	มาก
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.33	0.998	ปานกลาง	3.45	0.938	มาก
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.34	0.854	ปานกลาง	3.35	0.843	ปานกลาง
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.23	0.935	ปานกลาง	3.43	0.953	มาก
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical)	3.26	0.868	ปานกลาง	3.45	0.910	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	3.39	0.909	ปานกลาง	3.78	0.898	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.24	0.857	ปานกลาง	3.39	0.884	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.18	0.909	ปานกลาง	3.44	0.977	มาก
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	3.03	0.979	ปานกลาง	3.26	1.033	ปานกลาง
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.43	0.796	มาก	3.52	0.890	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.42	0.760	มาก	3.49	0.899	มาก
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.35	0.850	ปานกลาง	3.43	0.835	มาก
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.05	0.881	ปานกลาง	3.25	0.862	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	2.88	1.004	ปานกลาง	3.13	1.002	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามเพศของ ความพึงพอใจผู้ใช้บริการคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านสภาพผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพของเพศหญิงมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ส่วนเพศชายมีความพึงพอใจระดับมาก

ตารางที่ 29 วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการ

ปัจจัยทางการตลาด	ปริญญาตรี			บัณฑิตศึกษา		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.38	0.886	ปานกลาง	3.72	0.797	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.49	0.907	มาก	4.16	0.789	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.41	0.827	มาก	3.82	0.652	มาก
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.72	0.864	มาก	3.89	0.689	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.43	0.878	มาก	3.79	0.741	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.41	0.903	มาก	3.66	1.021	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.32	0.967	ปานกลาง	3.71	0.768	มาก
1.7 บริการหนังสือสำรอง	3.07	0.872	ปานกลาง	3.26	0.828	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	3.16	0.872	ปานกลาง	3.45	0.891	มาก
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.26	0.905	ปานกลาง	3.51	0.729	มาก
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.56	0.809	มาก	3.89	0.606	มาก
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.35	0.890	ปานกลาง	3.79	0.741	มาก
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.26	0.876	ปานกลาง	3.45	0.724	มาก
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.30	0.930	ปานกลาง	3.61	0.595	มาก
2.5 จุดหมายข่าว	3.21	0.907	ปานกลาง	3.37	0.852	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.21	0.919	ปานกลาง	3.24	0.852	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.10	0.958	ปานกลาง	3.42	0.683	มาก
2.8 E-mail	3.11	0.954	ปานกลาง	3.34	0.781	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.27	0.808	ปานกลาง	3.61	0.862	มาก
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.25	0.803	ปานกลาง	3.68	0.904	มาก
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.23	0.801	ปานกลาง	3.61	0.823	มาก
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.33	0.819	ปานกลาง	3.55	0.860	มาก

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปริญญาตรี			บัณฑิตศึกษา		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.26	0.851	ปานกลาง	3.50	0.848	มาก
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.27	0.843	ปานกลาง	3.66	0.745	มาก
4.2 ค้นหาสารสนเทศเฉพาะเจาะจง	3.29	0.827	ปานกลาง	3.47	0.830	มาก
4.3 ใช้วีดิทัศน์/ประกอบการศึกษา	3.23	0.883	ปานกลาง	3.37	0.970	ปานกลาง
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.39	0.841	ปานกลาง	3.63	0.813	มาก
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษะ	3.47	0.836	มาก	3.61	0.946	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.41	0.771	มาก	3.68	0.702	มาก
5.3 มีความรอบใจในการทำงาน	3.42	0.836	มาก	3.74	0.795	มาก
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.39	0.861	ปานกลาง	3.76	0.786	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.26	0.851	ปานกลาง	3.55	0.828	มาก
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.22	0.871	ปานกลาง	3.39	0.855	ปานกลาง
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.54	0.864	มาก	3.66	0.781	มาก
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	3.32	0.944	ปานกลาง	3.75	0.738	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.42	0.963	มาก	3.87	0.623	มาก
6.2 บริการชาวสารข้อมูลออนไลน์	3.31	0.993	ปานกลาง	3.74	0.795	มาก
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.30	0.853	ปานกลาง	3.66	0.847	มาก
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.26	0.965	ปานกลาง	3.74	0.685	มาก
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical)	3.31	0.908	ปานกลาง	3.39	0.784	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	3.48	0.930	มาก	3.74	0.891	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.28	0.904	ปานกลาง	3.34	0.708	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.26	0.976	ปานกลาง	3.47	0.830	มาก
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	3.06	1.032	ปานกลาง	3.45	0.795	มาก
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.44	0.817	มาก	3.47	0.893	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.47	0.836	มาก	3.26	0.685	ปานกลาง
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.38	0.876	ปานกลาง	3.37	0.633	ปานกลาง
7.8 บอร์ดข่าวสารต่างๆ	3.13	0.896	ปานกลาง	3.05	0.837	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	2.94	1.050	ปานกลาง	3.16	0.718	ปานกลาง

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	อาจารย์			เจ้าหน้าที่		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.46	0.789	มาก	3.60	0.729	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.79	0.579	มาก	3.86	1.027	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.36	0.745	มาก	3.50	0.519	มาก
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	4.00	0.679	มาก	3.86	0.864	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.64	0.842	มาก	3.64	0.745	มาก
1.5 บริการด้านหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.50	0.760	มาก	3.57	0.646	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.21	0.802	ปานกลาง	3.57	1.016	มาก
1.7 บริการหนังสือสำรอง	3.00	0.877	ปานกลาง	3.36	0.497	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	3.14	1.027	ปานกลาง	3.43	0.514	มาก
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.20	0.769	มาก	3.38	0.791	มาก
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.57	0.646	มาก	3.57	0.646	มาก
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.57	0.852	มาก	3.14	0.770	ปานกลาง
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.07	0.829	ปานกลาง	3.36	0.842	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.71	0.825	มาก	3.43	0.756	มาก
2.5 จดหมายข่าว	3.21	0.426	ปานกลาง	3.36	0.842	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.00	0.784	ปานกลาง	3.21	0.699	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	2.86	0.864	ปานกลาง	3.50	1.019	มาก
2.8 E-mail	2.64	0.929	ปานกลาง	3.43	0.756	มาก
3.ราคา (Price)	3.64	0.668	มาก	3.52	0.871	มาก
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.64	0.633	มาก	3.57	0.938	มาก
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.71	0.726	มาก	3.36	0.929	ปานกลาง
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.57	0.646	มาก	3.64	0.745	มาก
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.38	0.801	มาก	3.55	0.699	มาก
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.64	0.633	มาก	3.50	0.650	มาก
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	3.43	0.852	มาก	3.64	0.929	มาก
4.3 ใช้วีดิทัศน์ประกอบการศึกษา	3.07	0.917	ปานกลาง	3.50	0.519	มาก

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	อาจารย์			เจ้าหน้าที่		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
5.สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.42	0.793	มาก	3.40	0.629	มาก
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษ์	3.50	0.650	มาก	3.36	0.497	ปานกลาง
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.43	0.938	มาก	3.21	0.579	ปานกลาง
5.3 มีความอ่อนโยนในการทำงาน	3.29	0.611	ปานกลาง	3.29	0.611	ปานกลาง
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.50	0.855	มาก	3.36	0.745	ปานกลาง
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.43	0.756	มาก	3.36	0.633	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.21	0.802	ปานกลาง	3.43	0.756	มาก
5.7บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.57	0.938	มาก	3.79	0.579	มาก
6.กระบวนการให้บริการ(Process)	3.20	0.913	มาก	3.20	0.917	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.43	0.938	มาก	3.43	0.983	มาก
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.14	0.949	ปานกลาง	3.14	0.949	มาก
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.21	0.802	ปานกลาง	3.21	0.820	มาก
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.00	0.961	ปานกลาง	3.00	0.916	ปานกลาง
7.สิ่งแวดล้อมกายภาพ(Physical)	3.52	0.769	มาก	3.31	0.780	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	4.00	0.784	มาก	3.79	0.802	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.50	0.650	มาก	3.29	0.726	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.29	0.611	ปานกลาง	3.14	0.770	ปานกลาง
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	3.43	0.852	มาก	3.07	0.917	ปานกลาง
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.71	0.914	มาก	3.71	0.914	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.71	0.726	มาก	3.07	0.616	ปานกลาง
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.36	0.842	ปานกลาง	3.29	0.726	ปานกลาง
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.14	0.770	ปานกลาง	3.14	0.770	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	3.14	0.770	ปานกลาง	3.00	1.038	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามลักษณะผู้ให้บริการคือ ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้านของบัณฑิตศึกษา อาจารย์และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้านของนักศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามภาควิชาที่สังกัด

