

การศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler  
A Study of Customers' Behavior of Academic Resources Center,  
Khon Kaen University Based on Kotler's  
Consumer Behavior Analysis

ศิริญาพร การสอน<sup>1</sup>

Siriyaporn Kanson

ภรณ์ ศิริโชติ<sup>2</sup>

Poranee Sirichote

## บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่เข้ามาใช้ห้องสมุดกลาง สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวนทั้งสิ้น 41 คน พบว่า ผู้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์บริการของห้องสมุดที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้คือบริการที่ดำเนินการได้เอง และผู้ใช้ห้องสมุดเพราะหน้าที่ความรับผิดชอบในการเรียนและการทำวิจัย ในการตัดสินใจใช้ของผู้ใช้นั้น

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น; Graduate Student, Master Program in Information Management, Faculty of Humanities Social Sciences, Khon Kaen University

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ กลุ่มวิชาการจัดการสารสนเทศและการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น; Associate Professor, Information and Communication Management Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

มีอาจารย์ เพื่อน และผู้ให้บริการ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โอกาสในการใช้ของผู้ใช้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกิจกรรมของการเรียนในหลักสูตร ช่วงเวลาที่ผู้ใช้สามารถเข้ามาใช้ห้องสมุด คือ ช่วงที่ไม่มีชั่วโมงเรียน ช่วงเย็น และใช้เวลา 3 ชั่วโมงขึ้นไป หรือจนห้องสมุดปิดบริการ นอกจากห้องสมุดกลางแล้ว ผู้ใช้ยังใช้ห้องสมุดคณะ เนื่องจากมีทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจง ปัจจัยสำคัญตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้ คือ ทรัพยากรสารสนเทศ ราคาหรือเวลา และสถานที่

## Abstract

The purposes of this qualitative research was to study customers' behavior of Academic Resources Center (Central library), Khon Kaen University. The study was based on Kotler's consumer behavior analysis. The research tool used was a semi-structured interview and the research sample consisted of 41 graduate students, who used the Academic Resources Center KKU. The results showed that customer used both print and electronic resources. Most of customer used the services that they can do by themselves. They used information resources and services for learning and research.. Decisions making in using information resources or services did not only depend on the customers, but also depend on lecturers, friends, and library service staff. Most of the customers used the library when they had no classes . Most of them used the library in the evening and spent three hours or more, or until the library closed. The result found that the customers also used the faculty libraries because of their specific information resources. The key marketing mix factors influencing on library use were: product, price and place.

**คำสำคัญ:** การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า ห้องสมุด การตลาด

**Keywords:** Consumer Behavior Analysis, Library, Marketing

## บทนำ

แนวคิดการตลาดสำหรับองค์กรไม่แสวงหากำไรเริ่มมีการกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2513 (Harwood, Jenkies & Person, 1984 as cited in Aphaiwong, 1991) โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก Kotler (2008) กล่าวว่า แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร คือ หัวใจหลักของการบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้วยการวิเคราะห์ถึงความจำเป็นและความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญและนำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เกินกว่าความคาดหวัง โดยต้องทำความเข้าใจว่า ใครคือผู้ใช้บริการ ผู้ใช้คืออะไร ทำไมจึงใช้ อะไรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้ ใช้เมื่อใด ใช้ที่ไหน และใช้อย่างไร Kaur & Rani (2008) อธิบายว่าแนวคิดของการตลาดมีความสำคัญต่อห้องสมุด กล่าวคือ ห้องสมุดจะต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมและค่านิยมของบรรณารักษ์ตั้งแต่กระบวนการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและการค้นคืนสารสนเทศ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก ภายใต้แนวคิดของการตลาด ที่ว่าผู้ใช้คือกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ เช่นกรณีของห้องสมุดมหาวิทยาลัยควีนสแลนด์ (University of Queensland Library) ได้นำแนวคิดการตลาดมาใช้เพื่อการจัดบริการสารสนเทศ โดย Schmidt (2002) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดที่จะใช้กับห้องสมุดมหาวิทยาลัย ควีนสแลนด์ เริ่มจากการแบ่งกลุ่มผู้ใช้และศึกษาความต้องการสารสนเทศและความพึงพอใจ ผลการศึกษาดังกล่าวนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงให้มีบริการใหม่ๆ ของห้องสมุดที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และกรณีของห้องสมุดมหาวิทยาลัยในออสเตรเลีย (Australian university library) โดย Ewer and Austen (2004) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้การตลาดเพื่อกำหนดทิศทางและกรอบในการดำเนินงานของห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จจากการใช้การตลาด ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานทางการตลาดของห้องสมุดมหาวิทยาลัย จะต้องประกอบด้วย การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้ใช้บริการ การศึกษาและทำความเข้าใจผู้ใช้บริการด้วยการวิจัยการตลาด การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการร่วมกับส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ ราคา บุคลากรและการสื่อสารทางการตลาด เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Saenwa (2009) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาไปสู่องค์กรคุณภาพ พบว่า ในมิติด้านการบริหารจัดการองค์กร การมุ่งเน้นลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาไปสู่องค์กรคุณภาพ

การประยุกต์ใช้การตลาดในงานบริการสารสนเทศ ขั้นตอนแรกคือ การศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ เพื่อทำความเข้าใจผู้ใช้ให้ลึกซึ้ง แล้วจึงแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด เลือกตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ นำมาสู่การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร การสร้างจิตสำนึกความเป็นนักการตลาดแก่ผู้ปฏิบัติงาน การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การประเมินผล และการควบคุมทางการตลาด ซึ่งการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในงานบริการสารสนเทศห้องสมุด พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ของ Kotler (2008) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการ (Products/Services) ราคา (Price) หรือเวลาที่ผู้ใช้สูญเสียไป สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการใช้ (Promotion) ซึ่งเป็นพื้นฐานของกลยุทธ์การตลาดทั่วไปที่องค์กรควรมี ทั้งนี้หากเป็นองค์กรที่ให้บริการควรมีกระบวนการ (Processes) และผู้ให้บริการ (People) เนื่องจากผู้ให้บริการเปรียบเสมือนช่องทางสำคัญในการส่งต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ใช้บริการและประเมินผลตอบรับจากผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นองค์กรภาครัฐที่มีพันธกิจหลัก คือ การสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยการทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ โดยการจัดหา จัดเก็บ บำรุงรักษา และบริการทางวิชาการในรูปของสื่อต่างๆ ทั้งที่เป็นสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามทิศทางและนโยบายมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ว่า ห้องสมุดจะต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้ห้องสมุดเป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ที่สามารถผลักดันมหาวิทยาลัยไปสู่มหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย และความเป็นเลิศทางวิชาการ โดยจะต้องเข้าถึงผู้ใช้บริการและรู้จักผู้ใช้บริการให้ดีพอ และจะต้องให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการมากกว่าการยึดห้องสมุดและทรัพยากรสารสนเทศเป็นสำคัญ โดยการใช้แนวคิดและกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการเชิงรุก และการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และความคุ้มค่าเป็นหลัก ดังนั้น ห้องสมุดจึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการ เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างลึกซึ้ง และนำมาสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดงานบริการสารสนเทศที่มุ่งเน้นผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ จึงเป็นที่มาของการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler รวมทั้งเป็นแนวทางในการจัดบริการสารสนเทศให้กับองค์กรที่มีพันธกิจหลักในการให้บริการสารสนเทศได้ประยุกต์ใช้ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler

## กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาค้างนี้ เป็นการศึกษพฤติกรรมผู้ใช้สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler (1997) ประกอบด้วย 7 คำถาม (6Ws และ 1H) และ 7 คำตอบ (7Os) รวมทั้ง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ที่เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service marketing mix strategy) นำมาสู่กรอบแนวคิดของงานวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่ศึกษา มีดังนี้

1. ลักษณะของกลุ่มผู้ใช้บริการ (Occupants) คือ การศึกษาว่าใครอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย (Who is in the target market?) และกลุ่มเป้าหมายนั้นมีลักษณะอย่างไร
2. ทรัพยากรสารสนเทศและบริการที่ผู้ใช้ใช้ (Objects) คือ การศึกษาว่าผู้ใช้ใช้ทรัพยากรและบริการอะไร (What does the consumer buy?)
3. สาเหตุของการใช้ คือ การศึกษาว่าทำไมผู้ใช้จึงใช้ (Why does the consumer buy?) โดยพิจารณาจากเหตุจูงใจหรือวัตถุประสงค์ (Objectives) ในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ ได้แก่ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ (Organizations) คือ การศึกษาบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้ (Who participates in the buying?) ได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจและผู้ใช้
5. โอกาสในการใช้และช่วงเวลาที่ใช้ (Occasions) คือ การศึกษาว่าผู้ใช้ใช้เมื่อใด (When does the consumer buy?)
6. แหล่งสารสนเทศที่ใช้ (Outlets) คือการศึกษาว่าผู้ใช้ไปใช้ทรัพยากรและบริการที่ไหน (Where does the consumer buy?) เพื่อตอบสนองสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการซึ่งประกอบด้วย หอสมุดกลาง ห้องสมุดคณะ และแหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต
7. การตัดสินใจใช้และวิธีการใช้ (Operations) คือ การศึกษาว่าผู้ใช้ใช้อย่างไร (How does the consumer buy?) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือการรับรู้ถึงความต้องการ

ต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจใช้ วิธีการใช้ และความรู้สึกภายหลังการใช้

8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ โดยศึกษา 6P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา หรือต้นทุนที่สูญเสียไป สถานที่ การส่งเสริมการใช้ ผู้ให้บริการ และกระบวนการ

## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เข้ามาใช้บริการที่หอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในช่วงระยะเวลาประมาณ 5 เดือนของการเก็บข้อมูลและการสังเกตพฤติกรรม ผู้ใช้บริการ ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2554 - สิงหาคม พ.ศ. 2554 ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental sampling) และเพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ห้องสมุดในช่วงเวลาที่ต่างกัน ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ใช้ห้องสมุดใน 4 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 คือ 08.30-12.00 น. ช่วงที่ 2 คือ 13.01-16.30 น. ช่วงที่ 3 คือ 16.31-18.00 น. และช่วงที่ 4 คือ 18.01-19.30 น. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data analysis)

## ผลการศึกษา

1. ลักษณะของกลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มเป้าหมายของการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เข้ามาใช้บริการที่หอสมุดกลาง โดยมีนักศึกษาผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดจำนวน 41 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน (ร้อยละ 82.93) และเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน (ร้อยละ 10.07) เมื่อจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่สังกัด พบว่า เป็นนักศึกษากลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 29 คน (ร้อยละ 70.73) นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 17.07) และนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 5 คน (ร้อยละ 12.20) เมื่อจำแนกตามระดับศึกษา พบว่า เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 30 คน (ร้อยละ 73.17) และระดับปริญญาเอก จำนวน 11 คน (ร้อยละ 26.83) และเมื่อจำแนกตามชั้นปี พบว่า เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 16 คน (ร้อยละ 39.02) ชั้นปีที่ 2 จำนวน

19 คน (ร้อยละ 46.34) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 5 คน (ร้อยละ 12.20) และชั้นปีที่ 4 จำนวน 1 คน (ร้อยละ 2.44)

**2. ทรัพยากรสารสนเทศและบริการที่ผู้ใช้ใช้** ในภาพรวมพบว่า ผู้ใช้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และการทำวิจัย โดยผู้ใช้ส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ เอกสารวิชาการจะเป็นกลุ่มผู้ใช้ชั้นปีที่ 1 หรือกลุ่มที่มีวิชาเรียน สำหรับผู้ใช้ส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นวิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาระยะและฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จะเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่ชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป หรือเป็นกลุ่มที่กำลังทำงานวิจัย โดยเมื่อจำแนกตามการนำไปใช้ พบว่า

ผู้ใช้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ โดยเริ่มใช้ตั้งแต่ขั้นตอนแรกของการทำการทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ ได้แก่ การค้นหาโจทย์วิจัย ปัญหาการวิจัย กำหนดหัวข้อวิจัย จัดทำเค้าโครงงานวิจัย รวมไปถึงการเรียบเรียงผลการวิจัยและการสรุปผลวิจัย โดยผู้ใช้ให้เหตุผลว่า การค้นคว้าดังกล่าวจะช่วยให้เกิดแนวคิดสำหรับการทำงานทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระของตนเอง นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้ยังใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประกอบการเรียนตามหลักสูตร โดยให้เหตุผลว่า การค้นคว้าหนังสือหรือเอกสารวิชาการของห้องสมุดมีความจำเป็นและน่าเชื่อถือมากกว่าการค้นจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากบางเรื่องเป็นทฤษฎีที่เฉพาะสาขา อีกทั้งการค้นหาดตามชั้นหนังสือทำให้พบว่ามีหนังสือเล่มอื่นๆที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน แต่การค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตอาจได้ข้อมูลที่ไม่เพียงพอและไม่ตรงตามความต้องการ ส่วนผู้ใช้ที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้ให้เหตุผลที่คล้ายกันกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ใช้เลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในค้นคว้าสารสนเทศจากภายนอก

ด้านภาษาของทรัพยากรสารสนเทศที่ผู้ใช้ใช้ พบว่า ผู้ใช้ใช้ทั้งทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่มีเหตุผลและความจำเป็นในการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ที่ใช้ทรัพยากรสารสนเทศภาษาไทยมากกว่าภาษาอังกฤษให้เหตุผลว่า ทรัพยากรสารสนเทศภาษาไทยมีให้เลือกมากกว่า และทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเป็นอุปสรรค ส่วนผู้ใช้ที่ใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาไทยให้เหตุผลว่า เนื้อหาของทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาอังกฤษครอบคลุมและตรงตามความต้องการ รวมทั้งเรียนในหลักสูตรที่ใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอน และต้องการฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ

บริการที่ผู้ใช้ใช้ ผลการศึกษาพบว่า จากบริการทั้งหมด จำนวน 15 บริการ ที่หอสมุดกลางจัดให้บริการ เป็นบริการที่ผู้ใช้ใช้ จำนวน 7 บริการ (ร้อยละ 46.66) และมี บริการที่ผู้ใช้ไม่รู้จัก จำนวน 8 บริการ (ร้อยละ 53.33) โดยผู้ใช้จะเลือกใช้บริการที่ตอบสนอง ความต้องการของตนเองและสามารถค้นคว้าได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยบรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ไม่ว่าจะเป็นการยืมทรัพยากรสารสนเทศด้วยตนเองผ่านเครื่องยืม หนังสืออัตโนมัติด้วยตนเอง (Self check) บริการตรวจสอบรายการยืมและคืนออนไลน์ และการใช้สถานที่ในการนั่งอ่านเพื่อค้นคว้าข้อมูลเช่นบริการห้องกลุ่มย่อย นอกจากนั้น ผู้ใช้ได้ ให้เหตุผลเกี่ยวกับบริการที่ผู้ใช้ไม่ใช้ว่า เนื่องจากเป็นบริการที่นอกเหนือจากความต้องการ จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการเหล่านั้น ส่วนบริการที่ผู้ใช้ไม่รู้จัก ผู้ใช้อธิบายว่า ไม่ได้ สนใจและติดตามว่าห้องสมุดมีบริการเหล่านี้ เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องใช้

**3. สาเหตุของการใช้** เป็นการศึกษาว่าทำไมผู้ใช้จึงใช้ โดยพิจารณาจากเหตุ จูงใจหรือวัตถุประสงค์ในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการเพื่อสนองความต้องการ ของผู้ใช้ ผลการศึกษาพบว่า เหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการ คือ หน้าที่และความรับผิดชอบในการเรียนและการทำวิจัย ซึ่งทำให้ผู้ใช้ต้องค้นคว้าข้อมูล โดยผู้ใช้เห็นว่า สิ่งที่จูงใจในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการ ได้แก่ เนื้อหาที่หลากหลาย ของทรัพยากรสารสนเทศ บรรยากาศ ความสงบ และความสะดวกสบายของอาคาร สถานที่เหมาะสำหรับการเรียนรู้ และการเข้าถึงสารสนเทศผ่านทางเว็บไซต์ง่ายและรวดเร็ว

**4. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้** เป็นการศึกษาบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการตัดสินใจใช้ ผลการศึกษาพบว่า ในการตัดสินใจใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการ ของผู้ใช้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เพียงฝ่ายเดียว แต่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ อาจจะบุคคล อื่นร่วมด้วย ได้แก่ อาจารย์ เพื่อน และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งแต่ละคนมีบทบาทในการ ตัดสินใจใช้แตกต่างกันไป จากผลการศึกษาพบว่า นอกจากตัวผู้ใช้เองแล้ว อาจารย์เป็น ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจอันดับแรกของผู้ใช้ ลำดับต่อมาคือ เพื่อน และลำดับสุดท้ายคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้จะมี 5 บทบาท ได้แก่ ผู้ริเริ่ม คือ ผู้ที่เสนอ ความคิดที่จะใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการเป็นคนแรกซึ่งอาจารย์ก็มีบทบาทในฐานะ ผู้ริเริ่มด้วย ผู้มีอิทธิพล คือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรใช้หรือไม่ ซึ่งอาจารย์ เพื่อน และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจัดอยู่ในกลุ่มนี้ ผู้ตัดสินใจ คือ ผู้ที่จะตัดสินใจใน ขั้นสุดท้ายว่าจะใช้หรือไม่ คือตัวนักศึกษา/ผู้ใช้เอง ผู้ซื้อ คือ ผู้ที่ไปค้นหาและยืมทรัพยากร

สารสนเทศและบริการ ซึ่งบางครั้งอาจจะให้เพื่อนเป็นผู้ดำเนินการให้ และ ผู้ใช้ คือ ผู้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการนั้น

**5. โอกาสในการใช้และช่วงเวลาที่ใช้** ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการใช้ของผู้ใช้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกิจกรรมของการเรียนในหลักสูตรที่ประกอบด้วย การทำรายงาน การสอบย่อย การสอบกลางภาคและการสอบปลายภาค ซึ่งส่งผลให้เกิดโอกาสในการใช้ โดยช่วงก่อนสอบผู้ใช้จะมาใช้ห้องสมุดเพื่อทบทวนวิชาเรียนตามหลักสูตรและเตรียมตัวสอบ ช่วงระหว่างภาคการศึกษาผู้ใช้จะมาใช้ห้องสมุดค้นคว้าเพื่อประกอบการทำรายงาน และช่วงก่อนปลายภาคการศึกษาผู้ใช้จะมาใช้ห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเตรียมตัวสอบและมาค้นคว้าประกอบการทำงานวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ

สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ใช้มาใช้บริการห้องสมุด ผลการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้สามารถเข้ามาใช้ห้องสมุดได้ คือ ช่วงที่ไม่มีชั่วโมงเรียน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-2 ที่ใช้เวลาที่เหลือจากการเรียนมาใช้ห้องสมุด หรือในกรณีที่ผู้ใช้ที่มีเรียนตลอดทั้งวัน ก็จะใช้เวลามาห้องสมุดหลังเลิกเรียน โดยใช้ช่วงเวลาเย็นโดยประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป ใช้ช่วงเวลาสั้นๆ คือ 1-2 ชั่วโมง ส่วนผู้ใช้ที่เป็นนักศึกษาชั้นปี 2 ขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่มีวิชาเรียนแล้ว ให้เหตุผลว่า จะมาใช้ห้องสมุดตามวันและเวลาที่สะดวก และจะใช้เวลา 3 ชั่วโมงขึ้นไป หรือทั้งวันจนกว่าห้องสมุดจะปิดบริการ ส่วนผู้ใช้ที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาภาคปกติจะสามารถมาใช้ห้องสมุดในเวลาราชการได้และทำงานต่อเนื่องจนห้องสมุดปิด นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า สำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นหรือหน่วยงานใกล้เคียง มักจะมาใช้บริการหลังเลิกงานในวันจันทร์ – วันศุกร์ สำหรับผู้ใช้ที่เรียนภาคพิเศษ ในวันเสาร์ – วันอาทิตย์ จะมีช่วงที่สามารถใช้บริการห้องสมุดได้เพียงประมาณ 1 ชั่วโมง เนื่องจากห้องสมุดจะปิดให้บริการเวลา 17.00 น. และผู้ใช้ที่เรียนภาคปกติ ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ในช่วงปิดเทอมตารางเรียนของบัณฑิตศึกษาบางสาขายังมีการเรียนการสอน แต่ไม่สามารถใช้ห้องสมุดในเวลาที่เหลือจากการเรียนได้เนื่องจากห้องสมุดจะเปิดปิดตามวันเวลาราชการ

**6. แหล่งสารสนเทศหรือช่องทางที่ใช้** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การใช้ห้องสมุดอื่น และจากการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศที่ผู้ใช้ พบว่า นอกจากหอสมุดกลางแล้ว ผู้ใช้ยังใช้ห้องสมุดคณะ และแหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต โดยในการใช้แต่ละแหล่งนั้น ผู้ใช้มีเหตุผลการใช้ที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ที่ใช้

