

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการ
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

Factors Affecting the Use of the Office of Academic Resources and
Information Technology of Undergraduate Students Lower Northern
Rajabhat University Using the 7Ps Marketing Mix Process

สุวิทย์ วงษ์บุญมาก^{1*}

Suwit Wongboonmak^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 – 5 มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง คือมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคราม และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิแบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรแต่ละมหาวิทยาลัย และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และกำหนดให้มีความคลื่อน ร้อยละ 5 โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน โดยด้านที่มีปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.09$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสะอาด และปลอดภัยจากเชื้อโรค ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.01$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ มีความเพียงพอและทันสมัย ($\bar{X} = 4.13$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการบริการ ($\bar{X} = 3.87$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ การมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.99$) และเมื่อแยกเป็นรายมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร และนครสวรรค์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) และ ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคราม

¹ รองศาสตราจารย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Associate Professor., Faculty of Humanities and Social Sciences Kamphaeng Phet Rajabhat University

* Corresponding author. Tel.089-642-6543, E-mail: suwit199@yahoo.com

ปัจจัยด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.93$) และสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.46$)

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ,
มหาวิทยาลัยราชภัฏ, การศึกษาปัจจัย

Abstract

The purpose of this research was to study factors affecting the use of the Office of Resource and Information Technology on undergraduate students at Lower Northern Rajabhat University by using the 7Ps marketing mix process. The sample group was undergraduate students from the 1st - 5th year of the Lower Northern Rajabhat Universities which are Kamphaeng Phet Rajabhat University, Nakhon Sawan Rajabhat University, Pibunsongkhram Rajabhat University and Phetchabun Rajabhat University. This research uses a stratified random sampling method by dividing the samples according to the proportion of the population of each university. The size of the sample was determined by Taro Yamane's method at a confidence level of 95 percent and a variation of 5 percent. The number of samples was 397 people. According to the marketing mix concept 7Ps, the results showed that factors affecting the use of the Office of Academic Resource and Information Technology were at a high level in all 7 aspects. The factor that had the most effect on the use of the Office of Academic Resource and Information Technology was the physical environment ($\bar{X} = 4.09$). The most influencing factor was that the Office of Academic Resources and Information Technology is clean and safe from pathogens ($\bar{X} = 4.18$), followed by products ($\bar{X} = 4.01$), with the most influencing factor being the electronic database. It was adequate and modern ($\bar{X} = 4.13$) and the least was the aspect of service promotion ($\bar{X} = 3.87$), with the most influencing factor being public relations about the Office of Academic Resources and Information Technology ($\bar{X} = 3.99$). When separated by each Rajabhat University, it was found that Kamphaeng Phet Rajabhat University and Nakhon Sawan Rajabhat University had the lowest average on the factor of service promotion ($\bar{X} = 4.20$) and ($\bar{X} = 3.46$) respectively. Pibulsongkram Rajabhat University had the lowest average on the factor of price and expenses for using the service ($\bar{X} = 3.93$) and Phetchabun Rajabhat University had the lowest average on the factor of service process ($\bar{X} = 3.46$).

Keywords: Marketing mix, Office of Resource and Information Technology, Rajabhat University, A study of factors.

ความสำคัญของปัญหา

ห้องสมุดมหาวิทยาลัย มีหน้าที่สนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นการจัดบริการให้กับผู้ใช้บริการและบริการทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพของมหาวิทยาลัย ดังนั้นการดำเนินการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย จึงต้องสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย โดยทำหน้าที่สนับสนุนการเรียนการสอน การบริการวิชาการ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการวิจัย มุ่งเน้นการจัดบริการทรัพยากรสารสนเทศและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ห้องสมุดจึงต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก (Preecha Wangasa, 2015, p 10)