ปัจจัยทางการตลาด	โครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร			ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.22	0.832	ปานกลาง	3.29	0.786	ปานกลาง
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.45	0.947	มาก	3.38	0.824	ปานกลาง
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.32	0.815	ปานกลาง	3.23	0.789	ปานกลาง
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.55	0.880	มาก	3.68	0.717	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.32	0.827	มาก	3.41	0.754	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.27	0.802	ปานกลาง	3.20	0.759	ปานกลาง
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.13	0.917	ปานกลาง	3.29	0.925	ปานกลาง
1.7 บริการหนังสือสำรอง	2.82	0.702	ปานกลาง	2.93	0.671	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	2.88	0.769	ปานกลาง	3.19	0.845	ปานกลาง
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.10	0.816	ปานกลาง	3.15	0.883	ปานกลาง
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.43	0.728	มาก	3.61	0.808	มาก
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.19	0.929	ปานกลาง	3.30	0.863	ปานกลาง
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.23	0.802	ปานกลาง	3.06	0.802	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.13	0.825	ปานกลาง	3.39	0.958	ปานกลาง
2.5 จุดหมายข่าว	3.06	0.722	ปานกลาง	2.96	0.882	ปานกลาง
2.6 Web Board	2.98	0.829	ปานกลาง	2.96	0.830	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	2.95	0.857	ปานกลาง	2.93	0.944	ปานกลาง
2.8 E-mail	2.85	0.833	ปานกลาง	2.96	0.977	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.07	0.721	ปานกลาง	3.24	0.824	ปานกลาง
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.05	0.730	ปานกลาง	3.23	0.825	ปานกลาง
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.07	0.728	ปานกลาง	3.22	0.725	ปานกลาง
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.10	0.704	ปานกลาง	3.28	0.922	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	โครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร			ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	2.95	0.784	ปานกลาง	3.23	0.747	ปานกลาง
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.00	0.791	ปานกลาง	3.23	0.807	ปานกลาง
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	2.99	0.732	ปานกลาง	3.30	0.713	ปานกลาง
4.3 ใช้วีดิทัศน์ประกอบการศึกษา	2.86	0.829	ปานกลาง	3.16	0.720	ปานกลาง
5.สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.21	0.797	ปานกลาง	3.39	0.737	ปานกลาง
5.1 มีความรู้ทักษะทางบรรณารักษ์	3.17	0.766	ปานกลาง	3.54	0.698	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.29	0.715	ปานกลาง	3.45	0.758	มาก
5.3 มีความพอใจในการทำงาน	3.28	0.766	ปานกลาง	3.29	0.709	ปานกลาง
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.21	0.832	ปานกลาง	3.42	0.793	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาให้บริการ	3.13	0.812	ปานกลาง	3.23	0.731	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.06	0.789	ปานกลาง	3.20	0.739	ปานกลาง
5.7บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.34	0.901	ปานกลาง	3.62	0.730	มาก
6.กระบวนการใช้บริการ(Process)	3.14	0.934	ปานกลาง	3.22	0.830	ปานกลาง
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.24	0.900	ปานกลาง	3.39	0.895	ปานกลาง
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.09	1.006	ปานกลาง	3.17	0.890	ปานกลาง
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.12	0.913	ปานกลาง	3.22	0.764	ปานกลาง
6.4 บริการบรรณานุกรมกรมเกษตร	3.10	0.916	ปานกลาง	3.10	0.770	ปานกลาง
7.สิ่งแวดล้อมกายภาพ(Physical)	3.02	0.819	ปานกลาง	3.25	0.775	ปานกลาง
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	3.22	0.894	ปานกลาง	3.38	0.730	ปานกลาง
7.2 ที่จอดรถ	2.92	0.813	ปานกลาง	3.23	0.710	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	2.90	0.745	ปานกลาง	3.29	0.824	ปานกลาง
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	2.84	0.940	ปานกลาง	2.88	0.867	ปานกลาง
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.21	0.844	ปานกลาง	3.39	0.732	ปานกลาง
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.14	0.804	ปานกลาง	3.39	0.752	ปานกลาง
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.07	0.714	ปานกลาง	3.32	0.757	ปานกลาง
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	2.82	0.796	ปานกลาง	3.14	0.827	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	2.62	0.850	ปานกลาง	2.84	0.868	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาชีพชสวน			ภาคเทคโนโลยีการผลิตสัตว์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.48	0.839	มาก	4.04	0.835	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.62	0.984	มาก	4.10	0.744	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.47	0.726	มาก	4.08	0.859	มาก
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.87	0.726	มาก	4.25	0.742	มากที่สุด
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.53	0.869	มาก	4.00	0.816	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.36	0.830	ปานกลาง	4.20	0.853	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.56	0.943	มาก	4.00	0.934	มาก
1.7 บริการหนังสือสำรอง	3.16	0.852	ปานกลาง	3.93	0.859	มาก
1.8 บริการจองหนังสือ	3.27	0.780	ปานกลาง	3.75	0.870	มาก
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.44	0.833	มาก	3.98	0.794	มาก
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.73	0.654	มาก	4.08	0.694	มาก
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.51	0.727	มาก	4.18	0.675	มาก
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.24	0.743	ปานกลาง	4.00	0.784	มาก
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.40	0.809	ปานกลาง	4.00	0.751	มาก
2.5 จุดหมายข่าว	3.38	0.936	ปานกลาง	4.03	0.920	มาก
2.6 Web Board	3.56	0.967	มาก	4.00	0.784	มาก
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.31	0.821	ปานกลาง	3.78	0.862	มาก
2.8 E-mail	3.38	1.007	ปานกลาง	3.80	0.883	มาก
3.ราคา (Price)	3.56	0.923	มาก	3.38	0.837	ปานกลาง
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.49	0.944	มาก	3.40	0.810	ปานกลาง
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.62	0.860	มาก	3.10	0.928	ปานกลาง
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.58	0.965	มาก	3.63	0.774	มาก

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาชีพสวน			ภาคเทคโนโลยีการผลิตสัตว์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.59	0.828	มาก	3.90	0.837	มาก
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.60	0.837	มาก	3.70	0.758	มาก
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	3.60	0.809	มาก	4.00	0.847	มาก
4.3 ใช้วีดิทัศน์/ประกอบการศึกษา	3.58	0.839	มาก	4.00	0.906	มาก
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.48	0.832	มาก	3.93	0.874	มาก
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษ์	3.53	0.869	มาก	4.10	0.810	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.58	0.783	มาก	3.78	0.862	มาก
5.3 มีความห่วงใยในการทำงาน	3.56	0.841	มาก	4.10	0.810	มาก
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.36	0.773	ปานกลาง	3.95	0.876	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.42	0.812	มาก	3.65	0.975	มาก
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.33	0.905	ปานกลาง	3.80	1.018	มาก
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.58	0.839	มาก	4.15	0.770	มาก
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	3.43	0.900	มาก	4.18	0.783	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.58	0.866	มาก	4.20	0.791	มาก
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.44	0.918	มาก	4.25	0.742	มากที่สุด
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.49	0.843	มาก	4.05	0.714	มาก
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.22	0.974	ปานกลาง	4.20	0.883	มาก
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical)	3.39	0.872	มาก	3.99	0.819	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	3.60	0.939	มาก	4.20	0.853	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.51	0.843	มาก	4.05	0.815	มาก
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.40	0.915	ปานกลาง	4.10	0.928	มาก
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	3.09	0.949	ปานกลาง	3.85	0.864	มาก
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.42	0.783	มาก	3.88	0.723	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.42	0.812	มาก	4.00	0.784	มาก
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.53	0.869	มาก	3.95	0.846	มาก
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.13	0.869	ปานกลาง	3.85	0.736	มาก
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	3.04	1.127	ปานกลาง	3.43	0.958	มาก