หอสมุดกลางให้เหตุผลว่า หอสมุดกลางมีทรัพยากรสารสนเทศให้เลือกหลากหลายกว่า หอสมุดคณะ หอสมุดกลางมีช่วงเวลาที่เปิดให้บริการนานกว่าหอสมุดคณะ มีความสะดวกในการเดินทางและใกล้ศูนย์อาหาร ส่วนผู้ใช้ที่ใช้หอสมุดคณะมีความเห็นว่า หอสมุดคณะมีทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจงและตรงตามความต้องการกว่าหอสมุดกลาง ส่วนผู้ใช้ที่ใช้แหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ให้เหตุผลว่า เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้สะดวก และทั้งนี้ผู้ใช้เข้าใจว่า การใช้สารสนเทศจากแหล่งอินเทอร์เน็ตจะต้องประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศก่อนนำไปใช้

**7. การตัดสินใจใช้และวิธีการใช้** ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเกิดสิ่งกระตุ้นจากการเรียน เช่นการทำรายงาน การทำวิจัย ทำให้ผู้ใช้ต้องค้นคว้าข้อมูล โดยจะค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา และเอกสารวิชาการต่างๆ เพื่อตอบสนองในการเรียนและการทำวิจัย เนื่องจากการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษานั้นให้ผู้ใช้ต้องศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นหลัก ทั้งนี้กระบวนการใช้ของผู้ใช้จะเริ่มต้นก่อนการใช้จริงและมีผลกระทบหลังจากการใช้ กล่าวคือ ขั้นตอนการตัดสินใจใช้จะเริ่มตั้งแต่การรับรู้ปัญหาหรือการรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจใช้และวิธีการใช้ ไปจนถึงความรู้สึกละหลังการใช้ การศึกษาพบว่า เมื่อได้รับมอบหมายงานจากอาจารย์ ผู้ใช้จะค้นหาข้อมูลจากสิ่งที่ผู้ใช้ค้นเคยก่อนเป็นอันดับแรก จากการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ใช้ใช้ค้นหาข้อมูลพบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้แหล่งข้อมูล 3 แหล่ง คือ แหล่งบุคคล ได้แก่ เพื่อน อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ แหล่งการคำซึ่งหมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และแหล่งประสบการณ์ ซึ่งหมายถึง การที่ผู้ใช้เคยมีประสบการณ์ใช้มาก่อน

หลังจากที่ผู้ใช้ได้กำหนดแหล่งสารสนเทศแล้ว ผู้ใช้จะคำนึงถึงทรัพยากรสารสนเทศที่จะได้จากแหล่งสารสนเทศนั้นๆ โดยการกำหนดคุณสมบัติของทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการคร่าวๆ กล่าวคือ กรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ใช้จะพิจารณาจากชื่อเรื่องหรือเนื้อหาว่าตรงตามความต้องการหรือไม่ พิจารณาความทันสมัยของเนื้อหา การค้นหาด่วนเล่มบนชั้นหนังสือต้องง่ายและรวดเร็ว ขนาดของตัวเล่มสะดวกในการขนย้าย จำนวนวันที่ให้ยืมออก และจำนวนโควตาการยืมของผู้ใช้เอง และกรณีที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้จะพิจารณาเกี่ยวกับ การเข้าถึงได้ง่าย สืบค้นง่าย ชื่อเรื่องหรือเนื้อหาตรงตามที่ต้องการ ความทันสมัยของเนื้อหา และสามารถดาวน์โหลดฉบับเต็มได้

เมื่อผู้ใช้ตัดสินใจเลือกใช้ทรัพยากรหรือบริการที่ตรงตามความต้องการแล้ว ลำดับต่อไปคือ วิธีการที่จะได้มาซึ่งทรัพยากรที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้มีวิธีการ 4 วิธี ในการค้นหาทรัพยากรสารสนเทศ คือ การใช้ OPAC การค้นจากชั้นหนังสือ การใช้ที่นั่งอ่าน และการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ เริ่มตั้งแต่วิธีการใช้ OPAC ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สถานที่ที่ผู้ใช้สืบค้น OPAC มี 3 แห่ง คือ ที่พัก ที่ทำงาน และที่ห้องสมุด ส่วนรูปแบบการสืบค้น พบว่า ผู้ใช้สืบค้นตามชื่อเรื่องและคำสำคัญ ในการค้นหาทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการของผู้ใช้ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อผู้ใช้สืบค้น OPAC แล้วลำดับต่อมาคือ การไปใช้ชั้นหนังสือเพื่อหาตัวเล่มที่ต้องการ ลำดับต่อไปเป็นวิธีการใช้ที่นั่งอ่าน ซึ่งผู้ที่จะเลือก ที่นั่งอ่านที่มีพื้นที่เพียงพอในการวางสิ่งของเครื่องใช้ในการค้นคว้า และเมื่อผู้ใช้ที่นั่งค้นคว้าได้ระยะเวลานานหนึ่ง ผู้ใช้จะเดินไปค้นหนังสือเพิ่มเติมที่ชั้นหนังสือ ไปเข้าห้องน้ำ และไปเติมน้ำที่ตู้บริการน้ำดื่ม ส่วนในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้จะอ่านตลอดทั้งเล่มในกรณีที่มีเวลามาก แต่ถ้ามีเวลาน้อยผู้ใช้จะดูที่หน้าสารบัญ เลือกอ่านเฉพาะบทที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการและสนใจ และดูที่รายการเอกสารอ้างอิงเพื่อค้นหาเอกสารที่เกี่ยวข้องต่อไป บางครั้งผู้ใช้อาจไม่ได้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศแต่ผู้ใช้จะยืมไปไว้ก่อน โดยจะเลือกอ่านเนื้อหาคร่าวๆ ที่เกี่ยวข้องและใกล้เคียง และมักจะยืมทรัพยากรสารสนเทศจำนวนหลายเล่ม เพื่อไปตัดสินใจเลือกอีกครั้ง และผู้ใช้อาจจะมีการขยายเวลายืมต่อ ในกรณีที่เป็นฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้มีวิธีการใช้โดยเลือกอ่านบทคัดย่อ ดูรายการเอกสารอ้างอิง อ่านเฉพาะหัวข้อที่สนใจและเกี่ยวข้องก่อน และสุดท้ายอาจจะอ่านทั้งหมด

ขั้นตอนลำดับสุดท้ายคือ ความรู้สึกภายหลังการใช้ของผู้ใช้ ผลการศึกษาพบว่า ในกรณีที่ผู้ใช้ยังต้องการใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการนั้นต่อไปผู้ใช้จะเรียนรู้และปรับปรุงวิธีใช้ในครั้งต่อไป ดังจะเห็นได้จากการวางแผนการสืบค้น OPAC มาก่อนแล้ว มีการวางแผนเพื่อไปยืมตัวเล่มของทรัพยากรที่ตนเองต้องการ หรือหลังจากที่ผู้ใช้ได้อ่านหนังสือที่ยืมไป พบว่า เนื้อหาไม่ตรงกับความต้องการ ผู้ใช้จะมีการปรับปรุงวิธีการเลือกทรัพยากรสารสนเทศเล่มใหม่ โดยจะตรวจสอบรายละเอียดในตัวเล่มมากขึ้นก่อนตัดสินใจยืม แต่อย่างไรก็ตามผู้ใช้เห็นว่ากรณียืมหนังสือมาแล้วไม่ตรงตามต้องการไม่มีอะไรให้ต้องกังวลหรือรู้สึกไม่ดีแต่อย่างใด แต่สิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังคือ เมื่อสืบค้น OPAC ได้แล้วควรได้ตัวเล่มทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการ นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้มีการบอกต่อแก่เพื่อน