ห้องสมุดหรือสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสถาบันบริการสารสนเทศที่ให้บริการโดยไม่แสวงหาผลกำไร แต่ปัญหาของห้องสมุดในปัจจุบัน คือ ห้องสมุดไม่ใช่สถาบันเดียวที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งจัดเก็บและให้บริการสารสนเทศ อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลสารสนเทศที่ทุกคนสามารถเข้าไปได้ ค้นหาหาความรู้ได้อย่างเสรี โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ หรือไม่เสียค่าใช้จ่ายก็มี รวมทั้งในระบบอินเทอร์เน็ตก็เป็นที่ยอมรับว่ามีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่มีคุณค่า และมีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้สามารถค้นหาหนังสือ วารสาร บทความวิชาการ และบทความวิจัยได้จากการใช้โปรแกรมสืบค้น (Search Engine) จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ (Charatpong Wongsilpjitdara, 2013, p1-2) ในภาวะที่มีการแข่งขันและบทบาทของห้องสมุดในการบริการสารสนเทศเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น ประกอบกับเกิดการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ผู้ใช้บริการห้องสมุดลดลง และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการก็เปลี่ยนแปลงไปถึงแม้ว่าจะเป็นภัยคุกคามห้องสมุด แต่ก็น่าจะเป็นโอกาสที่ห้องสมุดจะปรับรูปแบบใหม่ของตนเองด้วยการนำส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price) สถานที่/ช่องทางการให้บริการ (Place) การส่งเสริมการบริการ (Promotion) บุคคลผู้ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment) มาใช้ในการดำเนินงานของห้องสมุดหรือสถาบันบริการสารสนเทศ เพื่อค้นหาความต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ครบถ้วน สมบูรณ์ และก่อให้เกิดความสำเร็จในงานบริการ สร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ (Lin & Guo, 2012, pp. 490-495; Mentioned in Yuvaras Ittichaiwathana et al. p3)

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหวังว่าผลจากการวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้อ่านวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง ทราบถึงปัจจัยที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญต่อการที่จะใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

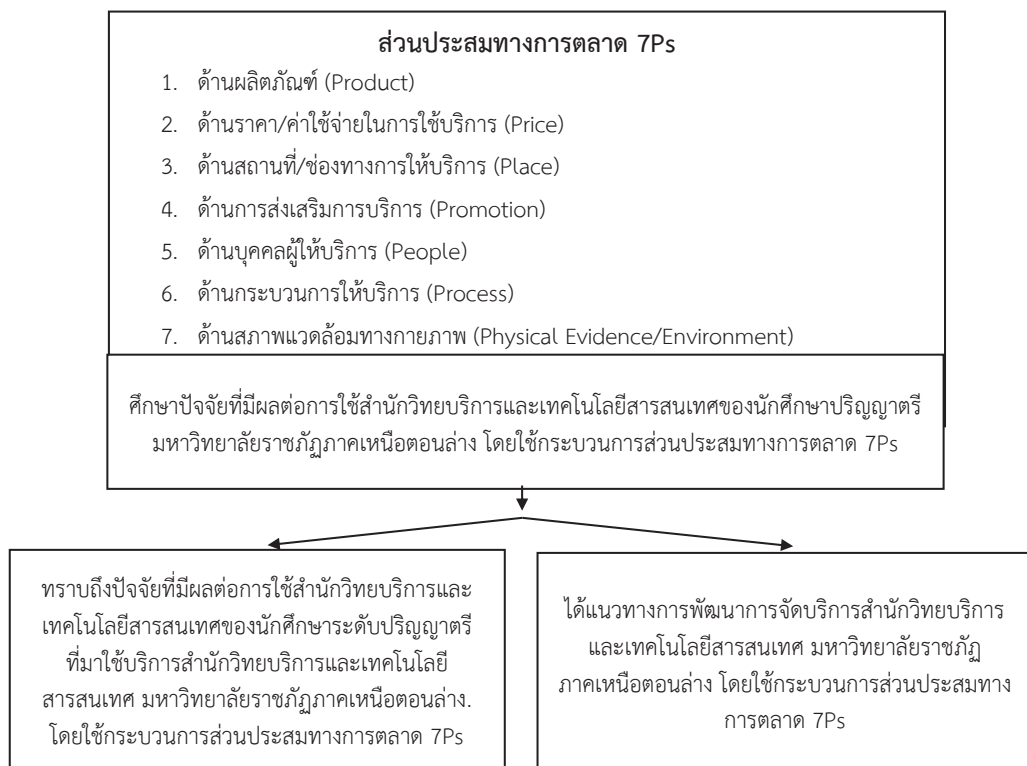
และนำไปพัฒนาการบริหารจัดการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Kotler, 2003) มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา ด้านระยะเวลา ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้
ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price) 3) ด้านสถานที่/ช่องทางการให้บริการ (Place) 4) ด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion) 5) ด้านบุคคลผู้ให้บริการ (People) 6) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) 7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective congruence: IOC) โดยการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คือ ด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ด้านการตลาด และด้านการวัดผลประเมินผล โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.97 เมื่อผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .832