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิทยาศาสตร์การประมง			เทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.22	0.776	ปานกลาง	3.67	0.881	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.29	0.732	ปานกลาง	3.86	0.910	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.26	0.601	ปานกลาง	3.76	0.625	มาก
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.61	0.718	มาก	3.95	0.865	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.34	0.878	ปานกลาง	3.57	0.811	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.34	1.021	ปานกลาง	3.95	0.805	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.08	0.784	ปานกลาง	3.57	0.926	มาก
1.7 บริการหนังสือสำรอง	2.84	0.754	ปานกลาง	3.19	1.030	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	2.97	0.716	ปานกลาง	3.48	1.078	มาก
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.10	0.747	ปานกลาง	3.29	0.937	ปานกลาง
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.29	0.768	ปานกลาง	3.67	0.913	มาก
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.16	0.638	ปานกลาง	3.43	0.978	มาก
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.08	0.712	ปานกลาง	3.43	1.121	มาก
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.13	0.844	ปานกลาง	3.29	0.902	ปานกลาง
2.5 จดหมายข่าว	3.13	0.777	ปานกลาง	3.00	0.894	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.03	0.636	ปานกลาง	3.05	0.865	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	2.92	0.850	ปานกลาง	3.33	0.913	ปานกลาง
2.8 E-mail	3.08	0.749	ปานกลาง	3.14	0.910	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.38	0.742	ปานกลาง	3.63	0.710	มาก
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	3.62	0.865	มาก	3.71	0.784	มาก
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.26	0.601	ปานกลาง	3.62	0.669	มาก
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.26	0.760	ปานกลาง	3.57	0.676	มาก

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง			ภาคเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.17	0.648	ปานกลาง	3.33	0.790	ปานกลาง
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.26	0.760	ปานกลาง	3.57	0.676	มาก
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	3.13	0.578	ปานกลาง	3.19	0.750	ปานกลาง
4.3 ใช้วีดิทัศน์/ประกอบการศึกษา	3.11	0.606	ปานกลาง	3.24	0.944	ปานกลาง
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.20	0.687	ปานกลาง	3.51	0.742	มาก
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษ์	3.26	0.644	ปานกลาง	3.57	0.870	มาก
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.21	0.528	ปานกลาง	3.57	0.676	มาก
5.3 มีความอ่อนไหวในการทำงาน	3.18	0.730	ปานกลาง	3.52	0.680	มาก
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.13	0.741	ปานกลาง	3.57	0.676	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.21	0.777	ปานกลาง	3.48	0.750	มาก
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.11	0.727	ปานกลาง	3.38	0.669	ปานกลาง
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.32	0.662	ปานกลาง	3.48	0.873	มาก
6. กระบวนการให้บริการ(Process)	3.19	0.744	ปานกลาง	3.42	0.802	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.32	0.873	ปานกลาง	3.33	0.796	ปานกลาง
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.29	0.802	ปานกลาง	3.43	0.870	มาก
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.11	0.689	ปานกลาง	3.38	0.669	ปานกลาง
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.05	0.613	ปานกลาง	3.52	0.873	มาก
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ(Physical)	3.18	0.889	ปานกลาง	3.55	0.890	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	3.21	0.875	ปานกลาง	3.86	0.854	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.00	0.735	ปานกลาง	3.38	0.805	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.11	0.863	ปานกลาง	3.48	1.167	มาก
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	2.95	0.837	ปานกลาง	3.57	1.076	มาก
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.29	0.768	ปานกลาง	3.81	0.814	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.45	0.645	มาก	3.57	0.598	มาก
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.32	0.809	ปานกลาง	3.62	0.865	มาก
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.08	0.712	ปานกลาง	3.10	0.944	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	3.42	0.889	มาก	3.10	0.831	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาเทคนิคเกษตร			ภาคเทคโนโลยีการผลิตพืช		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.50	1.047	มาก	3.36	0.814	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	3.81	0.981	มาก	3.50	0.760	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.63	0.885	มาก	3.36	0.745	ปานกลาง
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	3.75	1.238	มาก	3.50	0.760	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.44	1.365	มาก	3.43	0.756	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.56	1.209	มาก	3.50	0.855	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.31	1.078	ปานกลาง	3.21	0.802	ปานกลาง
1.7 บริการหนังสือสำรอง	3.19	0.750	ปานกลาง	3.07	0.917	ปานกลาง
1.8 บริการจองหนังสือ	3.31	0.873	ปานกลาง	3.29	0.914	ปานกลาง
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.43	0.846	มาก	2.96	0.863	ปานกลาง
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	3.63	0.619	มาก	3.14	0.770	ปานกลาง
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.38	0.806	ปานกลาง	3.00	0.877	ปานกลาง
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.50	0.730	มาก	2.71	0.994	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.44	0.964	มาก	3.07	0.997	ปานกลาง
2.5 จดหมายข่าว	3.63	0.806	มาก	3.00	0.679	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.25	1.000	ปานกลาง	3.07	0.917	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.25	1.125	ปานกลาง	2.86	0.864	ปานกลาง
2.8 E-mail	3.38	0.719	ปานกลาง	2.79	0.802	ปานกลาง
3.ราคา (Price)	3.43	0.846	มาก	3.34	0.570	ปานกลาง
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	4.00	0.816	มาก	3.29	0.469	ปานกลาง
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	4.25	0.775	มากที่สุด	3.36	0.745	ปานกลาง
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	4.13	0.719	มาก	3.36	0.497	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาเทคนิคเกษตร			ภาคเทคโนโลยีการผลิตพืช		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.54	0.887	มาก	3.05	0.862	ปานกลาง
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.94	0.854	มาก	3.07	0.730	ปานกลาง
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	3.44	1.031	มาก	3.00	0.784	ปานกลาง
4.3 ใช้วีดิทัศน์/ประกอบการศึกษา	3.25	0.775	ปานกลาง	3.07	1.072	ปานกลาง
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.61	0.930	มาก	3.09	0.912	ปานกลาง
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษ์	3.69	0.873	มาก	3.07	0.829	ปานกลาง
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.69	1.078	มาก	3.07	0.730	ปานกลาง
5.3 มีความว่องไวในการทำงาน	3.69	0.873	มาก	3.21	0.975	ปานกลาง
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	3.94	0.998	มาก	3.21	0.893	ปานกลาง
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.50	0.966	มาก	2.86	0.949	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.19	0.911	ปานกลาง	2.71	1.069	ปานกลาง
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	3.56	0.814	มาก	3.50	0.941	มาก
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	3.53	1.009	มาก	3.18	1.022	ปานกลาง
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3.56	0.892	มาก	3.14	1.167	ปานกลาง
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.50	1.155	มาก	3.14	1.099	ปานกลาง
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.50	0.894	มาก	3.21	0.699	ปานกลาง
6.4 บริการบรรณานุกรมกรมเกษตร	3.56	1.094	มาก	3.21	1.122	ปานกลาง
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical)	3.54	0.879	มาก	3.29	1.085	ปานกลาง
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	4.06	0.772	มาก	3.43	0.852	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.81	0.834	มาก	3.21	1.051	ปานกลาง
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.21	1.051	ปานกลาง	2.93	1.207	ปานกลาง
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	3.44	1.153	มาก	2.79	1.311	ปานกลาง
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.88	0.957	มาก	3.64	1.008	มาก
7.6 อุ่นหุ้มีเครื่องปรับอากาศ	3.50	0.516	มาก	3.79	1.051	มาก
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.19	0.834	ปานกลาง	3.50	1.019	มาก
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.19	0.911	ปานกลาง	3.00	1.177	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	3.06	1.340	ปานกลาง	3.00	1.519	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาปรัชญาศึกษา			สำนักงานคณบดี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.92	0.848	มาก	3.63	0.630	มาก
1.1 บริการหนังสือการเกษตร (ท-อ)	4.55	0.688	มากที่สุด	3.67	1.155	มาก
1.2 วารสารการเกษตร (ท-อ)	3.82	0.603	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์	4.36	0.809	มากที่สุด	3.67	1.155	มาก
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง	3.82	0.751	มาก	4.00	0.000	มาก
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ วิทยานิพนธ์/ ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)	3.36	0.924	ปานกลาง	3.67	0.577	มาก
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์	3.64	0.924	มาก	4.00	1.000	มาก
1.7 บริการหนังสือสำรอง	3.91	1.044	มาก	3.67	0.577	มาก
1.8 บริการจองหนังสือ	3.91	1.044	มาก	3.00	0.000	ปานกลาง
2.ช่องบริการสารสนเทศ (Place)	3.67	0.921	มาก	3.37	0.702	ปานกลาง
2.1 บริการยืม-คืนสารสนเทศ	4.27	0.786	มากที่สุด	3.33	0.577	ปานกลาง
2.2 บริการตอบคำถาม/ช่วยค้นคว้า	3.91	0.701	มาก	3.00	1.000	ปานกลาง
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด	3.45	0.934	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ OPAC	3.55	0.934	มาก	3.67	0.577	มาก
2.5 จดหมายข่าว	3.64	0.809	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
2.6 Web Board	3.55	0.820	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
2.7 ประชาสัมพันธ์	3.73	1.191	มาก	3.33	1.155	ปานกลาง
2.8 E-mail	3.27	1.191	ปานกลาง	3.67	0.577	มาก
3.ราคา (Price)	3.94	0.828	มาก	3.00	0.718	ปานกลาง
3.1 ค่าปรับเมื่อคืนเกินกำหนด	4.36	0.809	มากที่สุด	3.00	1.000	ปานกลาง
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร	3.82	0.751	มาก	2.67	0.577	ปานกลาง
3.3 ค่าสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล	3.64	0.924	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ภาควิชาประเพณีวิทยา			สำนักงานคณบดี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (Promotion)	4.00	0.705	มาก	3.78	0.718	มาก
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	3.91	0.539	มาก	3.67	0.577	มาก
4.2 ค้นหาสารนิเทศเฉพาะเจาะจง	4.09	0.944	มาก	4.00	1.000	มาก
4.3 ใช้วีดิทัศน์/ประกอบการศึกษา	4.00	0.632	มาก	3.67	0.577	มาก
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)	3.94	0.794	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
5.1 มีความรู้/ทักษะทางบรรณารักษะ	4.27	0.786	มากที่สุด	3.33	0.577	ปานกลาง
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี	3.55	0.820	มาก	3.00	0.000	ปานกลาง
5.3 มีความไว้วางใจในการทำงาน	3.91	0.831	มาก	2.67	0.577	ปานกลาง
5.4 มีทักษะแนะนำ/ช่วยเหลือบริการ	4.18	0.603	มาก	3.67	1.155	มาก
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ	3.82	0.751	มาก	3.33	1.155	ปานกลาง
5.6 เห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการ	3.82	0.874	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
5.7 บุคลิกภาพ/การแต่งกายเหมาะสม	4.00	0.894	มาก	4.00	0.000	มาก
6. กระบวนการให้บริการ (Process)	3.82	0.815	มาก	3.67	0.722	มาก
6.1 สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	4.18	0.751	มาก	3.67	0.577	มาก
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์	3.91	0.701	มาก	3.67	0.577	มาก
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น	3.55	0.688	มาก	3.67	1.155	มาก
6.4 บริการบรรณานุกรมการเกษตร	3.64	1.120	มาก	3.67	0.577	มาก
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical)	3.85	0.885	มาก	3.58	0.736	มาก
7.1 สถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบ	4.55	0.688	มาก	4.00	1.000	มาก
7.2 ที่จอดรถ	3.64	0.674	มาก	3.67	0.577	มาก
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย	3.82	0.874	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์เข้าห้องสมุด	4.09	0.831	มาก	3.67	0.577	มาก
7.5 จุดบริการยืม-คืน	3.91	0.701	มาก	4.00	1.000	มาก
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ	3.82	1.168	มาก	3.67	0.577	มาก
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร	3.64	1.120	มาก	3.33	0.577	ปานกลาง
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ	3.36	1.027	ปานกลาง	3.00	1.000	ปานกลาง
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง	3.27	1.104	ปานกลาง	2.67	1.528	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่า วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามภาควิชาที่สังกัดคือ ผู้ใช้บริการที่สังกัดภาควิชาพืชสวน ภาควิชาเทคนิคเกษตร และภาควิชาปฐพีวิทยา มีความพึงพอใจระดับมาก กับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