ในกรณีที่ทรัพยากรสารสนเทศที่ตนเองสืบค้นได้ เนื้อหาอาจตรงตามต้องการและเป็นประโยชน์กับเพื่อน ส่วนในกรณีที่ผู้ใช้ไม่พึงพอใจและไม่ต้องการใช้ต่อหรือหยุดใช้ เช่นบริการนำส่งเอกสาร ก็จะบอกต่อไปยังเพื่อนหรือคนรู้จักเช่นเดียวกัน ในการใช้บริการนำส่งเอกสาร ผู้ใช้ที่เคยมีประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจ มักจะเพิ่มความรอบคอบในการติดตาม ตรวจสอบสถานะของทรัพยากรสารสนเทศของตนเองมากขึ้น และแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักเกี่ยวกับวิธีการใช้บริการนี้อย่างรอบคอบต่อไปด้วย

**9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้** เมื่อพิจารณาปัจจัยต่อการใช้ห้องสมุดตามหลักส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ทรัพยากรสารสนเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผู้ใช้ และส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ ผู้ใช้ให้เหตุผลว่า มาใช้ห้องสมุดเพราะต้องการใช้ทรัพยากรสารสนเทศเท่านั้น โดยส่วนประสมทางการตลาดที่เหลือเป็นเพียงปัจจัยลำดับรองที่ผู้ใช้ใช้ในการตัดสินใจใช้ ได้แก่ ราคาหรือต้นทุนที่ผู้ใช้สูญเสียไป ซึ่งผู้ใช้เห็นว่า ความรวดเร็วในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศที่ผู้ใช้ต้องการเป็นสิ่งสำคัญ เช่นเดียวกับสถานที่ที่ผู้ใช้เห็นว่า การเดินทางมาใช้บริการต้องสะดวก ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้ไม่ได้ให้ความสำคัญ คือ การส่งเสริมการใช้ ผู้ให้บริการ และกระบวนการ เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัวและไม่มีผลต่อการความต้องการใช้ของผู้ใช้ นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้ใช้มีทางเลือกเกี่ยวกับการค้นคว้าข้อมูลที่ต้องมากขึ้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจที่ทุกวันนี้ผู้ใช้มีความสามารถซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา ซึ่งผู้ใช้ทุกคนนำเครื่องคอมพิวเตอร์พกพามาห้องสมุดด้วยเกือบทุกครั้ง

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พอจะอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

**ในด้านทรัพยากรหรือบริการที่ผู้ใช้ใช้** ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ใช้ที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ ให้เหตุผลว่า การค้นคว้าจากสื่อสิ่งพิมพ์จะช่วยให้เกิดแนวคิดสำหรับการทำงานทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระของตนเอง ส่วนผู้ใช้ที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประกอบการเรียนตามหลักสูตร ให้เหตุผลว่า การค้นคว้าหนังสือหรือเอกสารวิชาการของห้องสมุดมีน่าเชื่อถือและตรงตามความต้องการมากกว่าการค้นจากอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ส่วนใหญ่ที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบไปด้วย

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ และฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นทางเลือกในการค้นคว้าและเข้าถึงข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของห้องสมุดเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ

ในเรื่องของบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้จะเลือกใช้บริการที่ตอบสนองความต้องการของตนเองและเอื้อต่อการค้นคว้าได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยบรรณารักษ์หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ไม่ว่าจะเป็นการยืมทรัพยากรสารสนเทศด้วยตนเองผ่านเครื่องยืมหนังสืออัตโนมัติด้วยตนเอง บริการตรวจสอบรายการยืมและคืนออนไลน์ และการใช้สถานที่ในการนั่งอ่านเพื่อค้นคว้าข้อมูลอย่างบริการห้องกลุ่มย่อย ผลการศึกษาค้นคว้านี้แตกต่างจากผลการศึกษาของ Thongsastra (2002) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรสารสนเทศของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ ที่พบว่า บริการที่ผู้ใช้ในระดับมากที่สุดคือ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า

**สาเหตุของการใช้** ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการ คือ หน้าที่และความรับผิดชอบในการเรียนและการทำวิจัยของผู้ใช้เอง ซึ่งการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษาเน้นให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ส่งผลให้ผู้ใช้ต้องค้นคว้าข้อมูล สอดคล้องผลการศึกษาของ Yamkhaekhai (1993) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการใช้ทรัพยากรและบริการห้องสมุดของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ณ ห้องสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า นักศึกษาเข้าใช้สำนักหอสมุดเพื่อค้นหาเอกสารประกอบการเขียนรายงานและวิทยานิพนธ์มากที่สุด และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thongsastra (2002) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรสารสนเทศของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ ที่พบว่า นักศึกษาต้องการใช้ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อทำรายงาน/สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์มากที่สุด

**ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้** ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เพียงฝ่ายเดียว แต่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้คนอื่นด้วย ได้แก่ อาจารย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Loipha & Manmart (1989) ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้ห้องสมุดของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า วิธีการเรียนการสอนของอาจารย์ และการ

วัดผล มีผลต่อความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุดของนักศึกษา นอกจากนั้น ผลการศึกษาพบว่า เพื่อนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chaimin (2006) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนรู้วิธีการค้นคว้าหาความรู้เพื่อเพิ่มทักษะการเรียนรู้จากการสอนและการแนะนำจากเพื่อน และจะลงมือทำการสืบค้นด้วยตนเอง

**แหล่งหรือช่องทางที่ใช้** ผลการศึกษาค้างนี้ พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การใช้ห้องสมุดอื่น และจากการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศที่ผู้ใช้ใช้ พบว่า นอกจากหอสมุดกลางแล้ว ผู้ใช้ยังใช้ห้องสมุดคณะ และแหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต โดยในการใช้แต่ละแหล่งนั้น ผู้ใช้มีเหตุผลการใช้ที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ที่ใช้หอสมุดกลางให้เหตุผลว่า หอสมุดกลางมีทรัพยากรสารสนเทศให้เลือกหลากหลายกว่าห้องสมุดคณะ หอสมุดกลางมีช่วงเวลาที่เปิดให้บริการนานกว่าห้องสมุดคณะ มีความสะดวกในการเดินทางและใกล้ศูนย์อาหาร นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ใช้ที่ใช้ห้องสมุดคณะมีความเห็นว่า ห้องสมุดคณะมีทรัพยากรสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจงและตรงตามความต้องการกว่าหอสมุดกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Yamkhaekhai (1993) ที่นักศึกษาเห็นว่าห้องสมุดคณะมีหนังสือประกอบการค้นคว้าที่ตรงกับหลักสูตรมากกว่า อีกทั้งยังสะดวกและใกล้ที่เรียน

**ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้** ผลการศึกษาค้างนี้พบว่า ทรัพยากรสารสนเทศ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Martinez (2000) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดการบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย เซนต์หลุยส์ พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในเรื่องของจำนวนทรัพยากรสารสนเทศ

นอกจากนั้น ผลการศึกษาค้างนี้ยังพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นองค์ประกอบที่ผู้ใช้ใช้ในการตัดสินใจใช้ ได้แก่ ราคาหรือต้นทุนที่ผู้ใช้สูญเสียไป ซึ่งผู้ใช้เห็นว่า ความรวดเร็วในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศที่ผู้ใช้ต้องการเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาทรัพยากรสารสนเทศบนชั้นหนังสือ และการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของห้องสมุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Weingand (1999) ที่นำเสนอเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของห้องสมุดผู้ใช้บริการ คือ ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย และอุปสรรคใน

การเดินทางไปที่ห้องสมุด รวมทั้งการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่วิตกกังวลต่างๆ ที่เกิดจากการป้องกันการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศ และเวลาที่เสียไปในการรอคอยเพื่อเข้าถึงและใช้ทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้ใช้เวลาการค้นหาน้ำหนักตามชั้น ความเสียหายที่เกิดจากการใช้บริการนำส่งเอกสาร และการส่งมอบทรัพยากรสารสนเทศที่ล่าช้าจากการให้บริการยืมระหว่างห้องสมุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Derdkhuntod (1998) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินสภาพและปัญหาการใช้บริการยืมระหว่างห้องสมุดของผู้ใช้บริการหอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ประสบปัญหาความล่าช้าในการได้รับเอกสาร และปัญหาค่าใช้จ่ายในการใช้บริการยืมระหว่างห้องสมุดสูงเกินไป รวมถึงผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ใช้ที่พบปัญหาการสืบค้นฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากภายนอกมหาวิทยาลัย โดยอธิบายว่า ขั้นตอนการติดตั้งและเชื่อมต่อใช้เวลามาก และความซ้ำในการแสดงผลของฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์บางฐาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chaimin (2006) และ Panpetch (2010) ที่พบว่า การเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดจากภายนอกมหาวิทยาลัยไม่สะดวก

ในเรื่องสถานที่ พบว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้ โดยผู้ใช้เห็นว่า คุณสมบัติของสถานที่ที่ทำให้ผู้ใช้เกิดความต้องการ คือ การมีพื้นที่ห้องสมุดกว้างขวางดี เมื่อเปรียบเทียบกับห้องสมุดอื่นๆที่เคยเข้ามา พบว่า หอสมุดกลางมีบรรยากาศที่ดีขึ้น มีการปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ให้ใช้ได้สะดวกขึ้น และมีจุดบริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ดังนั้น การที่ห้องสมุดมีทำเลที่ตั้งดี ควบคู่กับการวางแผนการตลาดเกี่ยวกับที่ตั้ง ห้องสมุดจะสามารถให้บริการที่ดีและเป็นไปตามเป้าหมายที่ห้องสมุดตั้งไว้ได้ ดังคำกล่าวของ Koontz (1992)

ส่วนปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยอื่นๆได้แก่การส่งเสริมการใช้ ผู้ให้บริการ และกระบวนการ แม้ผู้ใช้จะเห็นว่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้ แต่ผลการศึกษาที่มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ในเรื่องของการส่งเสริมการใช้ ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า เว็บไซต์ก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้ใช้ห้องสมุด โดยผู้ใช้ที่ใช้เว็บไซต์ของห้องสมุดอธิบายว่า เนื่องจากสะดวกในการเข้าถึงทุกที่ทุกเวลา โดยสามารถเข้าถึงจากที่พักได้ และใช้เพื่อการวางแผนการใช้ห้องสมุดก่อนเดินทางมาใช้ สำหรับการสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ใช้ให้เหตุผลว่า โดยส่วนมากเข้าเว็บไซต์ห้องสมุดเพื่อดู

เวลาเปิด-ปิด ยืมต่อ สืบค้น OPAC และค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับผลการ  
ศึกษาของ Santiwivat, Tiwasing, Nanomayittikan, Toearm, and Phatpheng (2005)  
ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อการ  
ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า การรับรู้ในด้าน  
เนื้อหาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามากที่สุดคือ เวลาเปิด-ปิดห้องสมุด

ในเรื่องผู้ให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์  
ขาดความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ไม่มีทักษะในการเสนอทางเลือกที่ดี เพื่อช่วยเหลือหรือตอบ  
สนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Derdkhuntod  
& Tiwasing (2009) ที่ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจ และปัญหาของนักศึกษา  
ที่มีต่อการบริการของหอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า  
ผู้ให้บริการบางคนยังไม่มีความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับ  
ผลการศึกษาของ Suwalak (2004) ที่ศึกษาความต้องการและการใช้สารสนเทศของ  
นักศึกษาในสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่พบว่า ควรปรับปรุงเรื่องมนุษยสัมพันธ์  
ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Yamthed (2003)  
ที่ศึกษาเกี่ยวกับ บทบาทของห้องสมุดในการสนับสนุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา  
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัญหาจากการผู้ให้บริการที่ไม่สามารถ  
ทำความเข้าใจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ดังนั้น ห้องสมุดจึงควรคำนึง  
ถึงคุณสมบัติพื้นฐานของผู้ให้บริการ ได้แก่ ทักษะที่ดีต่องานบริการ คุณลักษณะของ  
ผู้ให้บริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความสุภาพ การดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้  
บริการ ความรวดเร็วและความรู้ความสามารถในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด  
การวัดการรับรู้คุณภาพบริการของ LibQUAL ได้แก่ ความเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ  
มีความรู้และพร้อมที่จะตอบคำถาม เข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความเอาใจใส่  
ในการติดต่อกับผู้ใช้บริการ และให้ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ

ในเรื่องกระบวนการในการใช้ห้องสมุด พบว่า ผู้ใช้เห็นว่า ความพร้อมในการให้  
บริการเป็นคุณสมบัติสำคัญ ได้แก่ การจัดเรียงชั้นหนังสือให้ถูกต้อง โดยเฉพาะช่วงเช้า  
จะหาหนังสือง่าย ชั้นหนังสือเป็นระเบียบ นอกจากนี้ ผู้ใช้เห็นว่า การขอใช้บริการควรจะมี  
ความยืดหยุ่นของระเบียบการให้บริการ กรณีการขอใช้ห้องประชุมกลุ่มย่อย ผู้ใช้เห็นว่า  
เป็นข้อจำกัดสำหรับผู้ใช้ที่มี 1 – 2 คน ไม่สามารถขอใช้บริการห้องประชุมกลุ่มย่อย ทั้งที่  
ห้องยังว่างอยู่