2. ด้านระยะเวลา เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 - 31 กรกฎาคม 2565.

3. ด้านประชากร คือ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 5,530 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 7,789 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 11,243 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 4,440 คน ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 ที่ลงทะเบียนเรียน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565 รวมประชากรทั้งสิ้น จำนวน 29,002 คน

4. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 397 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นคิดคำนวณสัดส่วนประชากรกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 76 คน (ร้อยละ 19.14) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 106 คน (ร้อยละ 26.70) มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 154 คน (ร้อยละ 38.79) และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จำนวน 61 คน (ร้อยละ 15.37) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร แต่ละมหาวิทยาลัย และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน (Penkhae Saengkaew, 1998)

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ และทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยแจกตอบแบบสอบถาม ไม่เข้าห้องเรียน สำหรับการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยให้นักคอมพิวเตอร์ตรวจสอบ IP ADDRESS และตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อจำกัดการตอบแบบสอบถามซ้ำซ้อนกัน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถาม กลับคืนมา จำนวน 397 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลค่าความหมายค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศฯ โดยนำค่าเฉลี่ยที่ได้เทียบกับเกณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การประเมินและการแปลความหมาย ดังนี้ (Boonchom Srisaard, 2010. p 99-100)

4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
0.00 - 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ร้อยละ 19.14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ร้อยละ 26.70 มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ร้อยละ 38.79 และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ร้อยละ 15.37 เป็นเพศชาย ร้อยละ 21.41 เพศหญิง ร้อยละ 78.59 ความถี่ในการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ (โดยเฉลี่ย) 1) น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 39.80 2) 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 36.78 3) 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 16.12 4) 5 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 2.52 5) ใช้ทุกวัน ร้อยละ 3.78 6) ไม่เคยเข้าใช้ ร้อยละ 1.0 และช่วงเวลาที่ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด 1) 8.30 - 12.00 น. ร้อยละ 28.46 2) 12.01 -13.00 น. ร้อยละ 36.27 3) 13.01 - 16.30 น. ร้อยละ 23.93 4) 16.31 - 20.00 น. ร้อยละ 9.57 และ 5) เข้าใช้บริการไม่แน่นอน ร้อยละ 1.76