ส่วนผู้ให้บริการที่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร และภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง กับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามปลายเปิด เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการห้องสมุด ปรากฏรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการห้องสมุด

ลำดับ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านบุคลากร - บุคลากรปฏิบัติงานได้เหมาะสมดีแล้ว - บุคลากรขาดมนุษยสัมพันธ์ดี - ควรเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มากขึ้น - ควรปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานด้านเอกสาร - ควรปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากรบางส่วน	208 84 75 55 52	58.3 23.5 21.0 15.4 14.6
2.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอาคารสถานที่ - ตัวอาคารสถานที่มีความเหมาะสมดีแล้ว - ด้านหน้าและบริเวณโดยรอบมีความร่มรื่น - สถานที่ในห้องสมุดคับแคบ การเดินไม่สะดวก - สถานที่จอดรถไกลและไม่เพียงพอ - ห้องน้ำไม่สะอาด	241 233 231 219 210	67.5 65.3 64.7 61.3 58.8
3.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านทรัพยากรสารสนเทศ - ควรเพิ่มจำนวนทรัพยากรสารสนเทศให้มากขึ้น - ควรเพิ่มจำนวนและประสิทธิภาพเครื่องคอมพิวเตอร์ - มีเครื่องถ่ายเอกสารในห้องสมุด	309 294 291	86.6 82.4 81.5

ตารางที่ 31 (ต่อ)

4.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด - ควรซ่อมแซมชั้นวางหนังสือเก่า และชำรุดให้อยู่ในสภาพที่ดี	248	69.5
5.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการจัดให้บริการ	237	66.4
	- เป็นสมาชิกห้องสมุดได้เลย เพราะลงทะเบียนแล้ว	198	55.5
	- มีบริการ Print เอกสาร	187	52.4
6.	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ ที่ท่านต้องการ		
	- ควรมี Locker ที่ปลอดภัยสำหรับที่ฝากสิ่งของ	250	70.0
	- ด้านในห้องสมุดไม่โปร่ง และดับแคบ	134	37.5

จากตารางที่ 31 สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นด้านบุคลากรว่า เจ้าหน้าที่ห้องสมุดหรือบุคลากรปฏิบัติงานได้เหมาะสมดีแล้วมากกว่าความคิดเห็นด้านอื่น ๆ จำนวน 208 คิดเป็นร้อยละ 58.3 ด้านอาคารสถานที่พบว่า ตัวอาคารสถานที่มีความเหมาะสมดีแล้ว จำนวน 241 คิดเป็นร้อยละ 67.5 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ควรเพิ่มจำนวนทรัพยากรสารสนเทศให้มากขึ้น จำนวน 309 คิดเป็นร้อยละ 86.6 ด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด ควรซ่อมแซมชั้นวางหนังสือเก่า และชำรุดให้อยู่ในสภาพที่ดี จำนวน 248 คิดเป็นร้อยละ 69.5 ด้านรูปแบบการจัดให้บริการ เป็นสมาชิกห้องสมุดได้เลย เพราะลงทะเบียนแล้ว จำนวน 237 คิดเป็นร้อยละ 66.4 และด้านอื่น ๆ ที่ท่านต้องการ ควรมี Locker ที่ปลอดภัยสำหรับที่ฝากสิ่งของ จำนวน 250 คิดเป็นร้อยละ 70.0

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่วนประสมการตลาดในการบริการของห้องสมุด และเพื่อศึกษาปัญหาจากสภาพการดำเนินงานในการบริการของห้องสมุด ใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศของคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ ตลอดจนผู้ที่เข้ามาใช้บริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 357 คน ผู้วิจัยได้สรุปวิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ชุดคือ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการหรือบุคลากรของห้องสมุด ชุดที่ 2 สำหรับผู้ใช้บริการของห้องสมุด แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพการให้บริการห้องสมุด ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุด และ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ตามหน่วยงานที่ศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 10 หน่วยงาน จนครบตามจำนวนที่ต้องการ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. สภาพการใช้ห้องสมุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการในห้องสมุด 2-3 วันต่อสัปดาห์ โดยใช้บริการในช่วงเวลา 11.00 –13.00 น. มากที่สุด และใช้บริการสารสนเทศ หนังสือ เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอนมากที่สุด ใช้วิธีคือการเรียนรู้ด้วยตนเอง

3. ความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการของห้องสมุด ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาด และทำให้ผู้ใช้บริการห้องสมุดมีความพึงพอใจมากที่สุด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การให้บริการหนังสือพิมพ์ ด้านช่องทางการให้บริการสารสนเทศ คือ บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ ด้านราคา คือ ค่าปรับหนังสือเมื่อส่งคืนเกินกำหนดเวลา ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การค้นหาทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจง ด้านสภาพของผู้ให้บริการ คือ มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม ด้านกระบวนการใช้บริการคือ มีการให้บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์ และด้านส่งเสริมการขาย คือ มีสถานที่นั่งพักในบริเวณโดยรอบห้องสมุด

4. ผู้ใช้บริการห้องสมุดในภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมาก ต่อการให้บริการของห้องสมุด 3 อันดับแรกในเรื่อง บริการหนังสือพิมพ์ (3.76) บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ (3.60) และบริการหนังสือการเกษตรไทย-อังกฤษ (3.59)

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน (33.61) มาใช้บริการช่วงเวลา 11.01-13.00 น. (18.11) ลักษณะของสารสนเทศการใช้บริการจะให้หนังสือมากที่สุด (27.01) วัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน (21.89)

ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน (44.82) มาใช้บริการช่วงเวลา 11.01-13.00 น. (20.66) ลักษณะของสารสนเทศจะมาใช้น้ำหนักมากที่สุด (32.96) มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน (26.31)

ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่สังกัดโครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน (14.29) มาใช้บริการในช่วงเวลา 11.01-13.00 น. (12.61) ลักษณะของสารสนเทศที่มาใช้คือ หนังสือมากที่สุด (11.36) และมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน (8.81)

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามเพศของความพึงพอใจผู้ใช้บริการคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสภาพผู้ให้บริการ ของเพศชายมีความพึงพอใจระดับมาก (3.49) ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เพศชายมีความพึงพอใจระดับมาก (3.46)

การผู้ใช้บริการที่เป็นอาจารย์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดระดับมากเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสภาพผู้ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ส่วนผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดระดับมากเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการให้บริการ

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามภาควิชาที่สังกัดคือ ผู้ใช้บริการที่สังกัดภาค วิชาพืชสวน ภาควิชาเทคนิคเกษตร และภาควิชาปฐพีวิทยา มีความพึงพอใจระดับมาก กับปัจจัย ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

5. ความคิดเห็นพบว่า เจ้าหน้าที่ห้องสมุดหรือบุคลากรปฏิบัติงานได้เหมาะสมดีแล้ว ตัว อาคารสถานที่มีความเหมาะสมดี ควรเพิ่มจำนวนทรัพยากรสารสนเทศให้มากขึ้น ซ่อมแซมชั้นวางหนังสือเก่า ที่ชำรุดให้อยู่ในสภาพดี และควรมี Locker ที่ปลอดภัยสำหรับที่ฝากสิ่งของ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่ต้องการใช้บริการของห้องสมุด ปัจจัยทางการตลาดของห้องสมุดที่ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์คือ การให้บริการหนังสือพิมพ์ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการจะคอยติดตามข่าวสารรายวัน จึงทำให้มาใช้บริการช่วงเวลา 11.00 –13.00 น. มาก ที่สุด (ร้อยละ 29.8) เพราะเป็นช่วงเวลาที่พักจากการเรียนและการทำงาน ส่วนด้านช่องทางการ ให้บริการสารสนเทศคือบริการ ยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของห้องสมุดที่ จะต้องบริการทรัพยากรสารสนเทศให้ผู้ใช้บริการ ที่เป็นสมาชิกได้นำสารสนเทศที่สนใจออกนอก ห้องสมุด เพื่อใช้ค้นคว้าในเชิงลึกต่อไป ด้านราคาคือ ค่าปรับหนังสือเมื่อส่งคืนเกินกำหนดเวลา กรณีนี้เป็นกรณีดีเพราะเป็นการให้ผู้ยืมหนังสือมีวินัย เป็นการกระจายเรื่องของการยืมหนังสือให้ กว้างขวางออกไป ด้านส่งเสริมการตลาดคือการค้นหาทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจง ซึ่ง หน้าที่นอกจากบริการยืม-คืนหนังสือที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปแล้ว บริการหลักที่สำคัญบริการหนึ่ง คือ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า เป็นบริการที่สำนักหอสมุด ได้จัดให้มีขึ้น เพื่อให้ความ ช่วยเหลือแก่ผู้ใช้ในเรื่องของการเข้าถึง และการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ ทั้งที่เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

ด้านสภาพผู้ให้บริการ คือ การมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ www.lib.ru.ac.th ; สุรีย์ บุญงามมงคล และคณะ, 2546 ที่กล่าวว่า บรรณารักษ์ควรให้การต้อนรับ ด้วยความยิ้มแย้มและสุภาพ ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ด้วยความสุภาพ แนะนำและให้คำปรึกษาวิธีการใช้ห้องสมุดด้วยความเต็มใจและกระตือรือร้น ซึ่ง การแสดงพฤติกรรมเช่นนี้เป็นเรื่องที่เหมาะสม ก่อให้เกิดผลดีต่อการศึกษาหาความรู้ของนักศึกษา ตลอดจนผู้ใช้บริการทั้งหลายโดยตรง เนื่องจากงานบริการห้องสมุด เป็นงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับ

ผู้ใช้เวลาทั้งหมด ดังนั้น บรรณารักษ์ผู้ให้บริการต้องเป็นคนที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยคำนึงถึงความต้องการและคิดถึงผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ งานห้องสมุดเป็นงานบริการ ผู้ที่ทำหน้าที่บรรณารักษ์จะต้องมีนิสัยชอบบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความยุติธรรมในการให้บริการ ซึ่งความประทับใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ใช้บริการได้พบกับความรู้สึกที่ดี ๆ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการคือมีการให้บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ พรธิดา วิเชียรปัญญา (2544) ที่ว่า การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้มาขอใช้บริการเกิดความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่รวดเร็ว ทันสมัยและประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย และด้านส่งเสริมการขายคือมีสถานที่นั่งพักบริเวณโดยรอบห้องสมุด เพราะเป็นบรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายและมีสมาธิ

2. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มาใช้บริการห้องสมุด 2-3 วัน มาใช้บริการช่วงเวลา 11.01-13.00 น. ลักษณะของสารสนเทศการใช้บริการจะใช้หนังสือมากที่สุด วัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อค้นคว้าประกอบการเรียนการสอน ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี เนื่องจาก นักศึกษาปริญญาตรีเพศหญิง มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ และมีเวลามากพอที่จะมาใช้บริการห้องสมุด ในช่วงเวลาเวลาพักเที่ยง โดยใช้หนังสือมากที่สุดเพื่อการค้นคว้าทำรายงานประกอบการเรียนการสอน

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามลักษณะผู้ใช้บริการคือ นักศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยทางการตลาดระดับปานกลาง เพราะเป็นผู้ใช้บริการส่วนมากและมีความถี่มากด้วย ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามภาควิชาที่สังกัดคือ ผู้ใช้บริการที่สังกัดภาควิชาพืชสวน ภาควิชาเทคนิคเกษตร และภาควิชาปฐพีวิทยา มีความพึงพอใจระดับมาก กับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน เนื่องจากได้รับคำตอบและสนองต่อความต้องการด้วยดีในทุกปัจจัยทางการตลาด

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า พื้นที่ในห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในปัจจุบันมีความคับแคบ (ร้อยละ 64.7) โต๊ะ เก้าอี้ไม่เพียงพอ ควรจัดโต๊ะอ่านหนังสือแบบคนเดียว เนื่องจากตัวตึกคับแคบมีพื้นที่จำกัด ประกอบกับมีปริมาณทรัพยากรสารสนเทศเพิ่มจำนวนขึ้นทุกขณะ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังเห็นว่า คอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นมีไม่พอ และมีความเห็นว่าควรจัดหาทรัพยากรสารสนเทศในทางวิชาการ รวมทั้งวารสารที่เพิ่มขึ้นทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ ควรจัดให้มีบริการถ่ายเอกสารภายในห้องสมุด (ร้อยละ 81.5) และมีการประชาสัมพันธ์เอกสารหรือข่าวสารใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องสมุดในระดับที่ดีและเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของตน หากมีการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพที่มีในปัจจุบันแล้ว จะทำให้ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไปควรพิจารณาถึงประเด็นที่น่าสนใจต่าง ๆ ดังนี้