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้

หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ก่อตั้งมากกว่า 46 ปี มีการปรับปรุงการให้บริการ โดยที่ในปี พ.ศ. 2548 เริ่มมีการจัดให้บริการพิเศษหรือบริการเชิงรุก ในปี พ.ศ. 2552 มีการเพิ่มอัตราค่าสิ่ง 1 ตำแหน่ง เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานตำแหน่งนักเอกสารเทศ ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ และในปี พ.ศ. 2553 มีการปรับปรุงแผนปฏิบัติงานขององค์กรโดยนำการตลาดเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการองค์กรชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยมีการกำหนดเรื่อง “การพัฒนาระบบการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ และการตลาด เน้นให้ผู้รับบริการเกิดความยินดีปรีดา” ระบุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ (Strategies map) ของปีพ.ศ. 2553 รวมทั้งกำหนดค่านิยมองค์กรเรื่องความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มี การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้บริการอย่างลึกซึ้ง ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ ทำให้องค์กรทราบและเข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ อันจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อพัฒนาบริการของห้องสมุด นอกจากนั้นการพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาด ทำให้ทราบว่า ส่วนประสมใดเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับลูกค้า เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของผลการศึกษาค้างพบว่า ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทรัพยากรสารสนเทศ เป็นอันดับแรกดังนั้น สิ่งทีห้องสมุดจะต้องตระหนักและสามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น คือ ทรัพยากรสารสนเทศที่ตรงตามทีผู้ใช้ต้องการ เน้นการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องสะดวกและรวดเร็วที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรสารสนเทศบนชั้นหนังสือหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ห้องสมุดอาจสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ การเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้ เช่นการเพิ่มข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ไว้ในรายการบรรณานุกรมของทรัพยากรสารสนเทศที่ค้นได้จากเว็บ OPAC ได้แก่ ภาพปก สารบัญ และบทคัดย่อ

ปัจจัยด้านการบริการ จากผลการศึกษาที่พบว่า แม้ห้องสมุดได้จัดบริการทั้งสิ้นรวม 15 บริการ แต่นักศึกษาระดับปริญญาโทซึ่งเป็นกลุ่มประชากรของการศึกษาค้างนี้ใช้บริการเพียง จำนวน 7 บริการ โดยที่ผู้ใช้ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามึบริการนั้น หรือทราบว่า มีแต่เป็นบริการที่ไม่ต้องการใช้ ด้วยเหตุนี้สำนักวิทยบริการควรที่จะต้องพิจารณาทบทวน หรือสำรวจว่าบริการใดเป็นทีต้องการใช้มากน้อยเพียงใด โดยจะต้องสำรวจกับผู้ใช้ทุกกลุ่ม และพัฒนาบริการทีตรงตามความต้องการผู้ใช้ขึ้นมาใหม่ รวมทั้งจะต้องประชาสัมพันธ์

บริการที่จัดและอธิบายให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับจากการใช้บริการนั้นๆ เพื่อให้ผู้ใช้ได้เข้าใจ เห็นประโยชน์ และใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนั้นสำนักวิทยบริการอาจจะพิจารณายืดหยุ่นในการให้บริการ เช่น กรณีระเบียบการยืม-คืน พัฒนาเป็น บริการยืมแบบยืดหยุ่น โดยการขยายเวลาการยืม ถ้าทรัพยากรสารสนเทศนั้นไม่มีรายการจองไว้ เช่นเดียวกับการยืมด้วยตนเองออนไลน์ ผู้ใช้สามารถดำเนินการยืมต่อเองได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง หากทรัพยากรนั้นไม่มีรายการจอง เป็นต้น นอกจากนี้ จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ใช้จะเลือกใช้บริการที่ตอบสนองความต้องการของตนเองและเอื้อต่อการค้นคว้าได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยบรรณารักษ์หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งปัจจุบันหอสมุดกลางมีเครื่องยืมหนังสืออัตโนมัติด้วยตนเอง จำนวน 1 เครื่อง จึงควรมีการเพิ่มเครื่องยืมหนังสืออัตโนมัติด้วยตนเอง ซึ่งอาจเพิ่มในจุดบริการแต่ละอาคารของห้องสมุด เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ห้องสมุดยังสามารถเปลี่ยนบทบาทของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือการใช้ห้องสมุดและให้คำปรึกษาจากผู้ให้บริการเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชา

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารและการส่งเสริมการใช้ โดยใช้กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ จากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ทรัพยากรสารสนเทศหรือบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เพียงฝ่ายเดียว แต่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้คนอื่นด้วย ได้แก่ อาจารย์ ดังนั้น ห้องสมุดควรร่วมมือกับคณะวิชาเพื่อจัดทำรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการทำวิจัย และพัฒนาร่วมกับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการใช้ ด้วยการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและสารสนเทศที่สอดคล้องต่อเหตุจูงใจในการใช้ โดยส่งมอบบริการผ่านความร่วมมือจากอาจารย์ไปยังนักศึกษาระดับบัณฑิต

กลยุทธ์สถานที่ จากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กิจกรรมในการเรียนสร้างโอกาสในการใช้ของผู้ใช้ ได้แก่ การทำรายงาน การสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค ทำให้ห้องสมุดสามารถวางแผนการให้บริการที่สอดคล้องกับโอกาสในการใช้ของผู้ใช้ นอกจากการจัดเตรียมสถานที่เพื่อรองรับการเข้าใช้ห้องสมุดแล้ว สิ่งที่ห้องสมุดควรคำนึงถึงคือ ระยะเวลาที่ผู้ใช้ในห้องสมุดกลุ่มที่ใช้เวลานาน สิ่งที่ยังอำนวยความสะดวกสบายในการใช้ ได้แก่ ที่นั่งอ่านต้องสบาย นั่งได้นาน มีพื้นที่ส่วนบุคคลที่เพียงพอกับเอกสารและเครื่อง

คอมพิวเตอร์พกพาของผู้ใช้ มีระบบรักษาปลอดภัยให้ทรัพย์สินที่มีค่า มีจุดบริการนำดื่ม และมีบริการอาหารเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ส่วนกลุ่มที่มาใช้ห้องสมุด 1 – 2 ชั่วโมง สิ่งสำคัญของการใช้ของกลุ่มนี้ คือ ความรวดเร็วของการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นบริการยืม-คืน การค้นหาทรัพยากรสารสนเทศบนชั้นหนังสือ แผนผังหรือป้ายบอกทางภายในตัวอาคารต้องเข้าใจง่าย ชัดเจน นอกจากนี้ เวลาเปิดปิดห้องสมุดต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้สามารถเข้าใช้ห้องสมุดได้เมื่อมีเวลาว่าง เช่น ผู้ใช้ที่เป็นบุคลากร ในวันจันทร์ – ศุกร์ มักจะมาใช้บริการหลังเลิกงาน แต่บางเดือนห้องสมุดจะปิดบริการ 16.30 น. ส่วนผู้ใช้ที่เรียนภาคพิเศษ ในวันเสาร์ – อาทิตย์ มีช่วงที่สามารถใช้บริการห้องสมุดได้เพียงประมาณ 1 ชั่วโมง เนื่องจากห้องสมุดจะปิดเวลา 17.00 น. และผู้ใช้ที่เรียนภาคปกติ ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ในช่วงปิดเทอมตารางเรียนของบัณฑิตศึกษา บางสาขายังมีการเรียนการสอน แต่ห้องสมุดจะปิดเวลา 16.30 น. รวมทั้งในวันเสาร์ – วันอาทิตย์จะปิดบริการ ดังนั้น ห้องสมุดควรมีการพิจารณาโยกย้ายการเปิดให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้

กลยุทธ์ด้านบริการหลังการใช้ เป็นการเพิ่มบริการเสริมหลังการใช้ เช่น ในบริการนำส่งเอกสาร ควรมีการติดต่อกลับไปยังผู้ใช้บริการด้วยช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล และ SMS เป็นต้น เพื่อแจ้งผลการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้ ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลการยืม-คืนของผู้ใช้แต่ละคน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศใหม่ของห้องสมุดที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ นอกจากนี้ ห้องสมุดควรมีการติดตามผู้ใช้บริการรายบุคคล ในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการ ทั้งนี้ การตลาดให้ความสำคัญกับความรู้สึกภายหลังการใช้ของผู้ใช้ เนื่องจากเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญที่นำมาสู่การปรับปรุงกระบวนการในการให้บริการที่สอดคล้องกับกระบวนการในการตัดสินใจใช้ต่อไป

กลยุทธ์ด้านราคา จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ใช้ให้เหตุผลว่า คุณภาพของการบริการกับการค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไปยังไม่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ผู้ใช้ยินยอมที่จะให้ห้องสมุดคิดค่าบริการได้ แต่สิ่งสำคัญคือ ห้องสมุดต้องสร้างความมั่นใจให้ผู้ให้ใช้ให้ได้ เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการนั้น ได้แก่ ความน่าเชื่อถือข้อมูล สามารถนำไปใช้ได้จริง รวดเร็วและทันต่อความต้องการในการใช้งาน ดังนั้น หากห้องสมุดต้องการที่จะพัฒนาบริการเชิงพาณิชย์จะต้องคำนึงถึงคุณภาพของการบริการเป็นสำคัญ

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป** การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของ Kotler ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่ในการทำความเข้าใจผู้ใช้ที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่เข้ามาใช้หอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ว่าผู้ใช้คือใคร ผู้ใช้อะไร ทำไมจึงใช้ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจบ้าง ใช้เมื่อใด ใช้ที่ไหน และใช้อย่างไร รวมถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้ แต่ยังขาดการศึกษาในกลุ่มผู้ใช้ครอบคลุมทุกกลุ่มของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี อาจารย์ และนักวิจัย จึงควรมีการศึกษาผู้ใช้ให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม เนื่องจากผู้ใช้แต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์และความต้องการใช้สำนักวิทยบริการที่แตกต่างกัน การทำความเข้าใจผู้ใช้ในแต่ละกลุ่มเหล่านี้ จะทำให้ห้องสมุดเข้าใจผู้ใช้ครอบคลุมทุกกลุ่ม และสามารถจัดบริการสารสนเทศได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ห้องสมุดคณะที่สังกัดสำนักวิทยบริการ มีทั้งสิ้น 13 แห่ง ซึ่งถือได้ว่าเป็นหน่วยงานย่อยที่สำคัญในการให้บริการสารสนเทศแก่ผู้ใช้ เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร จึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ของห้องสมุดคณะ และควรมีการศึกษาพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- Apaiwong, S. (1991). **The Application of marketing strategies in university libraries' information services.** (In Thai). Master of Education degree in Library Science, Srinakharinwirot University.
- Blackwell & Miniard. (1993). **Consumer Behavior.** 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press, Inc.
- Chaimin, C. (2006). **The Use of electronic information for thesis writing of Graduate students, the faculty of agriculture Chiang Mai university.** (In Thai). Chiang Mai: Chiang Mai University Library.

- Derdkhuntod, N. (1998). An Evaluation of status and problems in using interlibrary Loan service of the users at central library, instructional resources center, Khon Kean University. (In Thai). **Library and Information Science, Khon Kean University**. 16(2), 50-61.
- Derdkhuntod, N. & Tiwasing, S. (2009). **The student's expectation, satisfactions and problems with library services of central library, the library and learning resources center, Khon Kean University in the education year 2008**. (In Thai). Khon Kean: The Library and Learning Resources Center, Khon Kean University.
- Ewers, B. R. & Austen, G. (2004). Market orientation: A framework for Australian university library management. In Gupta, Dinesh K. (Ed.) **An International Review of Marketing in Library and Information Centers**. International Federation of Library Associations and Institutions.
- Jose, A. & Bhat, I. (2007). Marketing of library and information services : a strategic perspective. **The Journal of Bossiness Perspective**. 11(2), 23-28.
- Kaur, A. & Rani, S. (2008). Marketing of information services and products in university libraries of Punjab and Chandigarh (India) an attitudinal assessment of library professionals. **Library Management**, 29(6/7), 515-537.
- Koontz, C. M., (1992). Public library site evaluation and location: past and present market-based modelling tools for the future, **Library & Information Science Research** , 14(4). 379-409.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management : analysis, planning, implementation, and Control**, 9th ed., London: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2008). **Strategic marketing for nonprofit organizations**, 7th ed., London: Prentice Hall International.
- Loipha, S. & Manmart, L. (1989). Some factors which affect the students' use of Khon Kaen university libraries. (In Thai). **Humanities & Social Sciences, Khon Kaen University**. 7(2) 57-66 .

- Lumtansap, S. (2005). **Student behavior in using the Lady Atthakraweesounthorn library, Prince of Songkla University.** (In Thai). Songkla: The Lady Atthakraweesounthorn Library, Prince of Songkla University.
- Martinez-Trinidad, M. E. (2000). **Marketing the services of Saint Louis university libraries.** Retrieved November 5, 2012, from <http://dspace.slu.edu.ph/handle/123456789/39>
- Panpetch, C. (2010). Information use for research studies and thesis writing of graduate students. Burapha University. (In Thai). **Information**, 17(2), 1-7.
- Saenwa, S. (2009). **Guidelines for the development of academic libraries to the quality organization.** (In Thai). *Doctor of Philosophy Thesis in Information Studies, Graduate School*, Khon Kaen University.
- Santiwivat, Y., Tiwasing, S., Nanomayittikan, Y., Toearm, W., & Phatpheng, S. (2005). Satisfaction of Khon Kean University's graduate students toward library public relations of central library, Khon Kaen University. (In Thai). **Information**. 12 (2) : 20-30.
- Schmidt, J. (2002). **Marketing Library and Information Services in Australian Academic.** Cited in November 15, 2012, from <http://www.docstoc.com/docs/41845635/Marketing-Library-and-Information-Services-in-Australian-Academic>
- Suwalak, K. (2004). **Students' needs and use of information in Thaksin university library.** (In Thai). Master of Art Thesis in Library and Information Science, Graduate School, Prince of Songkla University.
- Thongsatra, N. (2002). **The Utilization of information resources of sraduate students in Ramkhomhaeng university regional campuses.** (In Thai). Bangkok: Ramkhamhaeng University Library.
- Weingand, D. E. (1999). **Marketing/Planning library and information services.** Englewood: Libraries.

- Yamthed, N. (2003). **Roles of the library in supporting the fraduate studies at the Northeastern University.** (In Thai). An Independent Study Report of the Master of Arts in Library and Information Science Graduate School, Khon Kean University.
- Yamkhaekhai, P. (1993). **The needs of Chiang Mai University graduate students in using the central service, Chiang Mai University library.** (In Thai). Chiang Mai: Chiang Mai University Library.