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษา.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่า		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ มีความเพียงพอและทันสมัย	123 ร้อยละ 31.0	209 ร้อยละ 52.6	59 ร้อยละ 14.9	5 ร้อยละ 1.3	1 ร้อยละ 0.3	4.13	.719	มาก
2. หนังสือ มีความเพียงพอและทันสมัย	85 ร้อยละ 21.4	238 ร้อยละ 59.9	67 ร้อยละ 16.9	6 ร้อยละ 1.5	1 ร้อยละ 0.3	4.00	.683	มาก
3. วิทยุและวิทยานิพนธ์ มีความเพียงพอและทันสมัย	90 ร้อยละ 22.7	219 ร้อยละ 55.2	83 ร้อยละ 20.9	5 ร้อยละ 1.3		3.99	.698	มาก
4. หนังสืออ้างอิง มีความเพียงพอและทันสมัย	84 ร้อยละ 21.2	226 ร้อยละ 58.9	84 ร้อยละ 21.2	3 ร้อยละ 0.8		3.98	.674	มาก
5. วารสาร มีความเพียงพอและทันสมัย	85 ร้อยละ 21.4	211 ร้อยละ 53.1	98 ร้อยละ 21.7	3 ร้อยละ 0.8		3.95	.700	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ มีความเพียงพอและทันสมัย ($\bar{X} = 4.13$) (S.D. = .719) รองลงมา คือ หนังสือ มีความเพียงพอและทันสมัย ($\bar{X} = 4.10$) (S.D. = .683) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ วารสารมีความเพียงพอและทันสมัย ($\bar{X} = 3.95$) (S.D. = .700)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการ
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการ (Price)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่า		
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. มีการแจ้งรายละเอียดของ อัตราค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน	98 ร้อยละ 24.7	203 ร้อยละ 51.1	115 ร้อยละ 29.0	2 ร้อยละ 0.5	1 ร้อยละ 0.3	3.98	.724	มาก
2. ค่าปรับกรณีหนังสือสูญหาย มี ราคาที่เหมาะสม	79 ร้อยละ 19.9	200 ร้อยละ 50.4	115 ร้อยละ 29.0	2 ร้อยละ 0.5	1 ร้อยละ 0.3	3.88	.722	มาก
3. ค่าถ่ายเอกสาร มีราคาที่ เหมาะสม	76 ร้อยละ 19.1	197 ร้อยละ 49.6	116 ร้อยละ 29.2	8 ร้อยละ 2.0		3.85	.739	มาก
4. ค่าใช้จ่ายบริการยืมระหว่าง ห้องสมุด มีราคาที่เหมาะสม	71 ร้อยละ 17.9	203 ร้อยละ 51.1	111 ร้อยละ 28.0	9 ร้อยละ 2.3	3 ร้อยละ 0.8	3.82	.768	มาก
5. ค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง มีราคาที่เหมาะสม	72 ร้อยละ 18.1	185 ร้อยละ 46.6	131 ร้อยละ 33.0	9 ร้อยละ 2.3		3.79	.752	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสม
ทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price) อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดย
ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการแจ้งรายละเอียดของอัตราค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.98$) (S.D.
= .724) รองลงมาคือ ค่าปรับกรณีหนังสือสูญหาย มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.88$) (S.D. = .722) ส่วนข้อ
ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.79$) (S.D. = .752)

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการ
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านช่องทางการให้บริการ (Place or Distribution)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้าน ช่องทางการให้บริการ (Place or Distribution)	ระดับปัจจัยทางด้านการส่วนประสมทางการตลาด					ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. การให้บริการยืม-คืน ทรัพยากรสารสนเทศ มีความ สะดวก	120 ร้อยละ 30.2	199 ร้อยละ 50.1	72 ร้อยละ 18.1	6 ร้อยละ 1.5		4.10	.733	มาก
2. การให้บริการตอบคำถามและ ช่วยการค้นคว้า มีความ สะดวก	99 ร้อยละ 24.9	211 ร้อยละ 53.1	82 ร้อยละ 20.7	4 ร้อยละ 1.0	1 ร้อยละ 0.3	4.01	.721	มาก
3. ท่าเลที่ตั้งของห้องสมุด มี ความสะดวกเข้าถึงง่าย และมี ที่จอดรถเพียงพอ	103 ร้อยละ 25.9	187 ร้อยละ 47.1	97 ร้อยละ 24.4	9 ร้อยละ 2.3	1 ร้อยละ 0.3	3.96	.786	มาก
4. มีบริการคอมพิวเตอร์ ปลั๊กไฟ ที่เพียงพอ	85 ร้อยละ 21.4	196 ร้อยละ 49.4	104 ร้อยละ 26.2	11 ร้อยละ 2.8	1 ร้อยละ 0.3	3.89	.774	มาก
5. การให้บริการสัญญาณ อินเทอร์เน็ตครอบคลุม และใช้ งานได้ดี	84 ร้อยละ 21.2	199 ร้อยละ 50.1	96 ร้อยละ 24.2	14 ร้อยละ 3.5	4 ร้อยละ 1.0	3.87	.818	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสม
ทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านช่องทางการให้บริการ (Place or Distribution) อยู่ในระดับมาก
ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การให้บริการยืม-คืน ทรัพยากรสารสนเทศ มีความ
สะดวก ($\bar{X} = 4.10$) (S.D. = .733) รองลงมาคือ การให้บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า มีความสะดวก
($\bar{X} = 4.01$) (S.D. = .721) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต ครอบคลุม
และใช้งานได้ดี ($\bar{X} = 3.87$) (S.D. = .818)