1. คณะเทคโนโลยีการเกษตร ควรขยายขอบข่ายของข้อมูลวิชาการให้กว้างขวาง สมบูรณ์ยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเป็นข้อมูลวิชาการทางด้านการเกษตรแล้ว ยังควรให้ครอบคลุมสาขาวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านการตลาด วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว อุตสาหกรรมเกษตร รวมไปถึงข้อมูลอื่น ๆ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ และควรเพิ่มทรัพยากรสารสนเทศให้มากขึ้น (86.6) เป็นต้น

2. ห้องสมุด ควรจัดให้มีข้อมูลที่ทันสมัย และเป็นปัจจุบันให้มากที่สุด

3. ควรปรับปรุงสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ให้รองรับการให้บริการของกลุ่มบุคคลเป้าหมาย ได้อย่างเพียงพอ และสอดคล้องกับการมาใช้บริการ เช่น โต๊ะเก้าอี้ เครื่องคอมพิวเตอร์ในการสืบค้นข้อมูล การปรับปรุงระบบข้อมูลเพื่อการสืบค้น มีห้องน้ำที่สะอาด (58.8) มี Locker ที่ปลอดภัย (70.0) และมีชั้นวางหนังสือเก่าที่มั่นคงไม่ชำรุด (69.5) เป็นต้น

4. ควรปรับปรุงการให้บริการในรูปแบบที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น เช่นการยืมคืนหนังสือด้วยตัวเอง มีการแนะนำฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Internet การรวบรวมบรรณานุกรมเฉพาะเรื่อง การจัดทำข่าวสารที่ทันสมัย (Current Awareness) การบริการยืมคืนระหว่างห้องสมุด บริการทรัพยากรสารสนเทศด้วยการบริการส่งถึงผู้ยืม (Delivery Service) รวมไปถึงการบริการถ่ายเอกสาร และจัดทำสำเนาต่าง ๆ และควรมีระบบประเมินผลความพึงพอใจแบบออนไลน์

5. ด้วยศักยภาพที่มีอยู่ในปัจจุบัน ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร ควรขยายบทบาทในการเป็นศูนย์กลางบริการข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรให้กว้างขวางออกไป ซึ่งนอกเหนือจากการให้บริการด้านวิชาการในสถาบันการศึกษาแล้ว ยังสามารถให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ๆ ผู้ประกอบการธุรกิจ และภาคเอกชนทั่วไป

6. ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการดำเนินงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น กรม กอง สถาบัน มหาวิทยาลัย FAO ของประเทศต่าง ๆ

7. ควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การให้บริการที่กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในรูปแบบ Hard copy เช่น การจัดทำจดหมายข่าว จดนิทรรศการ มุมเอกสาร การประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของสถาบัน รวมไปถึงการจัดให้มี Website ของตนเองด้วย

8. ควรมีการพัฒนางานในเชิงวิชาการเพิ่มขึ้น เช่น สำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นระยะ ๆ การจัดประชุมสัมมนา อบรมผู้ให้บริการ รวมไปถึงการจัดทำคู่มือและคำแนะนำต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และสามารถให้บริการด้วยตนเองได้

9. ควรมีการพัฒนาบุคลากรของห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีขีดความสามารถสูงขึ้น ในการให้บริการ ทั้งทางด้านความรู้เกี่ยวกับห้องสมุด ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านมนุษยสัมพันธ์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัณณวัน อภิรักษ์ธนากร. (2544). การสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์การตลาด) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- กุลธิดา ห้วมสุข และคณะ.(2548). "บทบาทของห้องสมุดมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน" วารสารห้องสมุด. ปีที่ 49 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม 2548, น.16-34.
- จเด็จ ทางเจริญ. (2546). "ห้องสมุดมหาวิทยาลัยชินวัตร" วารสารห้องสมุด. 47(4) ตุลาคม-ธันวาคม 2546 หน้า 1 – 20.
- จิรภา สิมะจารึก และคณะ. (2548). "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น" วารสารอิเฟอร์เมชัน. ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน). น.6-12.
- ช่อทิพย์ มงคลมาลัย. (2536). การประยุกต์กลยุทธ์การตลาดสำหรับห้องสมุดเฉพาะสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). การจัดการบริการสารสนเทศ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หมึกพิมพ์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.
- นฤมล กิจไพศาลรัตนา. 2545. การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อบริการของห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวลจันทร์ รัตนการ. (ม.ป.ป.). ห้องสมุดเฉพาะ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บงกช ศิริวัฒนมงคล. (2544). บทบาทห้องสมุดมหาวิทยาลัยในยุคปฏิรูปการศึกษา. บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น. พฤษภาคม-สิงหาคม

2544 หน้า 1-9.

บึงอร คำประเทศ. (2540). การนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในงานบริหารงานห้องสมุดสถาบัน
การเงิน. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์
(บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญชม ศรีสะอาด. 2542. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2544). "แนวคิดการตลาดกับบริการสารสนเทศ" รังสิตสารสนเทศ.
ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม, 98-106.

พวา พันธุ์เมฆา. (2538). สารนิเทศกับการศึกษาค้นคว้า. ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์
กราฟฟิค.

พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2539). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

มนต์ชิตา บุปผาคำ. (2544). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพฯ.
วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ (บริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัย
ศิลปากร

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กองห้องสมุด และคณะอนุกรรมการพัฒนามหาวิทยาลัยแม่โจ้
ทบวงมหาวิทยาลัย. (2542). ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษากับการประกันคุณภาพ
การศึกษา. เชียงใหม่: คณะทำงานฝ่ายวิชาการและเอกสาร กองห้องสมุด
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.

(2544). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่เก้า พ.ศ. 2545 -

2549. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สุกัญญา ศรีสืบสาย. (2545). "ห้องสมุดยุคใหม่" การประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2545 และ
ประชุมวิชาการเรื่องห้องสมุดยุคใหม่ : ผู้นำแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สมาคม
ห้องสมุดแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรม
ราชกุมารี

- สุรนีย์ ขจัดภัย. (2548). "ความต้องการการให้บริการของห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงในทัศนะของนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง" วารสารวิจัย. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-ธันวาคม. น.136-147.
- สุรชานา วิวัฒน์ชาติ. (2530). การส่งเสริมการจำหน่ายสำหรับสถาบันที่ให้บริการในเอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการเรื่อง Marketing of information science . กรุงเทพฯ :สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรทอง ศรีสะอาด. (2544). รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ไปสู่เกณฑ์มาตรฐานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ.2544. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรีย์ บูเหงามงคล และคณะ. 2546. ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการใช้บริการของสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ: สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุวรรณ อภัยวงศ์. (2534). การใช้กลยุทธ์การตลาดในงานบริการสารนิเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. คณะศึกษาศาสตร์ (บรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุวรรณ คำมั่น. (2545). "การเรียนรู้ตลอดชีวิต : หนทางสู่สังคมเศรษฐกิจ" การประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2545 และประชุมวิชาการ เรื่องห้องสมุดยุคใหม่ : ผู้นำแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไดมอนด์อิน บิซิเนส วิสดี.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.สำนักทะเบียนและประมวลผล. (2548). รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพฯ : สำนักทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. (2545). รายงานประจำปี 2545 ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ : ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภัย ประกอบผล. (2543). "สรุปการอภิปรายเรื่อง การจัดการบริหารและบริการของห้องสมุด เพื่อดำเนินการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ" **วารสารห้องสมุด**. 49 (4): 16-34.

.... [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.lib.ru.ac.th/article/refservice.html> (20/02/2550)

ภาษาต่างประเทศ

Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management: The Millennium Edition**. New Jersey: Prentice-Hall, .

Majid, Shaheen, Mumtaz Ali Anwar and Tamara S. Eisenchiz. (2001) "User Perception of Library Effectiveness in Malaysian Agricultural Libraries". **Library Review**. 50(4): 176-186.

Yamane, Taro. (1973). **Statistic : Introductory Analysis**. 3rd ed. New York : Harper and Row .

Zikmund, W.G. (2003). **Business Research Methods**. Ohio : South-Western Thomson Learning.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉวีวรรณ คุณาภินันท์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
อาจารย์พิเศษสาขาบรรณรักษ์ศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นมณี ขวัญเมือง
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อาจารย์ผู้สอนภาควิชาครุศาสตร์เกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
3. รองศาสตราจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะเทคโนโลยีการเกษตร
หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะเทคโนโลยีการเกษตร
รองคณบดีคณะเทคโนโลยีการเกษตร อาจารย์ผู้สอนภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
5. อาจารย์มนตรี คู่ควร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะเทคโนโลยีการเกษตร
อาจารย์พิเศษภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร



ที่ ศช 0546.11/ 3799

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

() สิงหาคม 2549

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เครื่องมือ โครงการที่วิทยานิพนธ์

เรียน รองศาสตราจารย์ฉวีวรรณ อุหาภินันท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1.เค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม

เนื่องด้วย นางสุดิมา แก้วเกิด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
“การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|------------------|--------------|---------|
| 1. ผศ.ดร.ชลภัทร | วงษ์ประเสริฐ | ประธาน |
| 2. รศ.ดร.กุลัญญา | ณ ป้อมเพชร | กรรมการ |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของ
เครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตศึกษาได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้
ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ วิวัฒนาภรณ์)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

วงษ์ประเสริฐ นานันท์

โทร. 0-2474-7000 ต่อ 1700 ต่อ 807



ที่ ศช 0546.11/3801

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

๑ สิงหาคม 2549

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นมณี ขวัญเมือง

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. คำโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม

เนื่องด้วย นางชุติมา แก้วเกิด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
“การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|--------------------|--------------|---------|
| 1. ผศ.ดร.ชลภัทร | วงศ์ประเสริฐ | ประธาน |
| 2. รศ.ดร. กุลกัญญา | ณ ป้อมเพ็ชร | กรรมการ |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของ
เครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตศึกษาได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้
ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วยจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วัฒนานิมิตกุล)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

งานประสานงานบัณฑิตศึกษา

โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1700 ต่อ 807



ที่ ศธ 0546.11/ 3798

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

๙ สิงหาคม 2549

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. คำโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม

เนื่องด้วย นางชุติมา แก้วเกิด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
“การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|------------------|--------------|---------|
| 1. ผศ.ดร.ชลภัทร | วงศ์ประเสริฐ | ประธาน |
| 2. รศ.ดร.กุลัญญา | ณ ป้อมเพชร | กรรมการ |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษายังจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของ
เครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตศึกษาได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้
ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาค่ะจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วัฒนานมิตกุล)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

งานประสานงานบัณฑิตศึกษา

โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1700 ต่อ 807



0546.11/ 3739

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงทริภูมิ
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

3 สิงหาคม 2549

เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิตี แก้วฉา

ส่งมาด้วย 1. คำโครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม

เนื่องด้วย นางชุติมา แก้วเกิด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
ศึกษาศาสตร์และสาขาสันเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|------------------|--------------|---------|
| 1. ผศ.ดร.ชลภัทร | วงษ์ประเสริฐ | ประธาน |
| 2. รศ.ดร.กุลัญญา | ณ ป้อมเพชร | กรรมการ |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของ
เครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตศึกษาได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้
ความสามารถทางด้านการศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วยจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วิธานนิมิตกุล)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

งานประสานงานบัณฑิตศึกษา

โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1700 ต่อ 807



0546.11/ 3802

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

9 สิงหาคม 2549

เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

คุณ อาจารย์มนตรี คู่ควร

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. คำโครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 เล่ม

เนื่องด้วย นางชุติมา แก้วเกิด นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
วรรณกรรมศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง
การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในกรณีบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|--------------------|--------------|---------|
| 1. ผศ.ดร.ชลภัทร | วงษ์ประเสริฐ | ประธาน |
| 2. รศ.ดร. กุลกัญญา | ณ ป้อมเพ็ชร | กรรมการ |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของ
เครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตศึกษาได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้
ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ วัฒนานิมิตกุล)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

งานประสานงานบัณฑิตศึกษา

โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1700 ต่อ 807

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการห้องสมุด

แบบสอบถาม ชุดที่ 1

สำหรับผู้ให้บริการห้องสมุด

เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุด
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ รวบรวมความคิดเห็นและแนวทางปรับปรุง การบริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. การตอบแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการมีคุณค่ายิ่งต่อการศึกษาค้นคว้า จึงขอความอนุเคราะห์ได้โปรดตอบข้อสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ ผลการศึกษาครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด เนื่องจากเป็นการศึกษาในภาพรวม
3. แบบสอบถามนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ 2 ลักษณะคือ
 - 3.1 การดำเนินงานห้องสมุดในปัจจุบันของผู้ให้บริการ เพื่อต้องการทราบข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่า มีความเหมาะสมหรือไม่
 - 3.2 แนวทางการดำเนินงานของห้องสมุด เพื่อต้องการทราบว่า ที่ผู้ให้บริการที่ได้ดำเนินงานอยู่นั้น มีความจำเป็นต้องปฏิบัติหรือไม่
4. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ
 - ตอนที่ 1 ความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจ ความต้องการในการบริการของห้องสมุด

โปรดใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องแสดงความพึงพอใจตามความต้องการ เพื่อได้
ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด

เฉพาะเจ้าหน้าที่

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 บริการหนังสือด้านการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)					
1.2 วารสารด้านการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)					
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์					
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง					
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ (วิทยานิพนธ์/ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)					
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์					
1.7 บริการหนังสือสำรอง					
1.8 บริการจองหนังสือ					
2. ช่องทางการให้บริการสารสนเทศ(Place)					
2.1 บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ					
2.2 บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า					
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด					
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศด้วย QPAC					
2.5 จดหมายข่าว					
2.6 Web Board					
2.7 ประชาสัมพันธ์					
2.8 E-mail					
3. ราคา (Price)					
3.1 ค่ารับหนังสือส่งเกินกำหนด					
3.2 ค่าถ่ายเอกสารยืมระหว่างห้องสมุด					
3.3 ค่าใช้จ่ายจากการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล					

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)						<input type="checkbox"/>
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์						<input type="checkbox"/>
4.2 ค้นหาทรัพยากรสารสนเทศเฉพาะเจาะจง						<input type="checkbox"/>
4.3 ใช้วิถีทัศน์และเอกสารประกอบโครงการ ทางด้านการศึกษา						<input type="checkbox"/>
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)						<input type="checkbox"/>
5.1 มีความรู้และทักษะทางบรรณารักษ์						<input type="checkbox"/>
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี						<input type="checkbox"/>
5.3 มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงาน						<input type="checkbox"/>
5.4 มีทักษะในการแนะนำและช่วยเหลือด้าน บริการเป็นอย่างดี						<input type="checkbox"/>
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ						<input type="checkbox"/>
5.6 เห็นความสำคัญของผู้มาใช้บริการ						<input type="checkbox"/>
5.7 มีบุคลิกภาพและแต่งกายเหมาะสม						<input type="checkbox"/>
6. กระบวนการให้บริการ (Process)						<input type="checkbox"/>
6.1 บริการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต						<input type="checkbox"/>
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์						<input type="checkbox"/>
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น						<input type="checkbox"/>
6.4 บริการบรรณานุกรมทางการเกษตร						<input type="checkbox"/>
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพให้บริการสารสนเทศ (Physical Evidence)						<input type="checkbox"/>
7.1 ที่พักโดยรอบ						<input type="checkbox"/>
7.2 ที่จอดรถ						<input type="checkbox"/>
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย						<input type="checkbox"/>
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร						<input type="checkbox"/>
7.5 จุดบริการยืม-คืน						<input type="checkbox"/>

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
7.6 คุณหมึเครื่องปรับอากาศ						<input type="checkbox"/>
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร						<input type="checkbox"/>
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ						<input type="checkbox"/>
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง						<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณาแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ตามที่ท่านเห็นสมควร เพื่อ
 ผู้ศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าว ไปวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุง
 งานบริการของห้องสมุดต่อไป

1. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านบุคลากร

.....

.....

.....

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอาคารสถานที่

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านทรัพยากรสารสนเทศ

.....

.....

.....

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด

.....

.....

.....

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการจัดให้บริการ

.....

.....

.....