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการ
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่า		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับห้องสมุด	107 ร้อยละ 27.0	187 ร้อยละ 47.1	94 ร้อยละ 23.7	7 ร้อยละ 1.8	2 ร้อยละ 0.5	3.99	.790	มาก
2. การมีการแจ้งข่าวสาร และกิจกรรมของห้องสมุด	88 ร้อยละ 22.2	212 ร้อยละ 53.4	84 ร้อยละ 21.2	12 ร้อยละ 3.0	1 ร้อยละ 0.3	3.94	.758	มาก
3. การมีการแนะนำบริการของห้องสมุด	92 ร้อยละ 23.2	199 ร้อยละ 50.1	97 ร้อยละ 24.4	7 ร้อยละ 1.8	2 ร้อยละ 0.5	3.93	.768	มาก
4. การมีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือเรื่องที่น่าสนใจ	89 ร้อยละ 22.4	190 ร้อยละ 47.9	111 ร้อยละ 28.0	6 ร้อยละ 1.5	1 ร้อยละ 0.3	3.90	.761	มาก
5. การมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ห้องสมุด หรือกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน	76 ร้อยละ 19.1	211 ร้อยละ 53.1	98 ร้อยละ 24.7	11 ร้อยละ 2.8	1 ร้อยละ 0.3	3.88	.748	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion) อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับห้องสมุด ($\bar{X} = 3.99$) (S.D. = .790) รองลงมาคือ การมีการแจ้งข่าวสาร และกิจกรรมของห้องสมุด ($\bar{X} = 3.94$) (S.D. = .758) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ห้องสมุด หรือกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน ($\bar{X} = 3.88$) (S.D. = .748)

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการ
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่า		
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการจัดการ และให้บริการห้องสมุด และมี ทักษะในการสื่อสารที่ดี	111 ร้อยละ 28.0	205 ร้อยละ 51.6	78 ร้อยละ 19.6	3 ร้อยละ 0.8		4.06	.709	มาก
2. บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี มีอัธยาศัย และ มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ ผู้ใช้บริการ	98 ร้อยละ 24.7	208 ร้อยละ 52.4	85 ร้อยละ 21.4	5 ร้อยละ 1.3	1 ร้อยละ 0.3	4.00	.732	มาก
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีความ เสมอภาคในการให้บริการ ไม่ เลือกปฏิบัติ	92 ร้อยละ 23.2	220 ร้อยละ 55.4	75 ร้อยละ 18.9	8 ร้อยละ 2.0	2 ร้อยละ 0.5	3.99	.740	มาก
4. บุคลากรผู้ให้บริการมีกิริยา วาจาสุภาพ มีการแต่งกายที่ เหมาะสม	88 ร้อยละ 22.2	222 ร้อยละ 55.9	79 ร้อยละ 19.9	6 ร้อยละ 1.5	2 ร้อยละ 0.5	3.97	.726	มาก
5. บุคลากรผู้ให้บริการมี ความสามารถในการแก้ปัญหา ที่เกิดขึ้นในการบริการ	85 ร้อยละ 21.4	223 ร้อยละ 56.2	83 ร้อยละ 20.9	5 ร้อยละ 1.3	1 ร้อยละ 0.3	3.96	.705	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสม
ทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มี
ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการจัดการและให้บริการห้องสมุด และ
มีทักษะในการสื่อสารที่ดี ($\bar{X} = 4.06$) (S.D. = .709) รองลงมาคือ บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่
ดี มีอัธยาศัย และมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.00$) (S.D. = .732) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด คือ บุคลากรผู้ให้บริการมีความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริการ ($\bar{X} = 3.96$)
(S.D. = .705)

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้
กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่า		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การมีความรวดเร็วในขั้นตอนการขอใช้บริการ	98 ร้อยละ 24.7	210 ร้อยละ 52.9	86 ร้อยละ 21.7	3 ร้อยละ 0.8		4.02	.703	มาก
2. การมีระเบียบการใช้บริการห้องสมุด ที่ชัดเจนเหมาะสม	90 ร้อยละ 22.7	228 ร้อยละ 56.9	74 ร้อยละ 18.6	7 ร้อยละ 1.8		4.01	.696	มาก
3. การมีระบบสืบค้นข้อมูล และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าถึงได้ทุกสถานที่ และทุกเวลา	85 ร้อยละ 21.4	219 ร้อยละ 55.2	86 ร้อยละ 21.7	7 ร้อยละ 1.8		3.96	.708	มาก
4. มีช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน และปัญหาของการใช้งานที่สะดวกและรวดเร็ว	85 ร้อยละ 21.4	211 ร้อยละ 53.1	93 ร้อยละ 23.4	4 ร้อยละ 1.0	4 ร้อยละ 1.0	3.93	.759	มาก
5. มีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว	73 ร้อยละ 18.4	228 ร้อยละ 57.4	89 ร้อยละ 22.4	6 ร้อยละ 1.5	1 ร้อยละ 0.3	3.92	.697	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านกระบวนการให้บริการ (Process) อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีความรวดเร็วในขั้นตอนการขอใช้บริการ ($\bar{X} = 4.02$) (S.D. = .703) รองลงมาคือ การมีระเบียบการใช้บริการห้องสมุด ที่ชัดเจนเหมาะสม ($\bar{X} = 4.01$) (S.D. = .696) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.92$) (S.D. = .697)

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment)	ระดับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด					ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ห้องสมุดมีความสะอาด และปลอดภัยจากเชื้อโรค	134 ร้อยละ 33.8	206 ร้อยละ 51.9	55 ร้อยละ 13.9	2 ร้อยละ 0.5		4.18	.679	มาก
2. ห้องสมุดมีบรรยากาศที่จูงใจในการศึกษาค้นคว้า เช่น เเจียบบงบ หรือมีแสงสว่างเพียงพอ	134 ร้อยละ 33.8	199 ร้อยละ 50.1	83 ร้อยละ 15.9	1 ร้อยละ 0.3		4.17	.691	มาก
3. ห้องสมุดมีบริการสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าที่หลากหลาย เช่น ห้องประชุม ห้องทำงานอิสระ หรือห้องดูภาพยนตร์	128 ร้อยละ 32.2	193 ร้อยละ 48.6	67 ร้อยละ 16.9	9 ร้อยละ 2.3		4.10	.756	มาก
4. ห้องสมุดมีที่นั่งอ่านหนังสือเพียงพอ	117 ร้อยละ 29.5	198 ร้อยละ 49.9	78 ร้อยละ 19.6	4 ร้อยละ 1.0		4.07	.726	มาก
5. ห้องสมุดมีบริการส่งเสริมการใช้งานของผู้ใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร หรือร้านถ่ายเอกสาร เป็นต้น	107 ร้อยละ 27.0	191 ร้อยละ 48.1	84 ร้อยละ 21.2	11 ร้อยละ 2.8	4 ร้อยละ 1.0	3.96	.827	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมด้านสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment) อยู่ใน ระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้องสมุดมีความสะอาด และปลอดภัยจากเชื้อโรค ($\bar{X} = 4.18$) (S.D. = .679) รองลงมาคือ ห้องสมุดมีบรรยากาศที่จูงใจในการศึกษาค้นคว้า เช่น เเจียบบงบ หรือมีแสงสว่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.17$) (S.D. = .691) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ห้องสมุดมีบริการส่งเสริมการใช้งานของผู้ใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร หรือร้านถ่ายเอกสาร เป็นต้น ($\bar{X} = 3.96$) (S.D. = .827)

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ทั้ง 7 ด้าน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับปัจจัย
1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment)	81.92	4.10	.594	มาก
2. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	80.20	4.01	.565	มาก
3. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)	80.00	4.00	.617	มาก
4. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	79.36	3.97	.600	มาก
5. ด้านช่องทางการให้บริการ (Place or Distribution)	79.32	3.97	.622	มาก
6. ด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion)	78.56	3.93	.661	มาก
7. ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price)	77.28	3.86	.593	มาก
รวม	79.52	3.98	.627	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่างอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.10$) (S.D. = .594) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.01$) (S.D. = .565) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.86$) (S.D. = .593)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	มรภ.กำแพงเพชร		มรภ.พิบูลสงคราม		มรภ.เพชรบูรณ์		มรภ.นครสวรรค์	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.29	.451	4.15	.487	3.86	.505	3.71	.606
2. ปัจจัยด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price)	4.26	.515	3.93	.549	3.75	.439	3.59	.627
3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (Place or Distribution)	4.28	.509	4.17	.514	3.79	.511	3.55	.638
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion)	4.20	.581	4.16	.521	3.84	.497	3.46	.706
5. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)	4.27	.498	4.15	.538	3.95	.513	3.62	.665
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.26	.462	4.13	.503	3.73	.601	3.66	.625
7. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment)	4.38	.476	4.27	.527	3.98	.471	3.75	.627
รวม	4.28	.550	4.14	.434	3.84	.396	3.62	.383

จากตารางที่ 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่างทุกแห่งอยู่ในระดับมาก โดยสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีค่าเฉลี่ยของทุกปัจจัยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมคือ ($\bar{X} = 4.28$) ($S.D. = .550$) ส่วนสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีค่าเฉลี่ยของทุกปัจจัยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด คือ ($\bar{X} = 3.62$) ($S.D. = .383$)

สรุป อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้กระบวนการส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ($S.D. = .627$) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีปัจจัยย่อยที่สำคัญคือ ห้องสมุดมีความสะอาดและปราศจากเชื้อโรค และมีบรรยากาศที่จูงใจในการศึกษาค้นคว้า เช่น เเจียงสงบหรือมีแสงสว่างที่เพียงพอ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยย่อยที่สำคัญคือ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และหนังสือมีความเพียงพอและทันสมัย และปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการน้อยที่สุดคือ ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีปัจจัยย่อยที่สำคัญคือ มีการแจ้งรายละเอียดของอัตราค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง มีราคาที่เหมาะสม และ ผลการศึกษาแยกตามมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่างทั้ง 4 แห่ง พบว่า สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเฉลี่ยรวมทั้ง 7 ด้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ($S.D. = .550$) อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการบริการมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ รองลงมาคือ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยปัจจัยที่มีผลต่อการบริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ และมหาวิทยาลัยที่มีค่าปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุดคือ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการบริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ล้วนมีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง โดยใช้ปัจจัยตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน สอดคล้องกับ Weeranun DangKong, (2009, p 63 - 64) ที่ได้ศึกษาการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด บริการเพื่อส่งเสริมการเข้าใช้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏมีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน และ Yuvares Ittichaiwathana et al. (2013, p 1 -11) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้และผู้ให้บริการต่อการใช้ส่วนประสมการตลาดในการบริการของหอสมุดแห่งชาติ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้ส่วนประสมการตลาดในการบริการของหอสมุดแห่งชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence/Environment) โดยเฉพาะการทำให้ห้องสมุดมีความสะอาดและปราศจากเชื้อโรค

และมีบรรยากาศที่จูงใจในการศึกษาค้นคว้า เช่น เงียบสงบหรือมีแสงสว่างที่เพียงพอ สอดคล้องกับ Thanasak Kamjundee (2017, page 58, 66) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับงานบริการห้องสมุด วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์บริการที่ได้รับจริง กับบริการที่ต้องการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยบริการที่ได้รับจริง การตกแต่งภายในมีความสวยงาม และมีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนบริการที่ต้องการ เน้นด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบของห้องสมุด และแสงสว่าง ภายในห้องสมุด และสอดคล้องกับ Nureeda Japakiya (2018) ได้ศึกษาความต้องการสารสนเทศและ แนวทางการพัฒนาการบริการสารสนเทศเชิงรุกสู่ชุมชนของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ พบว่าข้อมูลความต้องการใช้บริการสารสนเทศเชิงรุกของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในด้านสถานที่มากที่สุด และ Kanokwan Chin-on (2020, p 51 - 69) ได้ ศึกษาการพัฒนาห้องสมุดชื่อ วายุภักตร์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของผู้ใช้ในยุค 4.0 โดยศึกษาจากนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก อาจารย์ และบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าภายหลัง การพัฒนาห้องสมุดตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ห้องสมุดมีพื้นที่ในการบริการสวยงาม มีบริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดสรรพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมผู้ใช้ บริการในยุคปัจจุบัน โดยมีลักษณะเป็น Learning Space และ Co-Working Space ที่ผู้รับบริการสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันได้เป็นอย่างดี แต่มีความแตกต่างจาก Chutima Kaewkerd. (2007, p 82) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการบริการของห้องสมุดคณะเทคโนโลยี การเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่าปัจจัยด้านผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด โดยเฉพาะด้านบุคลิกภาพการแต่งกายที่เหมาะสม ดังนั้น สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่มีค่าเฉลี่ยของปัจจัย ด้านสภาพแวดล้อมน้อย จึงควรมีนโยบายในการดำเนินการพัฒนาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมให้มี ความสะอาด สะดวก สว่าง และมีบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการให้มากยิ่งขึ้น สวมมหาวิทยาลัย ราชภัฏพิบูลสงคราม ควรมีการพิจารณาปรับปรุงปัจจัยด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price) โดยเฉพาะค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง ให้มีราคาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและ เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ (Promotion) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการให้บริการ หรือกิจกรรมส่งเสริม

การอ่านเพิ่มเติมให้กับนักศึกษา และประชาสัมพันธ์บริการและกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักศึกษาทราบ ส่วนสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ปัจจัยด้านราคา / ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Price) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรมีการพิจารณาค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่งให้มีราคาที่เหมาะสม และสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรมีการเพิ่มกระบวนการในการแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว เช่น ระบบตรวจสอบและแจ้งการค้างส่งหนังสือให้กับผู้ใช้บริการ เป็นต้น

2. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ทั้ง 7 ด้าน นักศึกษามีความเห็นว่ามีผลต่อการเข้าใช้บริการอยู่ในระดับมากทั้งหมด ฉะนั้นสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง จึงไม่ควรละเลยการดำเนินการ ส่วนประสมการตลาดทุกด้าน และควรหากลยุทธ์ใหม่ ๆ มาสนองตอบความต้องการของนักศึกษาอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาดำเนินการบริหารจัดการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
2. รูปแบบแนวทางการให้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือตอนล่าง ที่เหมาะสมและสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. แนวทางการสร้างความเป็นเลิศด้านการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

Reference

- Boonchom Srisaard. (2010). *Preliminary research*. (8th ed.). Suweeriyasan.
- Charatpong Wongsilpjitdara. (2013). *Factors affecting undergraduate students' use of Chiang Mai University Central Library*. Chiang Mai University.
- 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*. Bansomdejchaopraya Rajabhat University.
- Kanokwan Chin-on. (2020, January - June). *Development of Cho Wayupak Library as a learning resource for users in the 4.0*. *Information*, 27(1), 51 – 69.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). Pearson Prentice-Hall.

- Nureeda Japakiya. (2019, July 10). Needs for Information and Guidelines for the Development of Proactive Information Services to Communities of Higher Education Institution Libraries in the Three Southern Border Provinces. *The 8th National Academic Conference "Creating Research for sustainable local development"* [Symposium]. Yala Rajabhat University.
- Penkhae Saengkaew. (1998). *Social Science Research*. Thammasat University.
- Preecha Wangasa. (2015). A Study of Motive Factors Influencing the Decision to Use the Service Nakhon Phanom University Library. *PULINET Journal*, 2(1), 8-15.
- Thanasak Kamjundee. (2017). *Marketing Strategy for Library Services, College of Industrial Technology King Mongkut's University of Technology North Bangkok*. King Mongkut's University of Technology North Bangkok.
- Weeranun DangKong. (2009). *Applying Service Marketing Mix Strategy to Promote the Use of Rajabhat University Libraries*. Burapha University.
- Yuvares Ittichaiwathana, Sumattra Saenwa and Somchai Warunyanugrai. (2013, January - June). Opinion of Users and Providers towards Marketing Mix Use in Service of the National Library of Thailand. *Bannasat SWU*, 11(1), 1 – 13.