6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ ที่ท่านต้องการ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม ชุดที่ 2 สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุด

แบบสอบถาม ชุดที่ 2

สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุด

เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุด

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ รวบรวมความคิดเห็นและแนวทางปรับปรุง การบริการของห้องสมุด คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. การตอบแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการมีคุณค่ายิ่งต่อการศึกษาค้นคว้า จึงขอความอนุเคราะห์ได้โปรดตอบข้อสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ ผลการศึกษาครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด เนื่องจากเป็นการศึกษาในภาพรวม
3. แบบสอบถามนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ 2 ลักษณะ คือ
 - 3.1 การดำเนินงานห้องสมุดในปัจจุบันของผู้ให้บริการเพื่อต้องการทราบข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่า มีความเหมาะสมหรือไม่
 - 3.2 แนวทางการดำเนินงานของห้องสมุด เพื่อต้องการทราบว่า ที่ผู้ให้บริการที่ได้ดำเนินงานอยู่นั้น มีความจำเป็นต้องปฏิบัติหรือไม่
4. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 สภาพการใช้ห้องสมุด
 - ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในการบริการของห้องสมุด
 - ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณยิ่งที่ได้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริง

สถานภาพ

เฉพาะเจ้าหน้าที่

1. เพศ

1.ชาย

2.หญิง

2. ลักษณะผู้ใช้บริการห้องสมุด

1.อาจารย์

2.นักศึกษา

3.บัณฑิตศึกษา

4.เจ้าหน้าที่

3. ภาควิชาที่สังกัดในคณะเทคโนโลยีการเกษตร

1.ภาควิชาเทคนิคเกษตร

2.ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช

3.ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์

4.ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

5.ภาควิชาปฐพีวิทยา

6.ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช

7.ภาควิชาพืชสวน

8.ภาควิชาวิทยาศาสตร์การประมง

9.ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร

10.สำนักงานคณบดี

ตอนที่ 2 สภาพการใช้ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โปรดใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบ ตามความเป็นจริง

8. ความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดต่อสัปดาห์

1.เข้าใช้บริการทุกวัน

2.ใช้บริการ 2-3 วัน

3.ใช้บริการ 3-4 วัน

9. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้ห้องสมุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. 9.00 –11.00 น.

2. 11.00 –13.00 น.

3. 13.00 –15.00 น.

4. 15.00 –16.00 น.

5. 16.00 –17.00 น.

6. 17.00 –18.30 น.

เฉพาะเจ้าหน้าที่

10. ลักษณะของสารสนเทศที่มาให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. หนังสือ | <input type="checkbox"/> 2.วารสาร | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 3.หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 4. หนังสืออ้างอิง | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 5.สิ่งพิมพ์รัฐบาล | <input type="checkbox"/> 6. ปัญหาพิเศษ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 7. วิทยานิพนธ์ | <input type="checkbox"/> 8. งานวิจัยอาจารย์ | <input type="checkbox"/> |

11. วัตถุประสงค์ในการใช้ห้องสมุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ค้นคว้าและอ่านหนังสือเพื่อใช้ประกอบการเรียน การสอน | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 2. เพื่อตามข่าวสารและเพิ่มพูนความรู้ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อความเพลิดเพลิน | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 4. อ่านหนังสือเอกสารส่วนตัวที่นำมาเอง | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อค้นคว้าทำรายงานผู้วิจัย | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 6. ใช้บริการ Internet ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | <input type="checkbox"/> |

11. การทราบวิธีการใช้ห้องสมุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เรียนรู้ด้วยตนเอง | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 2. เคยใช้ห้องสมุดอื่นมาแล้ว | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 3. เรียนวิชาการใช้ห้องสมุด | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 4. อ่านจากคู่มือการให้บริการที่ห้องสมุดจัดทำขึ้น | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 5. สอบถามเจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ห้องสมุด | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 6. สอบถามเพื่อนหรือผู้ใช้คนอื่น ๆ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | <input type="checkbox"/> |

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ ความต้องการในการบริการของห้องสมุด

โปรดใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องแสดงความพึงพอใจตามความต้องการเพื่อได้ข้อมูลที่ต้องการและสมบูรณ์ที่สุด

เฉพาะเจ้าหน้าที่

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 บริการหนังสือด้านการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)					
1.2 วารสารด้านการเกษตร (ไทย-อังกฤษ)					
1.3 บริการด้านหนังสือพิมพ์					
1.4 บริการด้านหนังสืออ้างอิง					
1.5 บริการด้านสื่อพิมพ์ (วิทยานิพนธ์/ปัญหาพิเศษ/งานวิจัย)					
1.6 บริการสืบค้นข้อมูลออนไลน์					
1.7 บริการหนังสือสารอง					
1.8 บริการจองหนังสือ					
2. ช่องทางการให้บริการสารสนเทศ(Place)					
2.1 บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ					
2.2 บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า					
2.3 ยืมระหว่างห้องสมุด					
2.4 บริการสืบค้นสารสนเทศด้วย OPAC					
2.5 จดหมายข่าว					
2.6 Web Board					
2.8 ประชาสัมพันธ์					
2.9 E-mail					

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ราคา (Price)					
3.1 ค่าปรับหนังสือส่งเกินกำหนด					<input type="checkbox"/>
3.2 ค่าถ่ายเอกสารยี่ระหว่างห้องสมุด					<input type="checkbox"/>
3.3 ค่าใช้จ่ายจากการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล					<input type="checkbox"/>
4. ส่งเสริมการขาย (Promotion)					<input type="checkbox"/>
4.1 บริการข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์					<input type="checkbox"/>
4.2 ค้นหาทรัพยากรสารสนเทศเฉพาะเจาะจง					<input type="checkbox"/>
4.3 ใช้วิถีทัศน์และเอกสารประกอบโครงการทางด้านการศึกษา					<input type="checkbox"/>
5. สภาพผู้ให้บริการ (People)					
5.1 มีความรู้และทักษะทางบรรณารักษ์					<input type="checkbox"/>
5.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานที่ดี					<input type="checkbox"/>
5.3 มีความคล่องแคล่วว่องไวในการทำงาน					<input type="checkbox"/>
5.4 มีทักษะในการแนะนำและช่วยเหลือด้านบริการเป็นอย่างดี					<input type="checkbox"/>
5.5 มีความแม่นยำของผู้มาใช้บริการ					<input type="checkbox"/>
5.6 เห็นความสำคัญของผู้มาใช้บริการ					<input type="checkbox"/>
5.7 มีบุคลิกภาพและแต่งกายเหมาะสม					<input type="checkbox"/>
6. กระบวนการให้บริการ (Process)					<input type="checkbox"/>
6.1 บริการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต					<input type="checkbox"/>
6.2 บริการข่าวสารข้อมูลออนไลน์					<input type="checkbox"/>
6.3 บริการพิมพ์ผลจากการสืบค้น					<input type="checkbox"/>
6.4 บริการบรรณานุกรมทางการเกษตร					<input type="checkbox"/>

ปัจจัยทางการตลาด	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. สิ่งแวดล้อมกายภาพให้บริการ					
สารสนเทศ (Physical Evidence)					
7.1 ที่พักโดยรอบ					
7.2 ที่จอดรถ					
7.3 พนักงานรักษาความปลอดภัย					
7.4 ป้ายประชาสัมพันธ์ห้องสมุด					
คณะเทคโนโลยีการเกษตร					
7.5 จุดบริการยืม-คืน					
7.6 อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ					
7.7 แสงสว่างภายในอาคาร					
7.8 บอร์ดข่าวสารต่าง ๆ					
7.9 ห้องสุขาชาย-หญิง					

-
-
-
-
-
-
-
-
-

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณาแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ตามที่ท่านเห็นสมควร เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าว ไปวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงงานบริการของห้องสมุดต่อไป

1. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านบุคลากร

.....

.....

.....

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอาคารสถานที่

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านทรัพยากรสารสนเทศ

.....

.....

.....

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านวัสดุครุภัณฑ์ห้องสมุด

.....

.....

.....

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการจัดให้บริการ

.....

.....

.....

6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ ที่ท่านต้องการ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง
ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ข้อมูลส่วนตัว

ชื่อ - สกุล	นางชุตินา แก้วเกิด
วันเกิด	9 กรกฎาคม 2497
สถานที่เกิด	366 หมู่ 1 เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาลัยครูจันทระเกษม ครุศาสตรบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์
สถานที่ทำงาน	ฝ่ายห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง