



# รังสิตสารสนเทศ

วารสารวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

ปีที่ 18 ปีที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2555

ISSN 0859-1814



<http://library.rsu.ac.th>

ISSN 0859-1814

## ที่ปรึกษาภาคีสถิต

ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์

ผศ.ดร.นเรศ พันธ์ชาธร

ดร. อรรถวิท อุไรรัตน์

ดร. พงศ์ภัทร อนุมิตรราชกิจ

รศ. วิสูตร จิระคำแข็ง

## ที่ปรึกษา

ดร. มลิวัดย์ ประดิษฐ์ธีระ

## บรรณาธิการประจำฉบับ

ทิพย์วารี วงษ์เจริญธรรม

## กองบรรณาธิการ

พัชรา หาญเจริญกิจ

นฤมล พุกกะยิลป์

รัตนารักษ์ กาศโอสถ

กนกวรรณ จันทร์

ชะอ้อน พันธน์

ดาวรัตน์ แท่นรัตน์

กาญจนา เพ็งคำศรี

กัลยา ต้นจระไร

สุวิทย์ยา บุญแสนแผน

ประทีป จินนบดี

พรศรี สุขการคำ

## รูปเล่มและจัดพิมพ์

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ

## วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
- ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางด้านวิชาชีพและวิชาการบรรณารักษศาสตร์

## กำหนดออก

ปีละ 2 เล่ม (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม)

## อัตราค่าสมาชิก

จำหน่ายปลีก ฉบับละ 40 บาท

สมาชิกรายปี ปีละ 80 บาท

ติดต่อได้ที่ นางสาวชะอ้อน พันธน์

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต เมืองเอก ถ.พหลโยธิน

อ.เมือง ปทุมธานี 12000

โทร. 0-2997-2200-30 0-2997 - 2200 ต่อ 3261

โทรสาร 0-2997 - 2200 ต่อ 3273

e-mail : chaon.com@windowsslive.com

วารสารรังสิตสารสนเทศยินดีเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน โดยผู้อ่านทุกท่านสามารถ ส่งบทความได้ที่ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

ข้อความและเนื้อหาที่ปรากฏในวารสารรังสิตสารสนเทศ เป็นความคิดเห็นและทัศนะเฉพาะตัวของผู้เขียน จึงอยู่เหนือความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความของวารสารรังสิตสารสนเทศ

### มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร. ทศนา หาญพล

รองศาสตราจารย์ ดร. ปัทมาพร เย็นบำรุง

รองศาสตราจารย์ ดร. สมพร พุทธาพิทักษ์ผล

รองศาสตราจารย์ ดร. สมทรง พงศ์กุล

### มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รองศาสตราจารย์ ประภาวดี สืบสนธิ์

### มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รองศาสตราจารย์ ดร. น้ำทิพย์ วิภาวิน

### มหาวิทยาลัยรังสิต

ดร. ชุณห์พงศ์ ไทยอุปถัมภ์

ดร. ณกมล จันทร์สม

## ปรัชญา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นแหล่งทรัพยากรเรียนรู้เพื่อไปสู่ความเป็นเลิศ

## ปณิธาน

สำนักหอสมุด มุ่งมั่นให้บริการทางวิชาการ เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพประสิทธิภาพ ทางด้าน การเรียนการสอน และการค้นคว้าวิจัย ด้วยความสะดวกรวดเร็วและจิตสำนึกที่ดี

## พันธกิจ

สำนักหอสมุด มีพันธกิจในการสนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัยการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในมหาวิทยาลัยรังสิต โดยมุ่งเน้นการแสวงหาทรัพยากรสารสนเทศทุกรูปแบบ บริการที่หลากหลาย สนองตอบความต้องการของผู้ใช้ พร้อมส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

# บรรณาธิการ

# EDITOR

ท่านผู้อ่านที่เคารพ วารสารรังสิตสารสนเทศสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2555 ได้รวบรวมสาระทางวิชาการ เริ่มต้นด้วยบทความหลากหลายทรงสนะ ประกอบด้วย Google Scholar ฐานข้อมูลวิจัย เพื่อช่วยเหลือนักวิจัยมือใหม่ โดย ดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ บทความวิจัย จำนวน 3 เรื่อง คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดย โชติวรรณ รอดบาง นิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดย สหรัตน์ สิงห์เดช และ แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดย ธงชัย บุญเกิด และ ดร.จิรัชฌา วิเชียรปัญญา ตามด้วยเที่ยวท่องห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการสาธิตธรรม โดย ปิยะพร เจนกัญจนดิลก และสุดท้ายเป็นรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2554 โดยนฤมล พฤษศิลป์ และรัตนภรณ์ กาศโอสถ

วารสารฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความร่วมมืออย่างดียิ่งของคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันต่างๆ ที่ได้มอบบทความทางวิชาการเพื่อพิมพ์เผยแพร่ครั้งนี้ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต และคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

บรรณาธิการประจำฉบับ

## สารบัญ

Google Scholar ฐานข้อมูลวิจัย เพื่อช่วยเหลือนักวิจัยมือใหม่.....	5
ดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร .....	15
โชติวรรณ รอดบาง	
นิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	26
สหรัตน์ สิงห์เดช	
แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต.....	36
ธงชัย บุญเกิด และ ดร.จิรัชมา วิเชียรปัญญา	
เที่ยวท่องห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม.....	62
ปิยะพร เจนกาญจนคิลก	
รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2554.....	66
นฤมล พุกยศศิลป์ และ รัตนาภรณ์ กาศโอสถ	

# Google Scholar

ฐานข้อมูลวิจัย เพื่อช่วยเหลือนักวิจัยมือใหม่

ดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ\*

หลายครั้งนักวิจัยมือใหม่ นักศึกษาในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก ก็มีปัญหากับการค้นหาแหล่งข้อมูลที่จะสืบค้นหาบทความทางวิชาการ บทความวิจัย หรือแม้กระทั่งฐานข้อมูลวิจัย เพราะหลายฐานข้อมูลงานวิจัยที่มีอยู่นั้น เป็นฐานข้อมูลกระจัดกระจาย และที่สำคัญก็คือ การสืบค้นหาข้อมูลของงานวิจัยผ่านฐานข้อมูลจากต่างประเทศในหลากหลายฐาน จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในราคาที่ค่อนข้างสูง หรือเป็นฐานข้อมูลที่สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดให้ผู้ใช้บริการ จำเป็นต้องบอกรับเป็นสมาชิกเป็นรายปี หรือตลอดชีพ ทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นเป็นอันมาก ในประเทศไทยหลายมหาวิทยาลัยก็ได้มีความร่วมมือ ให้ใช้ฐานข้อมูลเหล่านี้ร่วมกัน โดยมีค่าใช้จ่ายร่วมกัน หรือบางมหาวิทยาลัยก็บอกรับเป็นสมาชิกเอง และการให้บริการสืบค้นฐานข้อมูลเหล่านี้แก่นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย นักศึกษาที่มีความจำเป็นที่จะต้องค้นหาข้อมูลจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่มหาวิทยาลัยบอกรับเป็นสมาชิกรับนั้น จำเป็นต้องใช้อยู่เพียงภายในบริเวณของมหาวิทยาลัยเท่านั้น จึงทำให้ไม่เกิดความสะดวกในการใช้งาน เพราะหลายครั้งนักวิจัยหรือนักศึกษามักจะทำงานวิจัยในเวลาว่างๆ หรือนอกเวลาทำการของมหาวิทยาลัย

## Google Scholar คืออะไร

ผู้อ่านหลายคนคงเคยใช้บริการต่างๆ ของทาง Google มาแล้วบาง อาทิ Google Search Engine ซึ่งสามารถใช้ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูลที่เป็นข้อความแต่เพียงอย่างเดียว หรือรูปภาพแต่เพียงอย่างเดียว Google Map ซึ่งให้บริการแผนที่

\*ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาสาทรธานี มหาวิทยาลัยรังสิต

ในทุกๆ สถานที่ทั่วโลก โดยแผนที่ในแต่ละที่นั้นจะเป็นแผนที่ในระดับท้องถิ่น ทำให้ผู้ใช้รถใช้ถนนสามารถใช้เป็นแผนที่บอกทางได้เป็นอย่างดี หรือแม้กระทั่ง Google Translate หรือที่เรารู้จักกันในนามของ Google แปลภาษา ก็จะช่วยให้คนในหลากหลายมุมโลกสามารถอ่านภาษาต่างๆ ได้ ถึงแม้ว่าคุณภาพอาจจะใช้ได้ไม่เต็ม 100% ก็ตาม แต่ก็ยังสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ Google ก็ยังมีบริการสิ่งต่างๆ ให้แก่นutzer อีกจำนวนมาก ที่อำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน

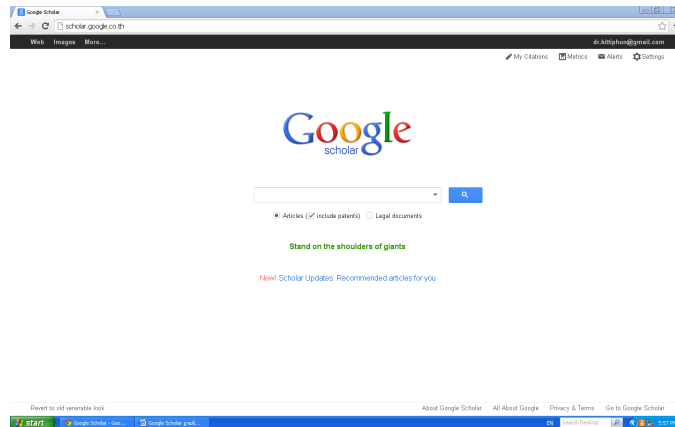
สำหรับ Google Scholar นั้นก็เป็นอีกบริการหนึ่งของ Google ที่จะให้บริการในการสืบค้นงานเขียน และสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความต้องการในการสืบค้นงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นจาก งานวิจัย คุชชินนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือบทความในวารสารวิชาการต่างๆ โดยผู้สืบค้นนั้นสามารถดาวน์โหลดเอกสารต่างๆ เหล่านั้นออกมาได้ อาทิ บทความวิชาการ บทความย่อ วิทยานิพนธ์ ฯลฯ แต่ทั้งนี้ระบบฐานข้อมูลของ Google Scholar ก็ยังมีข้อบกพร่องอยู่อีกมากมาย เพราะระบบถูกสอนให้รู้จักเพียงแต่การสืบค้นข้อมูลงานวิจัยจากสถาบันการศึกษาเท่านั้น หากงานวิจัย บทความวิจัย หรือบทความวิชาการ ถูกตีพิมพ์อยู่ในเว็บไซต์ที่ไม่ใช่ของมหาวิทยาลัย ระบบ Google Scholar จะไม่ได้ถูกนำมารวบรวมไว้ ซึ่งทำให้งานวิจัยอีกจำนวนมากที่มีบรรจุไว้ในเว็บไซต์อื่นๆ นั้นไม่ถูกนำมารวมในการสืบค้นของ Google Scholar ด้วย

### คุณลักษณะของ Google Scholar

Google Scholar เป็นการรวบรวมเอกสารทางวิชาการต่างๆ ไว้ในที่จุดๆเดียว ทำให้ง่ายต่อการสืบค้น และผู้สืบค้นจะได้รับข้อมูลต่างๆ ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ นอกจากนี้ Google Scholar ยังคงจัดอันดับ Impact Factor หรืองานวิจัยที่ได้รับการยอมรับเอาไว้ด้วย ทำให้ผู้วิจัยเองก็ได้ทราบว่างานวิจัยของตนเองนั้น ได้รับการยอมรับในสังคมหรือแวดวงวิชาการมากน้อยขนาดไหน แต่ระบบของ Google Scholar ก็ยังมีข้อบกพร่อง คือไม่สามารถสืบค้นไปยังเว็บไซต์อื่นๆ นอกจากสถาบันการศึกษาได้ เช่น หากมีการบรรจุบทความวิชาการ หรือบทความวิจัย ในรูปแบบของ E-Journal ในเว็บไซต์อื่นๆ ที่เป็นเว็บไซต์เฉพาะเจาะจงของวารสารทางวิชาการนั้น แต่ไม่ได้บรรจุไว้ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจำเป็นที่จะต้องลงท้ายด้วย .edu (หากเป็นสถาบันการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา) หรือ .ac.th (หากเป็นสถาบันการศึกษาที่อยู่ในประเทศไทย) ก็จะสามารถสืบหาบทความเหล่านั้นใน Google Scholar ได้

## Google Scholar

นักวิจัยไทยที่สนใจจะใช้ Google Scholar สามารถสืบค้นข้อมูลทางวิชาการต่างๆ ได้โดยสามารถเข้าถึง URL ได้ที่ <http://scholar.google.co.th> ก็จะเข้าถึงหน้าจอหลักของ Google Scholar ดังภาพ 1



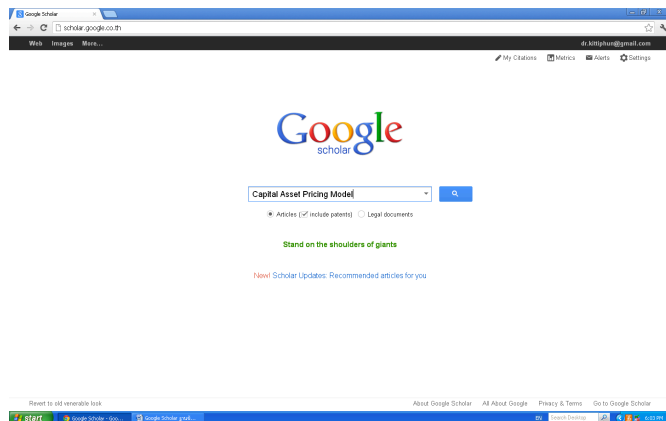
ภาพ 1 ภาพหน้าจอของ Google Scholar

จากภาพหน้าจอของ Google Scholar จะสังเกตเห็นข้อความที่ระบุว่า “Stand on the shoulder of giants” หรือมีความหมายว่า “ยืนบนไหล่ยักษ์” ซึ่งหมายความว่า Google Scholar นี้เวลาที่มีการสืบค้นก็จะมองจากมุมมองที่สูง ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่มี และใช้ Google ปกติ ซึ่งเปรียบเสมือนยักษ์ เป็นฐานข้อมูล ทำให้ได้รับข้อมูลต่างๆ ได้ครบถ้วน ตามข้อกำหนดที่ Google Scholar ได้กำหนดไว้

## วิธีการใช้งาน Google Scholar

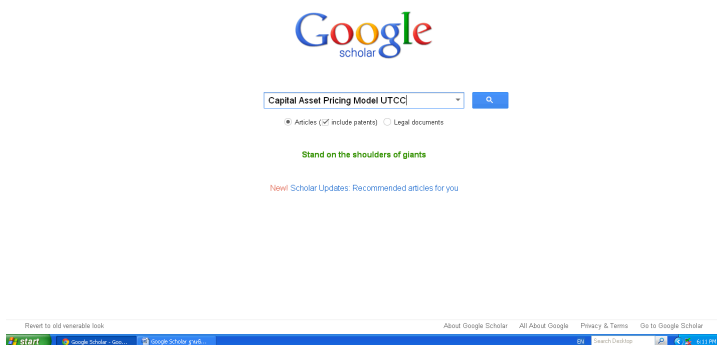
การเริ่มต้นใช้งานนั้น เหมือนกับการใช้งาน Google ปกติ คือ นักวิจัย จะต้องป้อนคำที่ต้องการหาลงในช่องว่าง เช่น ผู้วิจัยต้องการที่จะสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง “Capital Asset Pricing Model” ผู้วิจัยก็จะป้อนคำ วลี หรือประโยค ดังกล่าว เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลเข้าไป ดังภาพ 2





ภาพ 2 การป้อนคำค้นหา

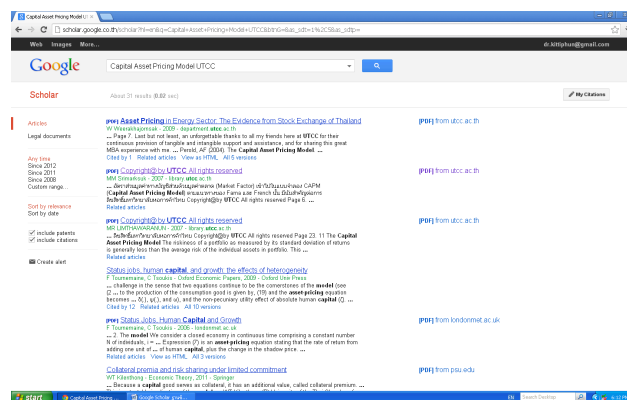
หากผู้วิจัยทราบว่าจะงานวิจัยนี้มีอยู่ในมหาวิทยาลัยใด ก็สามารถระบุชื่อของมหาวิทยาลัยได้ในการสืบค้น เช่น งานวิจัยเรื่อง Capital Asset Pricing Model ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เข้ารับการศึกษามาจาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ก็สามารถใส่คำสืบค้นว่า “Capital Asset Pricing Model UTCC” ได้ทันที ดังภาพ 3



ภาพ 3 การป้อนคำค้นหา แบบเฉพาะเจาะจง

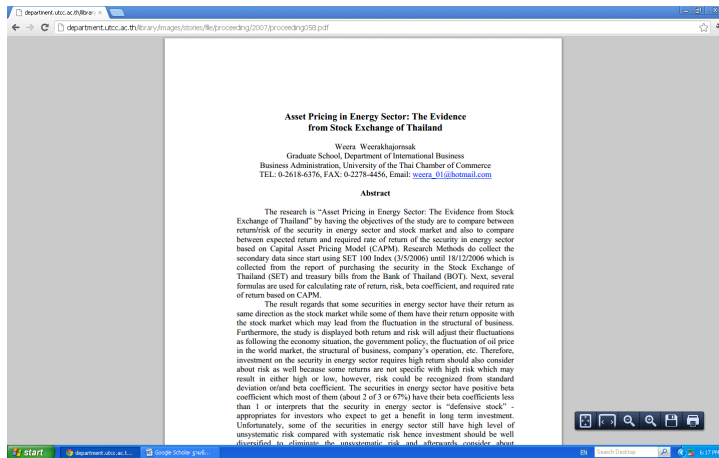
ผลลัพธ์ที่ได้ดังภาพ 4 จะเป็นรายการของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด และในคอลัมน์สุดท้ายทางด้านขวา จะแสดงถึงที่มาของแหล่งข้อมูล หรือแหล่งข้อมูลนี้ถูกจัดเก็บ

อยู่ที่ใด มีลักษณะของการจัดเก็บอย่างไร เช่น [PDF] from:utcc.ac.th ทำให้ผู้สืบค้นทราบ ว่า สิ่งที่ค้นพบนั้นเป็นไฟล์แบบ PDF ซึ่งสามารถสั่งพิมพ์ได้ในอนาคต และข้อมูลนี้เป็นของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งผู้สืบค้นอาจดาวน์โหลดผ่านทางเว็บ หรือจะไปดูเล่มงานวิจัยฉบับจริงได้ที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งในขณะนี้หลายมหาวิทยาลัยในประเทศไทยไม่ได้นำผลงานวิจัยของอาจารย์และนักศึกษา อาทิ งานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ มาลงไว้ในฐานข้อมูลกลางของมหาวิทยาลัย ทำให้การสืบค้นผ่าน Google Scholar นั้นจะไม่พบงานวิจัยของหลายมหาวิทยาลัย ซึ่งงานวิจัยของประเทศไทยนั้นควรที่มีมากกว่านี้ ในอนาคตหลายมหาวิทยาลัยอาจจะต้องปรับตนเองให้เข้ากับระบบที่มี คือ ต้องสร้างฐานข้อมูลวิจัย ซึ่งรวบรวมงานวิจัยต่างๆ ที่อาจารย์และนักศึกษาคิดค้นขึ้น มานำเสนอในฐานข้อมูลกลาง และมหาวิทยาลัยควรรวบรวมวารสารต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยตีพิมพ์ เข้าไว้ในจุดเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการค้นหา และง่ายต่อการสืบค้นจาก Google Scholar อีกด้วย

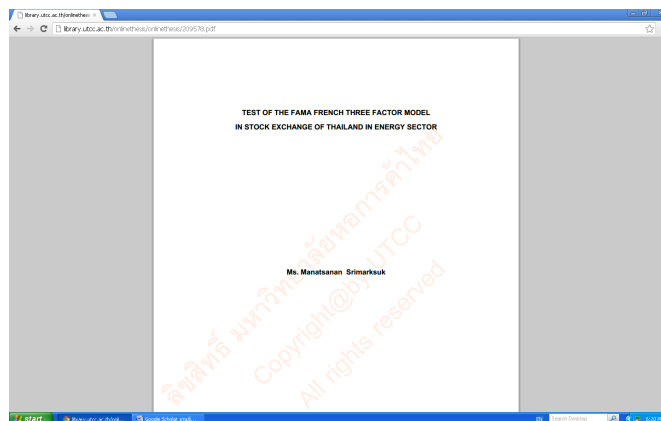


ภาพ 4 ผลลัพธ์การค้นหาข้อมูล

ซึ่งเมื่อเลือก link ที่ปรากฏแล้ว จะปรากฏงานวิจัย ดังภาพ 5 และ 6 ซึ่งอาจเป็นงานวิจัยที่มีในรูปแบบของบทความดังภาพ 5 หรืออาจเป็นวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ฉบับเต็มดังภาพ 6 ก็ได้



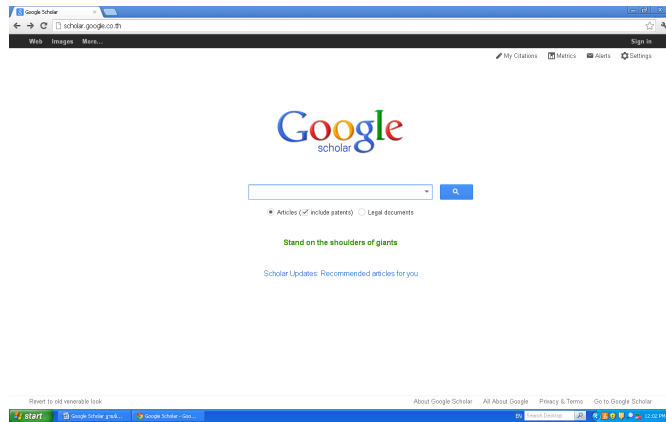
ภาพ 5 ผลลัพธ์ของงานวิจัยที่ค้นหา (บทความ)



ภาพ 6 ผลลัพธ์ของงานวิจัยที่ค้นหา (วิทยานิพนธ์)

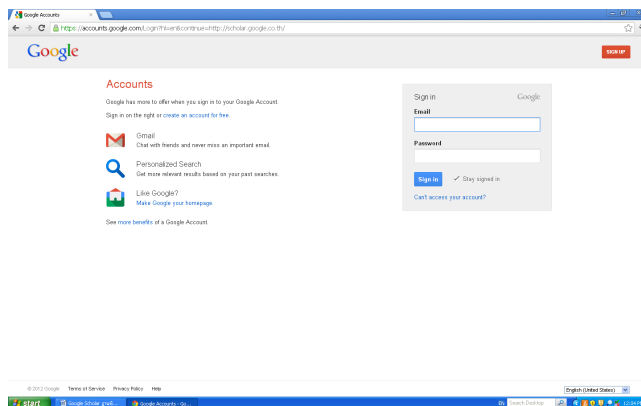
## การสมัครเป็นสมาชิก Google Scholar

สำหรับผู้เริ่มใช้งาน Google Scholar นั้น สามารถสมัครสมาชิกได้โดย เลือก Sign In ในหน้าแรกของ Google Scholar มุมขวาด้านบน ดังภาพ 7

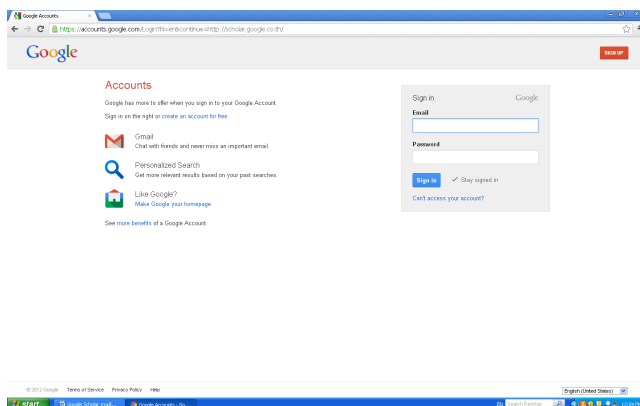


ภาพ 7 หน้าแรกของ Google Scholar

เมื่อเข้าสู่หน้าลงทะเบียน (ภาพ 8) ผู้ใช้งานสามารถใช้บัญชีของ Gmail (Google) ลงทะเบียนเข้าใช้งานได้ แต่หากผู้ใช้งานไม่มีบัญชีของ Gmail (Google) ผู้ใช้งานสามารถเลือก Sign Up ได้ ดังภาพ 9 โดยผู้ใช้งานสามารถกรอกข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นในการสมัครเข้าใช้งานได้

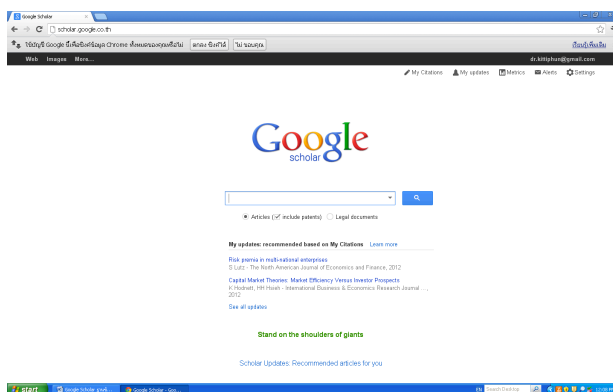


ภาพ 8 หน้าลงทะเบียนของ Google Scholar



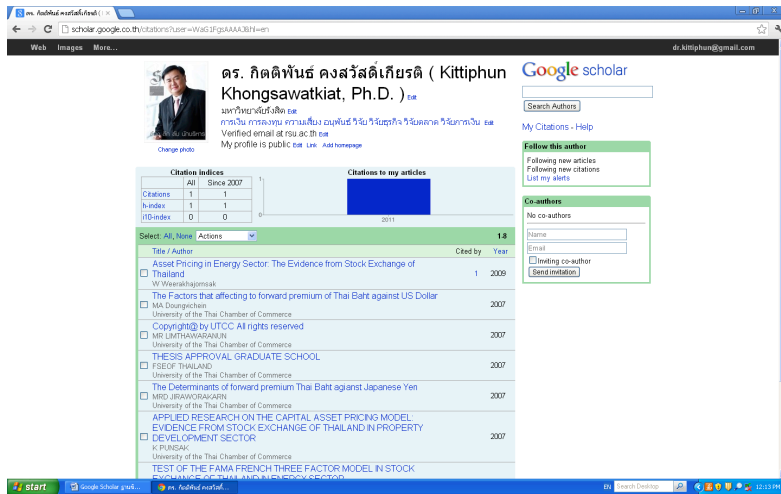
ภาพ 9 หน้า Sign Up

เมื่อลงทะเบียนเข้าใช้งานเรียบร้อยแล้ว ผู้ใช้งานจะสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ใน Google Scholar ได้อย่างเต็มที่ และในมุมมองบนจะปรากฏ E-mail ของผู้ใช้งาน เพื่อแสดงให้เห็นทราบว่าขณะนี้กำลังใช้งานอยู่ในสถานะใด ดังภาพ 10



ภาพ 10 หน้าแสดงการค้นหาข้อมูล

แต่หากผู้ใช้งานเลือก My Citation ในหน้าแสดงการค้นหาข้อมูล ดังภาพ 10 Google Scholar จะปรากฏหน้าที่แสดงผลงานวิจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้งานเคยตีพิมพ์อยู่ในระบบ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิชาการ บทความวิจัย หรืองานวิทยานิพนธ์ต่างๆ ทั้งนี้ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้จะต้องมีการบันทึกอยู่ในระบบของมหาวิทยาลัยต่างๆ เท่านั้น โดยระบบของ Google Scholar จะทำการค้นหาจากฐานข้อมูล Web Site ที่ทาง Google Scholar กำหนดเท่านั้น ดังภาพ 11



ภาพ 11 แสดงผลลัพธ์ของ My Citation

ระบบจะทำให้ผู้ใช้งานทราบว่า ผลงานของผู้ใช้งานนั้นได้มีงานใดได้รับการตีพิมพ์ในที่ใดบ้าง และได้รับการอ้างอิงต่อไปยังงานวิจัยอื่นๆ ที่ใดบ้าง และจำนวนกี่ครั้ง จะทำให้ผู้ใช้งานได้ทราบถึงสถิติข้อมูลว่า งานของตนเองนั้นได้รับการยอมรับในวงการวิชาการเพียงใด

## บทสรุป

มหาวิทยาลัยต่างๆ จึงควรให้ความสำคัญแก่ Google Scholar ซึ่งอาจเริ่มต้นง่าย ๆ ในงานของห้องสมุด ที่จะนำเอาผลงานทางวิชาการต่างๆ เช่น วิทยานิพนธ์ หรือคณาจารย์ของนักศึกษามาใส่ในฐานข้อมูลของห้องสมุดเอง รวมทั้งวารสารต่างๆ ที่จัดพิมพ์โดยหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย มาใส่ไว้ในระบบ โดยต้องศึกษาถึงการเชื่อมต่อข้อมูลจากห้องสมุดให้ปรากฏในฐานข้อมูลของ Google Scholar เพราะ Google Scholar จะเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับอย่างเป็นวงกว้างในวงการวิชาการในอนาคต

## บรรณานุกรม

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ.การจัดการความเสี่ยงและตราสารอนุพันธ์เบื้องต้น.กรุงเทพ :

เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า,2551

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ ดร.เอกชัย อภิศักดิ์กุล และจตุพร เลิศล้ำ.การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพ : เพียร์สัน

เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า,2551

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ ดร.ไกรจิต สุตะเมือง ดร.เฉลิมพร เข็นเยือก และ อ.เรวดี อันนันนั.ระเบียบวิธี

วิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า,2552

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ ประเสริฐ เพชรชื่นสกุล ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี และดร.รังสรรค์ สุกันทา.

น่านน้ำแห่งความรัก (Principles of Love Ocean).กรุงเทพ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

อินโดไชน่า,2553

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และพัฒนะ มรกตสินธุ์. ล้วงลึกเรื่องลับ ที่นักบริหารต้องรู้. กรุงเทพ :

อนิเมทกรุ๊ป,2553

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และพัฒนะ มรกตสินธุ์.ลงทุนเป็น เห็นความสำเร็จ. กรุงเทพ : แมคกรอฮิว,2553

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และพัฒนะ มรกตสินธุ์. The Flood เมื่อกองกำลังน้ำ ของกระซิบพื้นที่.กรุงเทพ :

แมคกรอฮิว,2555

Cooper,Donald R. and Schindler, S. Pamela. การวิจัยการตลาด. แปลและเรียบเรียงโดย

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและเอกชัย อภิศักดิ์กุล.กรุงเทพ : แมคกรอฮิว,2555

S.Ross, R. Westerfield และ B.Jordan. การจัดการการเงินธุรกิจ.แปลและเรียบเรียงโดย

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและพูนศักดิ์ แสงสันต์.กรุงเทพ : แมคกรอฮิว,2555

นอกจากนี้ยังมีบทความอีกเกือบร้อยบทความ ดูรายละเอียดได้จาก

<http://www.gotoknow.org/posts/408823>

เว็บไซต์ ภูเก็ตสกอาร์.[ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.scholar.google.co.th>

ผลงานการเขียนหนังสือของ ดร.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ

## ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือ นำเข้าของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร

โชติวรรณ รอดบาง\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด และแนวทางในการบริการได้อย่างเหมาะสม ใช้วิธีการศึกษาจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการใช้วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานแบบการวิเคราะห์ t-test, F-test และ Cross-tabulation โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.2 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ทุกด้านในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ, สภาพภาพ, รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของกลุ่มตัวอย่าง

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต



## Abstract

This independent research on “Factors Affecting Buying Decisions on Import Books of Population in Bangkok Metropolis” aims to study marketing mix and other factors influencing buying decisions on import books of population in Bangkok Metropolis. The study results will be applied in setting marketing plans and service guidelines properly. In this study, 400 samples were selected. The descriptive statistics for data analysis were percentage, mean and standard deviation, and the inferential statistics were T-test, F-test and cross-tabulation at the significant level of 0.05.

It was found from the research that most samples were female (57.2%), ages between 20-30 years, single, working as officers of private companies, and graduated with bachelor degree. Their monthly salaries were between 10,000 – 25,000 bath. They paid attention to the marketing mix factors and others at the high level. From the hypothesis testing, different personal factors i.e. occupation, status, salary influenced buying decisions at the different levels. The marketing mix factors and others has the relationships with buying decisions of the samples.

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันความรู้ใหม่ๆ ได้เกิดขึ้นบนโลกทุกวัน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านก็เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ได้ทำให้โลกใบนี้แคบลง ด้วยการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว และความรู้ต่างๆ ก็กระจายตัวออกไปในวงกว้าง การศึกษาหรือค้นคว้าในเรื่องใดในปัจจุบัน สามารถทำได้โดยง่าย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือผ่านทางตัวหนังสือ ตำราวิชาการต่างๆ ที่ความรู้ในแขนงต่างๆ ความรู้ใหม่ๆ ให้เรียนรู้ได้ตลอดเวลา ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย ที่ได้เปลี่ยนแปลงโลกให้ไม่หยุดนิ่ง ทำให้สังคมปัจจุบันเป็นสังคม

ของการแข่งขัน ที่ทุกคนต้องพยายามปรับตัว และพัฒนาศักยภาพของตัวเองในทุกด้านอยู่ตลอดเวลา เพื่อก้าวไปให้เหนือคู่แข่ง การอ่านจึงเป็นจุดเริ่มต้น และเป็นกลไกสำคัญที่จะพัฒนาตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

## พฤติกรรมกรรมการอ่านในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2551 พบว่า อัตราการอ่านหนังสือในปี พ.ศ. 2551 ลดลงจากปี 2548 เล็กน้อย โดยกลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาอ่านหนังสือนอกเวลาเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด และจากการสำรวจตัวเลขของการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสือที่มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเทียบกับรายได้ต่อคน ยังอยู่ในอัตราที่ต่ำมาก อาจกล่าวได้ว่าคนไทยยังไม่ให้ความสำคัญกับการอ่าน และการหาความรู้เพิ่มเติมนัก (อ้างอิง: เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2551 และแนวโน้มปี 2552 โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย)

เนื่องจากภาครัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น และมีนโยบายให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้ทันต่อการพัฒนาของโลก สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยและแรงกระตุ้นที่ทำให้ธุรกิจหนังสือ เป็นธุรกิจที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ

สำหรับอัตราส่วนความสนใจของหนังสือนำเข้าหรือหนังสือต่างประเทศของคนไทยต่อหนังสือที่อยู่ในตลาดหนังสือปัจจุบันนั้น ยังจำกัดอยู่ในคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากเรื่องของความเข้าใจในภาษา และราคาจำหน่ายที่สูงกว่าหนังสือภาษาไทย ทำให้หนังสือภาษาต่างประเทศไม่ได้แพร่หลายสำหรับกลุ่มคนทั่วไป ซึ่งกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาเล่าเรียน กลุ่มคนทำงานที่มีการศึกษาดี หรือกลุ่มคนที่มีฐานะ

## ตลาดหนังสือนำเข้าในปัจจุบัน

จากการสำรวจพบว่า หนังสือนำเข้าหรือหนังสือภาษาต่างประเทศที่วางจำหน่ายในตลาดหนังสือปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ รองลงมาเป็น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาอื่นๆ โดยแบ่งตลาดของหนังสือออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มหนังสือใหม่ และกลุ่มหนังสือ

มือสอง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มหนังสือใหม่ หรือหนังสือมือหนึ่ง วางจำหน่ายในร้านขายหนังสือทั่วไป ตั้งแต่ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีหลายสาขา
2. กลุ่มหนังสือมือสอง หรือหนังสือเก่า มีที่มาจากหลายแหล่งทั้งเป็นการซื้อต่อจากคนต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวหรือมาอาศัยอยู่ในประเทศไทย ซื้อจากแหล่งหนังสือมือสองจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา และอังกฤษ เป็นต้น ซึ่งหนังสือต่างประเทศมือสองจะมีความหลากหลายของประเภทและหมวดหมู่ของหนังสือมาก รวมไปถึงมีภาษาที่หลากหลายด้วยเช่นกัน เช่น ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น เกาหลี หรือแม้แต่ภาษาแปลกๆ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก อย่างภาษาฮิบรู เอสปันอล เป็นต้น ซึ่งราคาขายของหนังสือมือสอง จะมีราคาต่ำกว่าหนังสือใหม่ประมาณหนึ่งเท่าตัว

### ความสำคัญของการวิจัย

หนังสือเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญในการศึกษา ค้นคว้าในทุกๆ ด้าน และที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ ฯ ของประเทศ เพราะโลกในยุคปัจจุบันเป็นโลกที่มีการแข่งขันสูง และมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเปิดรับข้อมูล หรือความรู้ใหม่ ๆ ช่วยทำให้เราสามารถก้าวไปได้ทันประเทศอื่นๆ การศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าจากต่างประเทศ จึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการตลาดของหนังสือประเภทนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมในอนาคตได้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้า ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยอื่นๆ ที่ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ, ภาพลักษณ์ และค่านิยมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่รู้จัก หรือเคยซื้อหนังสือนำเข้า ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ จำนวนผู้ที่เคยซื้อหนังสือนำเข้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก โดยแจกแบบสอบถามโดยการคำนึงถึงความรู้จักในตัวผลิตภัณฑ์ที่จะทำการวิจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนด ขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ของ โดยคำนวณได้จากสมการ ของ Yamane (1967)

กล่าวคือ ในการวิจัยครั้งนี้ ต้องใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อยประมาณ 399 ตัวอย่าง จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 399 ตัวอย่าง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.927

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปที่รู้จัก หรือเคยซื้อหนังสือนำเข้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด

6. วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) การทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบตารางไขว้ (Cross-tabulation)

## ผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.2 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 49.0 สถานภาพโสด ร้อยละ 70.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 91.2 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73.9 รายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 43.3

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านมีหนังสือให้เลือกหลากหลายประเภท ด้านรูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม ด้านหนังสือเฉพาะ หนังสือหายาก ด้านการใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และด้านการใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเหมาะสมกับคุณภาพเนื้อหาภายใน ด้านความเหมาะสมกับวัสดุรูปเล่มภายนอก ด้านความเหมาะสมกับการให้บริการของผู้จำหน่าย ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ และด้านการช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าวิธีอื่น มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีการเดินทางสะดวก ด้านหาซื้อได้ง่าย มีหลายสาขา ด้านการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และมีระเบียบ ด้านการสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ และด้านพนักงานประจำร้านมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ด้านการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ ด้านการบริการห่อปก / แจกของชำร่วย และด้านการออกบัตรตามงานต่างๆ เป็นประจำ ด้านการรับประกันสินค้า มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยปัจจัยอื่นๆ 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านค้า ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสำนักพิมพ์ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้แต่ง ด้านรูปลักษณ์ภายนอกมีผลต่อความน่าเชื่อถือ และด้านเจ้าหน้าที่ภายในร้านมีผลต่อความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาคุณภาพมากกว่าหนังสือที่ในประเทศ ด้านมีรูปเล่มภายนอกที่มีคุณภาพมากกว่าหนังสือในประเทศ ด้านสีสันและรูปแบบมีความสวยงาม ด้านใช้วัสดุที่ทนอมสลายตา และไม่เป็นพิษต่อร่างกาย และด้านช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านค่านิยม พบว่า มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านซื้อเพื่อสะสม ด้านแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ด้านซื้อตามคำแนะนำของกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน และด้านซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ด้านได้รับการยอมรับในสังคม มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน	ค่านัยสำคัญ	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	0.12		/
อายุ	0.28		/
รายได้	0.23		/
สถานภาพ	0.26		/
อาชีพ	0.21		/
การศึกษา	0.12		/
ด้านผลิตภัณฑ์	0.00	/	
ด้านราคา	0.00	/	
ด้านช่องทางการจำหน่าย	0.00	/	
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.00	/	
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.00	/	
ด้านภาพลักษณ์	0.00	/	
ด้านค่านิยม	0.00	/	

## ข้อเสนอแนะ

จากผลของการศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะของปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจ และสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้สินค้ามีหลากหลายหมวดหมู่ หนังสือมีรูปลักษณะภายนอกที่สวยงามแปลกตา การหาหนังสือเฉพาะด้าน หรือหนังสือหายากที่ไม่ได้วางจำหน่ายโดยทั่วไป หนังสือนั้นต้องใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ในด้านราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพเนื้อหาภายในเล่ม คุณภาพของวัสดุรูปเล่มภายนอก การให้บริการของผู้จำหน่าย และราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจในด้านราคา เนื่องจากหนังสือเป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ของคนทุกเพศ ทุกวัย การตั้งราคาที่เหมาะสมกับตัวสินค้าและการให้บริการ จะช่วย

ให้เพิ่มอำนาจซื้อให้กับกลุ่มคนที่สนใจ และสามารถทำให้ความรู้แขนงต่างๆ ขยายตัวออกไปสู่ประชากรได้เป็นวงกว้าง

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ในระดับมาก ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายที่อยู่ในศูนย์การค้าหรือแหล่งชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวก มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา เพิ่มช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมของคนในปัจจุบัน ที่นิยมอยู่บ้านมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือทางการตลาดเป็นตัวช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น และการมีพนักงานประจำร้านค้าที่มีความรู้ในการตอบข้อซักถามได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ในด้านการมีส่วนลดพิเศษ การจัดโปรโมชั่น และบริการพิเศษต่างๆ ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสนใจกับการจัดการส่งเสริมทางการตลาดในช่วงเทศกาลต่างๆ และเมื่อมีการซื้อสินค้าก็ควรมีของชำร่วยที่ใช้คู่กับตัวสินค้า เช่น ที่คั่นหน้าหนังสือ เป็นของที่ระลึกให้ลูกค้า หรือบริการพิเศษ เช่น ห่อปกหนังสือ เป็นต้น

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในระดับมาก ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรรักษาระดับความน่าเชื่อถือในด้านต่างๆ คือ ด้านร้านค้า สำนักพิมพ์ ผู้แต่ง รวมถึงรูปลักษณ์ภายนอกของหนังสือ และเจ้าหน้าที่ภายในร้าน โดยให้ความสนใจกับชื่อเสียงของผู้แต่งหนังสือที่จำหน่าย เนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ในระดับมาก ในด้านเนื้อหา รูปลักษณ์ภายนอกมีความสวยงามมากกว่าหนังสือภายในประเทศ การใช้วัสดุที่ไม่เป็นพิษต่อร่างกาย รวมทั้งไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากเห็นว่ามีความดีกว่าหนังสือในประเทศ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรรักษาภาพลักษณ์ที่ดีไว้

ปัจจัยด้านค่านิยม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่านิยมในระดับมาก ด้านการซื้อเพื่อสะสม การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ และการซื้อตามอิทธิพลกลุ่ม ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรสนใจในแสวงหาหนังสือที่เป็นความรู้ศาสตร์ใหม่ๆ เพื่อนำมาตอบสนองกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากจะทำให้ได้เปรียบหนังสือที่ไม่มีการพิมพ์ในประเทศ



## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือนำเข้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ทุกด้านในระดับมาก ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ที่มีหนังสือให้เลือกหลากหลาย มีรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม หนังสือเฉพาะด้าน การใช้วัสดุที่มีคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย ด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพเนื้อหาภายใน วัสดุรูปเล่มภายนอก การใช้บริการของผู้จำหน่าย ด้านช่องทางการจำหน่าย ที่อยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางสะดวก หาซื้อได้ง่ายมีหลายสาขา การจัดวางสินค้าอย่างมีระเบียบ เป็นหมวดหมู่ สามารถสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ มีพนักงานประจำร้านที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล การบริการพิเศษอื่นๆ ด้านความน่าเชื่อถือ ร้านค้า สำนักพิมพ์ ผู้แต่ง มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ ด้านภาพลักษณ์ เนื้อหาและคุณภาพภายในหนังสือมีคุณภาพมากกว่าหนังสือทั่วไป มีรูปเล่มสวยงาม วัสดุที่ไม่เป็นพิษต่อร่างกาย และสิ่งแวดล้อม ส่วนการตัดสินใจเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพิจารณาเลือกซื้อโดยคำนึงถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ส่วนความน่าเชื่อถือจะมีผลในอันดับรองลงมา นอกจากนี้ยังคำนึงถึงการส่งเสริมทางการตลาดอีกด้วย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ในทุกด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อนั้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความต้องการและการรับรู้ และส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งต้องมีการดำเนินการควบคู่กันไป จึงต้องมีการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สามารถจูงใจ และได้รับการยอมรับของผู้บริโภค นำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อได้

การวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม ควรให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อให้การดำเนินการทางการตลาดมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

## บรรณานุกรม

นัศราพร เสมอใจ. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2550.

ชาญศิลป์ เทพพิทักษ์. “ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านขายหนังสือที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก.” **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร**. 7,2 (ก.ค.-ธ.ค. 2542) หน้า 115-127.

ชมรมเพื่อนพิมพ์, **ความหมายและประวัติการพิมพ์**. [ออนไลน์]แหล่งที่มา: <http://www.printingpeople.org>. (กันยายน 2552)

น้ำฟ้า เรืองสกุล. “วงการหนังสือปี 2551 ยังดีอยู่และยืมนได้”. **วารสารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจหนังสือไทย**สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. 7 (พฤศจิกายน - ธันวาคม 2551) : 13-16.

โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย. **หนังสือ (book)**. [ออนไลน์]แหล่งที่มา: <http://www.montfort.ac.th>. (กุมภาพันธ์ 2552)

วิชาการ.คอม. **ประวัติความเป็นมาของหนังสือ**. [ออนไลน์]แหล่งที่มา: <http://www.vcharkarn.com>. (กุมภาพันธ์ 2552)

สุกร เสรีรัตน์. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส, 2545.

ศิวารัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล, และปริชญ์ ลัทธิตานนท์. **พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ยูเรก้า, 2550.

สุกัญญา วัฒนเขาวนพิสุทธิ์. **ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านขายหนังสือ (Book Store) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับนักบริหาร, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551.

สุพร จารุเศรษฐการ. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยสำหรับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2547.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. **ข้อมูลสถิติในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 13 ระหว่างวันที่ 11– 23 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์**.

[ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.pubat.or.th>. (พฤศจิกายน 2551)

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. **เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2551 และแนวโน้มปี 2552 โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.pubat.or.th>. (พฤศจิกายน 2551)

# นิตยสารท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร EFFECTS OF TOURISM MAGAZINES ON THE CHOICES OF ECO-TOURISM PLACES OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS

สหรัตน์ สิงห์เดช\*

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของประชาชนที่เปิดรับนิตยสารท่องเที่ยว (2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของนิตยสารท่องเที่ยวได้แก่ เนื้อหา ภาพประกอบ โฆษณา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างวิธีจับสลาก เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 เขต ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุดและรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติ t-test และวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ศาสนา การศึกษา และรายได้ การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในด้านเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสาร ประชากรที่ชอบเนื้อหาเรื่องความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเรื่องเทคนิคเล็กๆ น้อยๆ ในการท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในภาพประกอบที่สนใจในนิตยสาร โดยประชากรที่ชอบเรื่องความน่าสนใจของภาพประกอบ มีระดับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่ชอบภาพ

\*นักศึกษานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประกอบเรื่องอื่น ๆ การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในความกลมกลืนของการใช้ภาพตลอดทั้งเล่ม โดยประชากรที่ชอบเรื่องความสอดคล้อง มีระดับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่ชอบเรื่องคุณภาพนิตยสาร การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในภาพถ่ายโฆษณาของบริษัทนำเที่ยว โดยประชากรที่ชอบภาพถ่ายโฆษณาของบริษัทนำเที่ยวเรื่องความแปลกใหม่ มีระดับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่ชอบภาพถ่ายโฆษณาของบริษัทนำเที่ยวเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพ

**คำสำคัญ :** นิตยสาร ท่องเที่ยว นิตยสารท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยว

## ABSTRACT

The purpose of this research 1) To study the population type of traveling magazine consumers. 2) To study the components of traveling magazine namely content, illustration, advertising which are affected to the decision making for choosing tourist attractions. The researcher used multi-stage sampling by lot from 6 district samples, in which four hundreds of questionnaires were used as data tool. All data were analyzed with statistics methods, t-test and one way ANOVA and hypothesis testing was done by t-test with software.

The research results found that The decision making of Bangkok people did not depend on gentle, age, status, occupation, religion, education and income. They have the different decision making from the appearance content in magazine. People who do favor on the information detail of tourist places have decision making level higher than traveling techniques. Moreover, the difference of their making decision is the interested attractive illustration in magazines. In which those who favor attractive illustration in magazines have decision making level higher than the others. The harmonious illustrations of magazines have influence to the decision making of Bangkok people for those who appreciate on the correspondence decision making level higher than those who appreciate on the quality of

magazines. The decision levels of Bangkok people are still different in the aspect of the advertising pictures of travel companies'. The consumers who emphasizes on new and unique experience from the advertising have decision making level higher than the consumers who interested in the composition of the advertising pictures.

KEYWORDS: Travel, Traveling ,Traveling Magazine, Travel Magazine, Bangkok people

## บทนำ

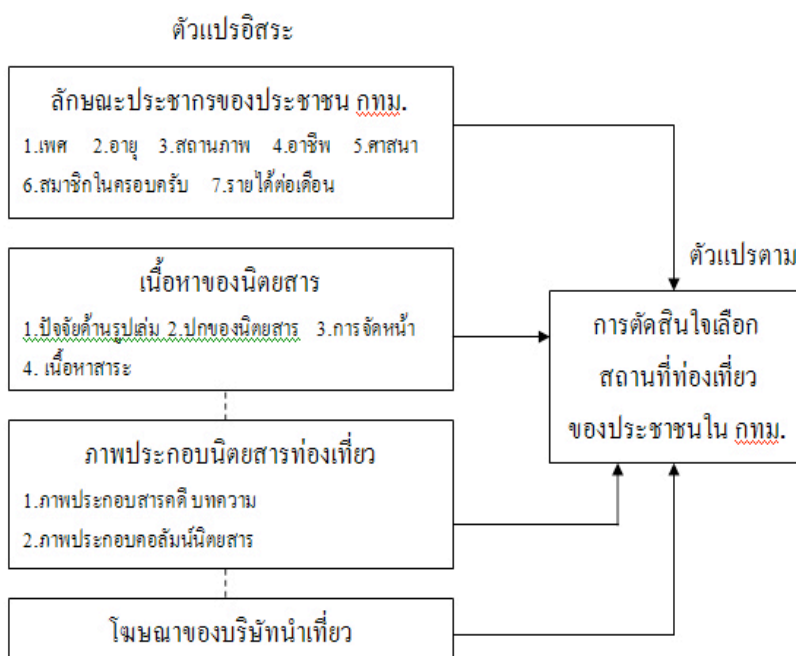
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศและก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนเป็นจำนวนหลายแสนล้านบาทต่อปี เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อมวลชนซึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วารสาร จุลสาร เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวซึ่งการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อที่แตกต่างกันทำให้ผลที่ได้รับแตกต่างกันออกไปด้วยตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความแตกต่าง โดยหนังสือพิมพ์มุ่งเน้นไปที่การนำเสนอข่าว ซึ่งต้องมีคุณสมบัติของความสดใหม่ ทันสมัย แปลก เด่น ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ดังนั้น การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อ สามารถตีพิมพ์ได้เพียงภาพ และบทความเพียงสั้น ๆ รวบรวมทั้งให้รายละเอียดเพียงคร่าว ๆ ได้เท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับนิตยสารที่ประกอบด้วยข้อเขียนหลายประเภท เช่น นวนิยาย สารคดี คำประพันธ์ บทความ ภาพ โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นนิตยสารที่มุ่งกลุ่มผู้อ่านทั่วไป จะมีการนำเสนอเนื้อหาโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ การจัดรูปเล่มและการใช้ภาษา มีความพิถีพิถันมากกว่าเนื่องจากเวลาอันยาวให้ (วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม, 2540 : 342-345)

คุณสมบัติพิเศษของนิตยสารทำให้นิตยสารมีผลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของผู้อ่านไม่น้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น นิตยสารเป็นสื่อที่มีความสำคัญและได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยภายในนิตยสารมีสิ่งที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน ได้แก่ คอลัมน์ บทความ ภาพประกอบ หรือแม้กระทั่งการจัดรูปเล่มที่น่าสนใจ สี สัน รวมไปถึงการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือ ส่วนประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกอ่านนิตยสาร ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการ

ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น พบว่า นิตยสารได้รับความสนใจ และมีบทบาทสำคัญในลำดับต้น ๆ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาบทบาทและความสำคัญของนิตยสารว่า มีบทบาทและความสำคัญอย่างไรต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อีกทั้งศึกษานิตยสารท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้

## กรอบแนวคิดและทฤษฎี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า การนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยแยกเป็นหัวข้อต่อเนื่องกันไป ดังนี้

- (1) ความรู้เกี่ยวกับนิตยสาร (2) นิตยสารท่องเที่ยว (3) เนื้อหา องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า และขนาดของนิตยสาร (4) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (5) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดธุรกิจนำเที่ยว (6) ทฤษฎีเน้นที่ตัวสาร (7) ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (8) ทฤษฎีใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (9) ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (10) ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (11) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของประชาชนที่เปิดรับนิตยสารท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของนิตยสารท่องเที่ยวด้านเนื้อหา ภาพประกอบโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

## วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาเรื่อง นิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญของนิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะศึกษาตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปร ด้านองค์ประกอบของนิตยสารท่องเที่ยว ได้แก่ องค์ประกอบของนิตยสาร ข้อมูลจากการอ่านบทความเนื้อหา ข้อมูลด้านภาพประกอบ และองค์ประกอบหน้าโฆณารายการบริษัทนาเที่ยวที่ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ รูปแบบและวิธีการดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง ตัวแปรในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลกรรมวิธีทางข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวในลำดับต่อไป

## สรุปผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ประชาชนกรุงเทพมหานคร ประกอบ ด้วยเพศหญิงจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 โดยมีอายุ 25-35 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีสถานภาพโสดจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 ส่วนใหญ่อาศัยพนักเรียนและนักศึกษาจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 93.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รายได้ 10,000 บาทขึ้นไปจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี มีอายุ 25-35 ปี มีสถานภาพโสด นักเรียนและนักศึกษา ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาวัลย์ โตะเอี่ยม (2542) ศึกษาถึงเรื่อง นิติสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ประชาชนกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ชอบเนื้อหาที่เป็นภาษาไทย ชอบภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย มีความชัดเจน ชอบความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีความถนัดในการอ่านบ้างถ้ามีโอกาส ความน่าเชื่อถือปานกลาง ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างชอบเนื้อหาที่เป็นภาษาไทย ภาษาเข้าใจง่าย มีความชัดเจน ชอบความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีความถนัดในการอ่านบ้างถ้ามีโอกาส ความน่าเชื่อถือปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (วานิช พูลวัณ ภาณุจันท์, 2529 : 56) กล่าวว่า การเลือกบทความที่จะนำมาตีพิมพ์จำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกองบรรณาธิการเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งควรจะต้องมีความสมดุลย์ค่าจะทัดรัด สละสลวย เนื้อหาต้องมีความหลากหลาย และที่สำคัญที่สุดต้องเป็นเรื่องที่มีแนวคิดที่เหมาะสมเชื่อถือได้

### ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับภาพประกอบของนิติสาร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ประชาชนกรุงเทพมหานครชอบอ่านนิติสารที่มีภาพประกอบน่าสนใจ ควรเพิ่มความรู้ด้านการท่องเที่ยว ภาพประกอบต้องคำนึงถึงการดึงดูดใจ ความเหมาะสม การตัดสินใจท่องเที่ยว และคุณภาพของนิติสาร ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ประชาชนกรุงเทพมหานครชอบอ่านนิติสารเกี่ยวกับความน่าสนใจของภาพประกอบ ควรเพิ่มความรู้ด้านการท่องเที่ยว ภาพประกอบต้องคำนึงถึงการดึงดูดใจ ความเหมาะสม การตัดสินใจท่องเที่ยว และคุณภาพของนิติสาร สอดคล้องกับทฤษฎีโน้มน้าวใจ (Lasswell, 1949, : 79) การโน้มน้าวใจจะมีผลโดยตรงต่อผู้รับสารซึ่งจะอยู่ในฐานะผู้ถูกกระทำ (passive) เมื่อผู้รับสารได้รับความคิด ทักษะคติใด ๆ ก็จะเกิดผลแก่ผู้รับสารเสมอ



## ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับโฆษณาบริษัทน้ำทิพย์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ประชาชนกรุงเทพมหานครชอบโฆษณาบริษัทน้ำทิพย์เกี่ยวกับตัดสินใจซื้อ การจัดองค์ประกอบของภาพ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่า น่าเชื่อถือบางส่วน ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ประชาชนกรุงเทพมหานครชอบโฆษณาบริษัทน้ำทิพย์เกี่ยวกับตัดสินใจซื้อ การจัดองค์ประกอบของภาพ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่า น่าเชื่อถือบางส่วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติมา จันทร์ดา (2541) ศึกษาเรื่องสัทธผลของโฆษณาในรูปบทความและทัศนะของผู้อ่านและผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์และโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบประสิทธิผลของโฆษณาในรูปบทความและโฆษณา ทั้งด้านความเข้าใจและการสนใจผู้อ่าน ผลการศึกษพบว่า การโฆษณาในรูปบทความสนใจผู้อ่านได้มากกว่าโฆษณาที่เป็นโฆษณา คือ ต้องมีรายละเอียดอธิบาย

## ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ในเรื่องประชาชนในกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจเลือกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ให้ข้อมูลข่าวสารการเดินทางชัดเจน รู้จักเส้นทางใหม่ในการเดินทาง ความเหมาะสมของราคาที่พัก นิยสารทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และได้รู้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวต่างสถานที่ สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Galanter, 1966: 52) ที่ให้แนวคิดว่าการตัดสินใจเป็นปัญหาที่ควรศึกษาโดยเฉพาะการเลือกซื้อหรือการตัดสินใจเลือกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแบบเจตนา แม้ว่าพฤติกรรมการตัดสินใจจะเป็นพฤติกรรมภายในที่มีเป้าหมายในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน โดยมีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ในชนิดของบุคคลและผลได้เสียผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ศาสนา การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประชากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ศาสนา การศึกษา และรายได้ต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะว่า การตัดสินใจ เป็นการเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดซึ่งต้องบรรลุดตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น

ก่อนการตัดสินใจจึงจำเป็นต้องเข้าใจ ไตร่ตรอง วิจัย ค้นหาวิธีการและทางเลือกหลาย ๆ ทางเพื่อไปสู่ทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้ พฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์ต้องประกอบด้วย ข่าวสารข้อมูลความจริง กับคุณค่านิยม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงษ์ เจริญบุญณะ (2543) ศึกษาเรื่องการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเกมแม็กและนิตยสารเมก้า ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรไม่มีความแตกต่างกันต่อพฤติกรรมเปิดรับสื่อนิตยสารเกมของกลุ่มตัวอย่างนิตยสารมีแรงจูงใจปานกลาง มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในนิตยสารมากที่สุดและมีความพึงพอใจต่อข้อมูลในนิตยสารมากที่สุด

**สมมติฐานข้อที่ 2** การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยว ผลการทดสอบพบว่า เนื้อหาที่ปรากฏ มีค่าต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า เนื้อหาที่ปรากฏของนิตยสารต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประชากรชอบเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤพนธ์ เอื้อธวัจน์ (2539) ศึกษาเรื่องนิตยสารแนวท่องเที่ยว ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบองค์กร ผู้ผลิตนิตยสาร แนวท่องเที่ยวที่เป็นองค์กรของรัฐ (อนุสาร อ.ส.ท.) และองค์กรที่เป็นภาคเอกชน (เพื่อนเดินทางแคว้นท่องเที่ยว) พร้อมทั้งสำรวจเนื้อหาของแต่ละฉบับ โดยแบ่งลำดับเนื้อหาออกเป็น สัดส่วนพื้นที่ การนำเสนอด้วยตัวอักษร ภาพสี และภาพขาวดำ วัตถุประสงค์ และรูปแบบการนำเสนอ จากผลวิจัยพบว่าเนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารมีความสอดคล้องกับการอ่าน การนำไปใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

**สมมติฐานข้อที่ 3** การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับภาพประกอบของนิตยสารท่องเที่ยว ผลการทดสอบพบว่า ภาพประกอบของนิตยสาร และความกลมกลืนของการใช้ภาพตลอดทั้งเล่ม มีค่าต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ภาพประกอบของนิตยสารท่องเที่ยวของนิตยสารต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประชากรชอบภาพประกอบของนิตยสารท่องเที่ยวต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Klapper, 1966: 56) การเลือกเปิดรับ (se-

lective exposure) คือการที่บุคคลอาจจะเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและความสนใจของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่อยู่ในระดับจิตสำนึกหรือเป็นเรื่องที่บุคคลรู้สึกตัวอยู่เสมอ

**สมมติฐานข้อที่ 4** การตัดสินใจเลือกของประชาชนกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับโฆษณาในนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ภาพถ่ายโฆษณาของบริษัทนาเทียว มีค่าต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า โฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประชากรชอบโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติมา จันทร์ดา (2541) ที่ได้ศึกษาเรื่องสิทธิผลของโฆษณาในรูปแบบบทความและทัศนะของผู้อ่านและผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์และโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของโฆษณาในรูปแบบบทความและโฆษณา ทั้งด้านความเข้าใจและการจูงใจผู้อ่าน จากผลวิจัยพบว่า การโฆษณาในรูปแบบบทความจูงใจผู้อ่านได้มากกว่าโฆษณาที่เป็นโฆษณา คือ ต้องมีรายละเอียดอธิบาย นั่นคือ การโฆษณามีผลที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องการโฆษณาต่อไป โดยนำแนวทางมาใช้เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร นิตยสารท่องเที่ยวควรเพิ่มเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการสร้างสัมพันธภาพกับผู้ร่วมเดินทาง หรือการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับผู้ร่วมเดินทาง

## บรรณานุกรม

- ธนพงศ์ เจริญบุญณะ. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเกมแม็กและนิตยสารเมก้าของเยาวชน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- นฤพนธ์ เอื้อธวัช. นิตยสารแนวท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- วานิช พูลวังกาญจน์. เทคนิคการจัดทำนิตยสารสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: จักรกานูจน์, 2529 วิลาวรรณย์  
โต๊ะเอี่ยม. นิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานคร, 2542
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. การตกแต่งต้นฉบับ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: แสงจันทร์การพิมพ์, 2540
- อติมา จันทร์ดา. ประสิทธิภาพของโฆษณาในรูปแบบบทความและทัศนะของผู้อ่านและผู้ประกอบ  
วิชาชีพ หนังสือพิมพ์และโฆษณา. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์ มหาววิทยาลัย, 2541
- Galanter, E. Textbook of elementary phycology. San Francisco:Holden-Day, 1966
- Klapper, J. T. The effects mass communication. New York: Free Press, 1966
- Lasswell, H. The structure and function of communication in society. In W. S. Schramm (Ed), Mass  
communication. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949

# แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต

ธงชัย บุญเกิด\*

ดร.จิรัชมา วิเชียรปัญญา\*\*

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานการจัดการความรู้ด้านคุณลักษณะของบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานการจัดการความรู้ และ 3) พัฒนาแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ ของมหาวิทยาลัยรังสิต วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับผิดชอบงานด้านการจัดการความรู้ของคณะ สำนักงานและสถาบันที่มีการดำเนินงานจัดการความรู้ รวมจำนวน 34 หน่วยงาน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. มหาวิทยาลัยรังสิต มีสภาพการดำเนินงานการจัดการความรู้ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $=2.96$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการดำเนินงานในด้านคุณลักษณะของบุคลากรอยู่ในระดับมาก ( $=3.88$ ) ด้านกระบวนการจัดการความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ( $=2.72$ ) ส่วนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับน้อย ( $=2.41$ )

2. มหาวิทยาลัยรังสิต ประสบปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $=1.73$ ) ปัญหาที่ประสบในระดับปานกลาง อาทิ บุคลากรมีภาระงานประจำมากทำให้ไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการความรู้ ( $=3.44$ ) รวมทั้งขาดระบบที่จำเป็นสำหรับการจัดเก็บความรู้ ( $=2.82$ ) เป็นต้น

3. แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า จำเป็นต้องดำเนินโครงการที่สำคัญในแต่ละด้านดังนี้ 1) แนวทางด้านการพัฒนาคุณลักษณะของบุคลากร จำเป็นต้องมีโครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และโครงการพัฒนาทักษะการสอนงานและผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้สำหรับหัวหน้างาน 2) แนวทางด้านการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ จำเป็นต้องมีโครงการจัดทำคู่มือการจัดการความรู้ โครงการกำหนดความรู้หลักที่ตอบสนองวิสัยทัศน์และภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยรังสิต โครงการถอดความรู้และประสบการณ์ที่มีความเป็นเลิศในการทำงาน และโครงการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น 3) แนวทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ จำเป็นต้องมีโครงการพัฒนาฐานข้อมูลทำเนียบผู้เชี่ยวชาญ โครงการพัฒนาค้นหาความรู้เชิงประสบการณ์ โครงการจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ และโครงการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้ เป็นต้น และ 4) แนวทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ จำเป็นต้องมีโครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้านการจัดการความรู้ โครงการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัล และโครงการพัฒนาเว็บทำความรู้ เป็นต้น

**คำสำคัญ :** การจัดการความรู้ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้

## Abstract

The purpose of this research were to study 1) state of knowledge management systems in personal characteristics, knowledge management process and information technology 2) the knowledge management problems and 3) develop knowledge management systems and information technology for knowledge management guidelines of Rangsit University. The method of the research is quantitative research by utilizing questionnaire in order to compile data from the representative group who is responsible for knowledge management of faculties, offices or any colleges 34 sectors. In the study, Statistic processed program, frequency, percentage, average, and standard deviation are used to analyze the data. The result of the study is as follow;

1. In overall, the state of knowledge management of Rangsit University is in a moderate level ( = 2.96). When considering each factors, the state of knowledge management in personal characteristics is in high level ( =3.88) whereas the process of knowledge management is in a moderate level ( = 2.72) and information technology is a low level ( = 2.41).

2. Rangsit University has obstacle regarding knowledge management in a low level ( = 1.73). For example of problem which is in low level ( = 3.44), is personnel has too many regular responsibility therefore they do not have time to participate knowledge management activity and the systems of knowledge management is insufficient ( = 2.82), etc.

3. The result shows that Rangsit University is indispensable to have teamwork development as well as teaching and learning development for supervisor's project. In the same way, it is necessary to arrange the project that provide handbook for knowledge management, project about principle knowledge related to vision and mission of the University, sharing best practices knowledge and experience for working project, and sharing knowledge project, etc. For information technology development, it is essential to set database development for expert project, Knowledge and Experience Center Project, Online Community Project, and Website Developing for Knowledge Management Communication Project, etc. Finally, Online Lesson Development for Knowledge Management Project, Digital Media Development for Learning Project, and Website for Knowledge Development Project are very necessary for increasing learning using information technology development.

**Keywords :** Knowledge Management, Information Technology Management for Knowledge Management

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Base Society and Economy) เป็นสังคมที่ความรู้ได้กลายมาเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่ง การพัฒนาความรู้ใหม่ๆ เพื่อการแข่งขันและเสริมสร้างความเข้มแข็งจึงเป็นรากฐานที่สำคัญอย่างยิ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศ ในระบบเศรษฐกิจจะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนความรู้เป็นนวัตกรรมโดยอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง ซึ่งลักษณะของระบบเศรษฐกิจฐานรู้นั้น จิรัชณา วิเชียรปัญญา (2549) ได้อธิบายไว้ว่ามี 4 มิติคือ 1) นวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความรู้ 2) การให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการสร้าง การกระจาย และการนำความรู้ไปใช้ 3) มีเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคมเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญสำหรับการประมวลผล การเก็บรักษา การถ่ายโอนและการสื่อสารข้อมูลทั้งอยู่ในรูปของข้อความ เสียงและภาพ และ 4) มีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอันได้แก่ นโยบายกฎหมายและเศรษฐกิจของรัฐบาล จากสภาพที่กล่าวมาข้างต้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของสังคม ทำให้การดำเนินงานในโลกปัจจุบันเต็มไปด้วยการเรียนรู้มากขึ้น หากบุคลากรในองค์กรใดสามารถเรียนรู้ได้เร็วกว่าหรือดีกว่าบุคลากรขององค์กรอื่น จะส่งผลให้องค์กรนั้นมีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจในขณะที่มีการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาองค์กรในปัจจุบันนี้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรรายบุคคลในการที่จะจัดการเชิงกลยุทธ์ให้องค์กรมีการมุ่งเน้นการกระตุ้นแรงจูงใจให้บุคลากรทุกคนมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มพูนและขยายศักยภาพของตนเองและองค์กรอยู่ตลอดเวลา แนวทางการพัฒนาบุคลากรและองค์กรเพื่อนำไปสู่ความเป็นเลิศคือการที่บุคลากรทุกคนต้องรู้บทบาทหน้าที่และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา โดยแก้ไขสิ่งที่ไม่ดีให้ดีขึ้น ทำสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น และพัฒนาต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด อีกทั้งต้องร่วมเรียนรู้และทำงานเป็นทีม เข้าใจระบบ เข้าใจความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจปัญหาแบบองค์รวม เป็นคนกล้าคิดกล้าทำอย่างอย่างมี วิจารณญาณ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้คือการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Senge, 2006)

สำหรับประเทศไทยก็ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550-2554) และต่อเนื่องถึงฉบับที่ 11 (2555-2559) ที่ได้กำหนดให้มี “ยุทธศาสตร์การ



พัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน” ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนให้มีความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเรียนรู้เป็นกลุ่มจนคิดเป็นนิสัยใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิต อีกทั้งหน่วยงานในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวนมากได้มีนโยบายพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่เรียนรู้ และสนับสนุนการใช้ความรู้เพื่อการทำงาน และมีการนำแนวคิดการจัดการความรู้มาใช้อย่างแพร่หลาย ซึ่ง “การจัดการความรู้” (Knowledge Management - KM) เป็นแนวทางการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่ได้ให้ความสำคัญของบุคลากรในองค์กรซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่ง ประกอบกับกระแสของการเปลี่ยน-แปลงของสังคมอย่างรวดเร็วเพื่อผลักดันให้องค์กรมีประสิทธิภาพ สามารถอยู่รอดได้จากการจัดการความรู้ การรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ 1) ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน เป็นความรู้แบบนามธรรม และ 2) ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่างๆ เป็นความรู้แบบรูปธรรม (พรพิมล ธรรมาภิรมย์ โโชค, 2550) นอกจากนี้ การจัดการความรู้ยัง เป็นศาสตร์เชิงบูรณาการซึ่งรวมเอาศาสตร์ต่างๆ เข้าด้วยกันในฐานะที่เป็น “การจัดการสารสนเทศ” (Management of Information) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และหรือสารสนเทศศาสตร์ มิตินี้มองว่าความรู้เป็น “วัตถุที่สามารถจำแนกและจัดการในระบบสารสนเทศได้” และยังเป็นแนวคิดเกี่ยวกับ “การจัดการเกี่ยวกับบุคคล” (Management of People) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านปรัชญา จิตวิทยา สังคมวิทยา ธุรกิจและการบริหารจัดการ มิตินี้มองว่าความรู้เป็น “กระบวนการ เป็นกลุ่มของทักษะและความรู้ที่มีความเป็นพลวัตและมีความซับซ้อนซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง” ดังนั้นขอบเขตที่สำคัญของการจัดการความรู้จึงมีความหมายซับซ้อนครอบคลุมถึงศาสตร์ต่างๆ จำนวนมาก เช่น การบริหารจัดการ การปฏิบัติ หลักปรัชญา เทคโนโลยี กลยุทธ์และลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีหลักที่สำคัญคือ “กระบวนการจัดการความรู้” (Knowledge Management Process) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการหลักๆ ที่สำคัญคือ การบ่งชี้ความรู้ การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ การใช้ความรู้ การเคลื่อนย้าย/กระจาย/แบ่งปันความรู้และการสร้างความรู้ใหม่ เป็นวัฏจักรที่สืบเนื่องกัน (จิรัชณา วิเชียรปัญญา, 2549)

ผลการศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการความรู้ พบองค์ประกอบหลักที่สำคัญคือ คน กระบวนการ และเทคโนโลยี (Marquardt, 2006; วิจารณ์ พานิช, 2546; บุญดี บุญญาภิกิจ และคณะ, 2547; จุฑารัตน์ สรวาณะวงศ์, 2547) รายละเอียดแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้

1. **คน (People)** ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ เป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ประกอบด้วยผู้จัดการและผู้นำ พนักงาน ลูกค้า หุ่นส่วนและพันธมิตรทางธุรกิจ ซัพพลายเออร์และผู้ขาย รวมถึงชุมชนที่อยู่แวดล้อม ซึ่งทุกส่วนมีคุณค่าต่อการเรียนรู้
2. **กระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมหรือการดำเนินการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้ อาทิ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างความรู้ การแบ่งปันความรู้ การเรียนรู้ เป็นต้น
3. **เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)** เป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้ในการจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์กรสามารถจัดหา จัดเก็บ กระจาย และใช้ความรู้และสารสนเทศได้อย่างสะดวกและเห็นผลอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการช่วยขจัดอุปสรรคด้านระยะทางและเวลาในการเผยแพร่ความรู้ อาทิ ช่วยในการสร้างคลังความรู้ ซึ่งสามารถจัดเก็บและค้นคืนความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากสถานที่ใดหรือในเวลาใดก็ได้ ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านเครื่องมือต่างๆ เช่น อีเมล เว็บบอร์ด เป็นต้น

มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นองค์กรหนึ่งที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิต ฉบับ พ.ศ. 2550-2554 ในยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาสถาบันและบุคลากร มีเป้าประสงค์หนึ่งที่สำคัญคือ มหาวิทยาลัยรังสิตเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และองค์กรแห่งการจัดการความรู้ (Knowledge Management Organization) และมีกลยุทธ์ข้อที่ 7.9 พัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยมีตัวบ่งชี้ที่สำคัญคือกำหนดแผนและโครงการพร้อมงบประมาณในการดำเนิน งานการจัดการความรู้ที่ชัดเจน การจัดทำคู่มือการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย สนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรร่วมกันเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะเรียนรู้ด้วยกันอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถเข้มแข็งให้แก่องค์กร มีกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ มีชุมชนการจัดการความรู้ระดับ

มหาวิทยาลัย มีชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice : Cop) มี Web Blog สำหรับการแบ่งปันความรู้ รวมทั้งมีบุคลากรที่นำการจัดการความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น และต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิต ฉบับ พ.ศ. 2555-2559 ที่ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยเห็นได้จากการบรรจุให้เรื่องดังกล่าวอยู่ในมาตรการหนึ่งในเจ็ดของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การนำองค์กรให้ขับเคลื่อนแบบองค์กรรวม ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร แต่ผลจากการดำเนินการในช่วงดังกล่าวพบว่า การดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยฯ ยังอยู่ในสภาพต่างคนต่างทำ ขึ้นอยู่กับหัวหน้าของแต่ละส่วนงานที่เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งขาดการรายงานผลการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยที่ชัดเจนทำให้งานการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยฯ ยังไม่สามารถเห็นผลและความ สำเร็จที่ชัดเจนได้ จากสภาพดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรของมหาวิทยาลัยรังสิตเล็งเห็นช่องว่างของการ ศึกษาดังกล่าวจึงเป็นแนวความคิดที่จะศึกษาสภาพและปัญหาของการดำเนินงานจัดการความรู้ และหาแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตทั้งนี้โดยคาดว่าผลของการศึกษาจะทำให้ได้แนวทางสำหรับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะได้นำแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ซึ่งเป็นผลผลิตของการวิจัย นำไปขับเคลื่อนการดำเนินงานจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตได้อย่างเป็นรูปธรรมซึ่งจะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมา คือ การพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิตไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ตามแผนพัฒนาของมหาวิทยาลัยที่ได้วางไว้ภายในปี 2559 อย่างเป็นรูปธรรม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตในด้านคุณลักษณะของบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต

### ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ บุคลากรที่รับผิดชอบงานด้านการจัดการความรู้ของคณะ สำนักงานและสถาบันต่างๆ รวมทั้งสิ้น 34 หน่วยงาน 34 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ ระบบการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

2.1 คุณลักษณะของบุคลากร ประกอบด้วย 1) ระดับบุคคล 2) ระดับทีม และ 3) ระดับผู้บริหาร

2.2 กระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 1) การบ่งชี้ความรู้ 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ 3) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ 5) การเข้าถึงความรู้ 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยน ความรู้ และ 7) การเรียนรู้

2.3 เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ และ 2) เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้

### วิธีดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้  
2. กำหนดวัตถุประสงค์และกำหนดขอบเขตของประเด็นที่ศึกษา  
3. กำหนดกรอบแนวคิดและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยซึ่งทั้งหมดมี 3 องค์ประกอบใหญ่ดังนี้คือ 1) ด้านคุณลักษณะของบุคลากร 2) ด้านกระบวนการจัดการความรู้ และ 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. กำหนดตัวแปรย่อยเพื่อใช้ในการวัดตัวแปรองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบดังนี้  
4.1 ด้านคุณลักษณะของบุคลากร วัดได้จากตัวแปรย่อย 3 ตัวคือ ระดับบุคคล ระดับทีม และระดับผู้บริหาร

4.2 ด้านกระบวนการจัดการความรู้ วัดได้จากตัวแปรย่อย 7 ตัวดังนี้คือ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลความรู้และกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ การเรียนรู้และการนำความรู้ไปใช้

4.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ วัดได้จากตัวแปรย่อย 2 ตัวดังนี้คือ เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้

5. กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาดัดแปลงในการสร้างนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

6. จัดทำพฤติกรรมบ่งชี้ และ Item Specification table

7. พัฒนาเครื่องมือที่เป็น (ร่าง) แบบสอบถามเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบ

การจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ ของมหาวิทยาลัยรังสิต” ประกอบด้วย 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม รวม 7 ข้อ

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

2.1 ข้อคำถามด้านคุณลักษณะของบุคลากร ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับบุคลากรในระดับบุคคล ระดับทีมหรือกลุ่ม และระดับผู้บริหาร / ผู้นำ รวม 21 ข้อ

2.2 ข้อคำถามด้านกระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการบ่งชี้ความรู้ การสร้างความรู้และแสวงหาความรู้ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ รวม 35 ข้อ

2.3 ข้อคำถามด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ รวม 12 ข้อ

2.4 ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาการจัดการความรู้ จำนวน 16 ข้อ

8. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยง ตรงของเนื้อหา (Content Validity)

9. ปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

10. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

11. เก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ

12. จัดทำ (ร่าง) แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นผลจากการสำรวจจากการคัดเลือกผลจากการสำรวจที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดมาองค์ประกอบละ 3 ข้อ

13. ตรวจสอบและรับรอง (ร่าง) แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยรังสิต โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ จำนวน 3 ท่าน คือ ผู้ช่วย อธิการบดีฝ่ายเทคโนโลยี ผู้อำนวยการสำนักงานมาตรฐานวิชาการ และผู้อำนวยการสำนักงานทะเบียน มหาวิทยาลัยรังสิต

14. ปรับปรุงและจัดทำแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยรังสิต ฉบับสมบูรณ์  
การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องงานด้านการจัดการความรู้ของคณะสำนักงานและสถาบันที่มีการดำเนินงานจัดการความรู้ รวมจำนวน 34 หน่วยงาน ระหว่างวันที่ 9 - 30 สิงหาคม 2554 ได้รับแบบสอบถามกลับ คืนมาทั้งหมด 34 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมด

### การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. บันทึกคำตอบของแต่ละข้อไว้ในแบบบันทึกเพื่อเตรียมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้
  - 2.1 ข้อมูลสถานภาพเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
  - 2.2 ข้อมูลสภาพการดำเนินงานจัดการความรู้ และปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
  - 2.3 สรุปผลจากการศึกษา และคัดเลือกผลการศึกษาที่ได้จากการสำรวจที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ย น้อยที่สุดมาองค์ประกอบละ 3 ข้อ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการจัดทำ “แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต”

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับทราบสภาพที่เป็นจริงและปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต
2. ได้แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ศูนย์พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถนำแนวทางที่ได้ไปใช้เพื่อการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตได้

อย่างเป็นรูปธรรม

4. มหาวิทยาลัยรังสิตสามารถพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามเป้าหมายของมหาวิทยาลัยที่ได้กำหนดไว้

## สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต” ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลดังนี้

### ตอนที่ 1 สถานภาพเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 1.1 คุณลักษณะของบุคลากร

ผลจากการศึกษา พบว่า คุณลักษณะของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิตมีสภาพที่เอื้อต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $= 3.88$ ) ทั้งระดับบุคคล ระดับทีมหรือกลุ่ม และระดับผู้บริหารหรือผู้นำ แต่เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า มีเรื่องที่พบระดับปานกลางในด้าน ระดับทีม คือ “การนำความรู้ใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงานเป็นทีม” และที่พบใน ระดับผู้บริหารหรือผู้นำ คือ 1) การสร้างขวัญและให้กำลังใจแก่ผู้ที่รับผิดชอบกิจกรรมการเรียนรู้และการจัดการความรู้ 2) ผู้บริหารให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการจัดการความรู้ในหน่วยงาน และ 3) ผู้บริหารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ฝึกสอน พี่เลี้ยงและผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวจำเป็นต้องมี “โครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมสำหรับบุคลากร” และ “โครงการพัฒนาทักษะการสอนงานและผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ สำหรับหัวหน้างาน” ซึ่งจะเอื้อต่อสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ องค์กรจะให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมข้ามสายงานและงานที่ใช้ทักษะที่หลากหลาย ซึ่งเป็นลักษณะที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือแบ่งปันความรู้ของคนในองค์กรมากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากคุณลักษณะดังกล่าวเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งของคนในองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่ง Senge (1990) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมว่า เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกโดยอาศัยความรู้และความคิดของสมาชิกในกลุ่มมาแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์และความคิดเห็นกัน เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของทีมให้เกิดขึ้น ก่อให้เกิดการคิดและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ภายใต้การประสานพลังคิดร่วมกันของคนที่อยู่ในทีม



นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องมี “โครงการยกย่องเชิดชูบุคลากรผู้ที่รับผิดชอบกิจกรรมด้านการจัดการความรู้” และ “โครงการยกย่องเชิดชูบุคลากรผู้ที่อุทิศการทำงานให้กับกิจกรรมการจัดการความรู้และการเรียนรู้ ในการทำงาน” เนื่องจาก Merron (2000) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของการจัดการความรู้ขององค์กร ผู้นำจะต้องเห็นความสำคัญและสนับสนุนการจัดการความรู้ ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์ด้านการเรียนรู้ที่กว้างไกลและมีพฤติกรรมทั้งนี้ที่เป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องการแบ่งปันความรู้ สนับสนุน ผลักดัน กำหนดทิศทาง และสร้างวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการทำงานและการเรียนรู้ขององค์กร รวมทั้งยกย่องเชิดชู บุคลากรที่ได้มีการจัดการความรู้และการเรียนรู้

## 1.2 ด้านกระบวนการจัดการความรู้

ผลจากการศึกษา พบว่า สภาพกระบวนการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (= 2.60) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านคือ ด้านการบ่งชี้ความรู้ ด้านการสร้างความรู้และแสวงหาความรู้ ด้านการจัดการความรู้ให้เป็นระบบ ด้านการเข้าถึงความรู้ และด้านการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ยกเว้น ด้านการประมวลและกลั่นกรองความรู้ และด้านการเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ที่พบในระดับน้อย ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวจำเป็นต้องมี “โครงการถอดความรู้และประสบการณ์ที่มีความเป็นเลิศในการทำงาน” และ “โครงการพัฒนาคู่มือหรือมาตรฐานการทำงาน” รวมทั้งมี “โครงการกลั่นกรอง และตรวจสอบความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ” ทั้งนี้เนื่องมาจากกระบวนการจัดการความรู้ที่สำคัญประการหนึ่งคือ การ สร้างความรู้ (Knowledge creation) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของ Nonaka and Takeuchi (2000) ที่ได้เสนอว่า องค์กรสามารถสร้างความรู้ได้โดยการแปลงความรู้ (Knowledge conversion) ระหว่างความรู้ที่อยู่ภายในตัวคน (tacit knowledge) กับความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) กระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้ดังกล่าวเรียกว่า “การถอดความรู้” (Externalization) ซึ่งเป็นการถอดความรู้ที่อยู่ในตัวคนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรแล้วเก็บไว้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้คนในองค์กรสามารถแบ่งปันและเรียนรู้ร่วมกันได้อันจะทำให้คนในองค์กรมีขีดความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมี “โครงการจัดเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบ- การณ์การทำงาน” และ “โครงการตลาดนัดความรู้” เพื่อเปิดพื้นที่และเวลาให้กับบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต ได้มาแบ่งปันความรู้และประสบการณ์การทำงานร่วมกัน อันจะทำให้เกิดความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของมหาวิทยาลัยรังสิตได้อย่างเป็นรูปธรรม

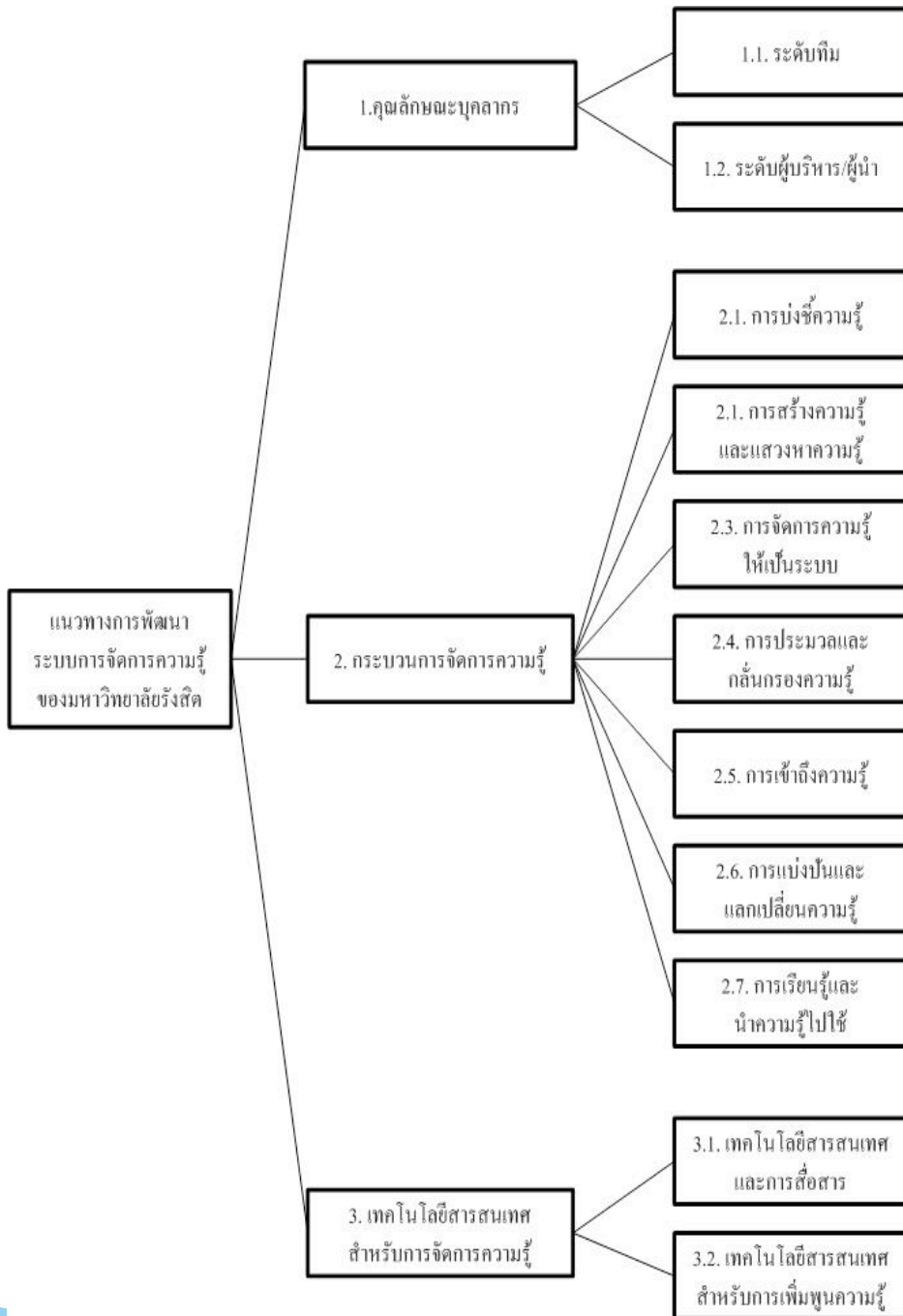


### 1.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลจากการศึกษา พบว่า สภาพเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( = 2.41) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกด้านคือ ด้านเทคโนโลยีการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีเพิ่มพูนการเรียนรู้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมี “โครงการพัฒนาลังความรู้เชิงประสบการณ์และการทำงานที่เป็นเลิศของบุคลากร” รวมทั้ง “โครงการพัฒนาระบบฐานความรู้ (Knowledge-based Systems) เพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร” “โครงการจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์” “โครงการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้” และ “โครงการพัฒนาเว็บบล็อกเพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้” ซึ่ง Abell and Oxbrow (2001) บุญส่งหาญพานิช (2546) และวรรณ วาณิชยเจริญชัย (2548) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กรสมัยใหม่ และเป็นตัวเอื้อที่สำคัญ (key enabler) ขององค์กรที่มีสภาพแวดล้อมที่ให้ความสำคัญกับความรู้ รวมทั้งยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้การจัดการความรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดังกล่าวมาใช้ในการจัดเก็บ สืบค้น สื่อสาร และถ่ายโอนความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

## ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต

ผลจากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต” ในตอนนี้ผู้วิจัยขอเสนอแผนงาน/โครงการ เพื่อพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ประกอบด้วย 3 แผนใหญ่ ดังนี้ แผนการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ด้านบุคลากร แผนพัฒนาระบบการจัดการความรู้ด้านกระบวนการจัดการความรู้ แผนพัฒนาระบบการจัดการความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งสามารถสรุปเป็นโครงการได้ทั้งสิ้น 26 โครงการ รายละเอียดมีดังนี้



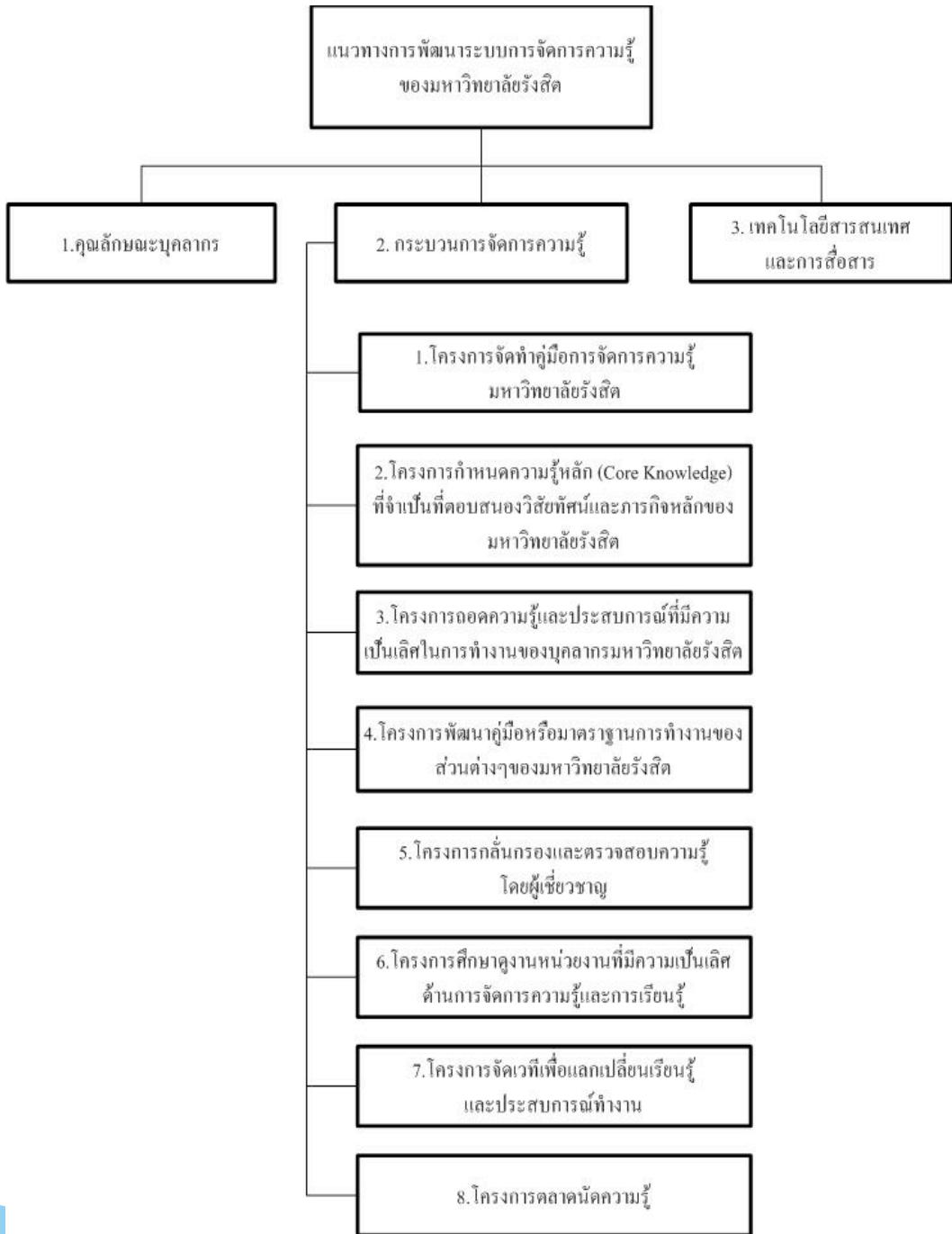
รูปที่ 5.1 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต



รูปที่ 5.2 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต  
ด้านคุณลักษณะของบุคลากร

1. แผนงานพัฒนาระบบการจัดการความรู้ ด้านบุคลากร ประกอบด้วย 5 โครงการย่อย ดังนี้

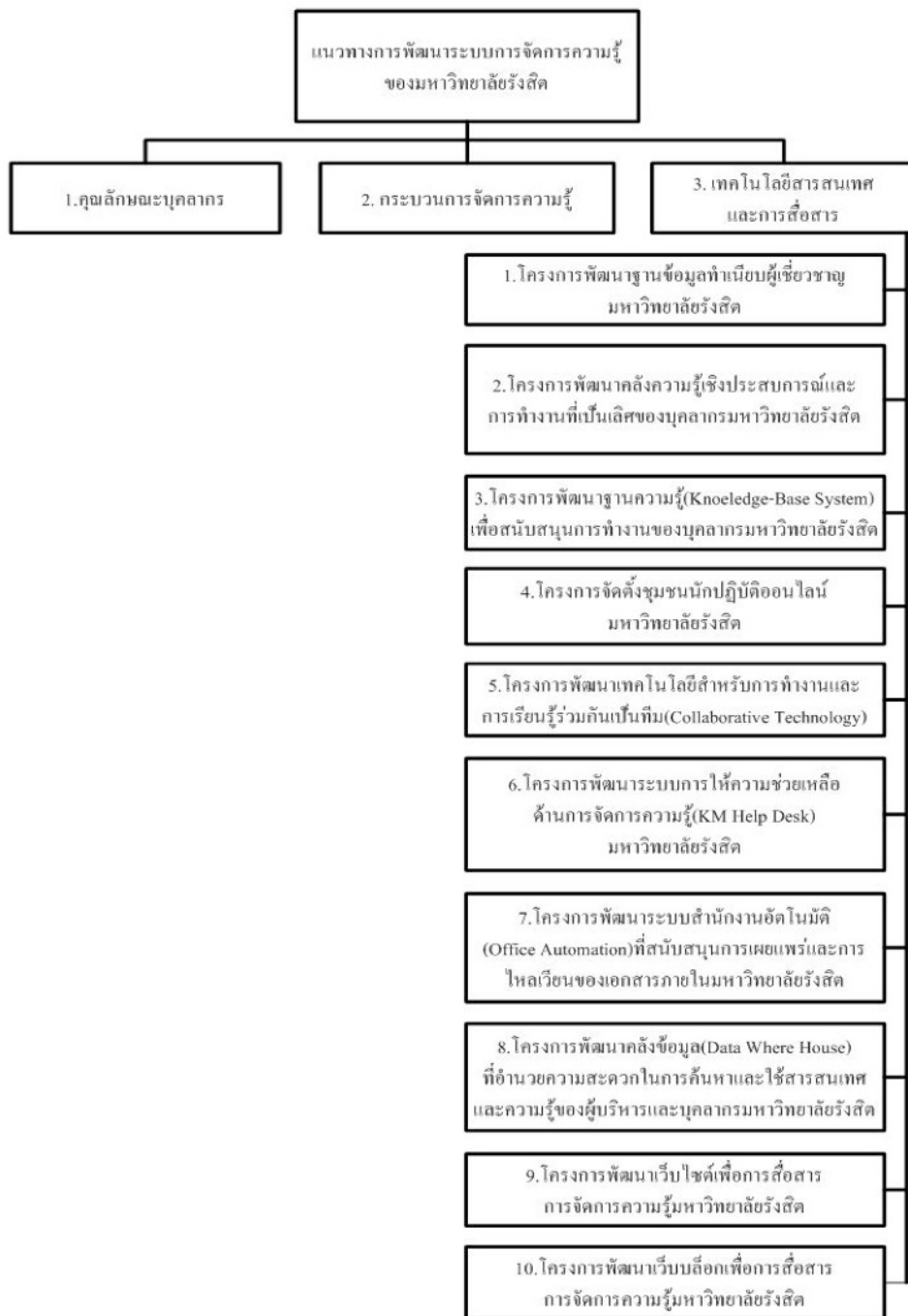
- โครงการ : 1. โครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมสำหรับบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 2. โครงการพัฒนาทักษะการสอนงานและผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้สำหรับหัวหน้างาน มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 3. โครงการยกย่องเชิดชูบุคลากรผู้ได้รับผิดชอบกิจกรรมด้านการจัดการความรู้
- โครงการ : 4. โครงการยกย่องเชิดชูบุคลากรผู้ที่อุทิศการทำงานให้กับกิจกรรมการจัดการความรู้และ การเรียนรู้ในการทำงาน
- โครงการ : 5. โครงการบูรณาการการยกย่องชมเชยและการให้รางวัลเข้ากับระบบการประเมินผลงานประจำปีของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต



รูปที่ 5.3 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ด้าน  
กระบวนการจัดการความรู้

## 2. แผนงานพัฒนาระบบการจัดการความรู้ ด้านกระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 8 โครงการย่อยดังนี้

- โครงการ : 1. โครงการจัดทำคู่มือการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 2. โครงการกำหนดความรู้หลัก (Core Knowledge) ที่จำเป็นที่ตอบสนองวิสัยทัศน์และภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 3. โครงการถอดความรู้และประสบการณ์ที่มีความเป็นเลิศในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 4. โครงการถอดความรู้และประสบการณ์ที่มีความเป็นเลิศในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 5. โครงการกลั่นกรองและตรวจสอบความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ
- โครงการ : 6. โครงการศึกษาดูงานหน่วยงานที่มีความเป็นเลิศด้านการจัดการความรู้และการเรียนรู้
- โครงการ : 7. โครงการจัดเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์การทำงาน
- โครงการ : 8. โครงการตลาดนัดความรู้

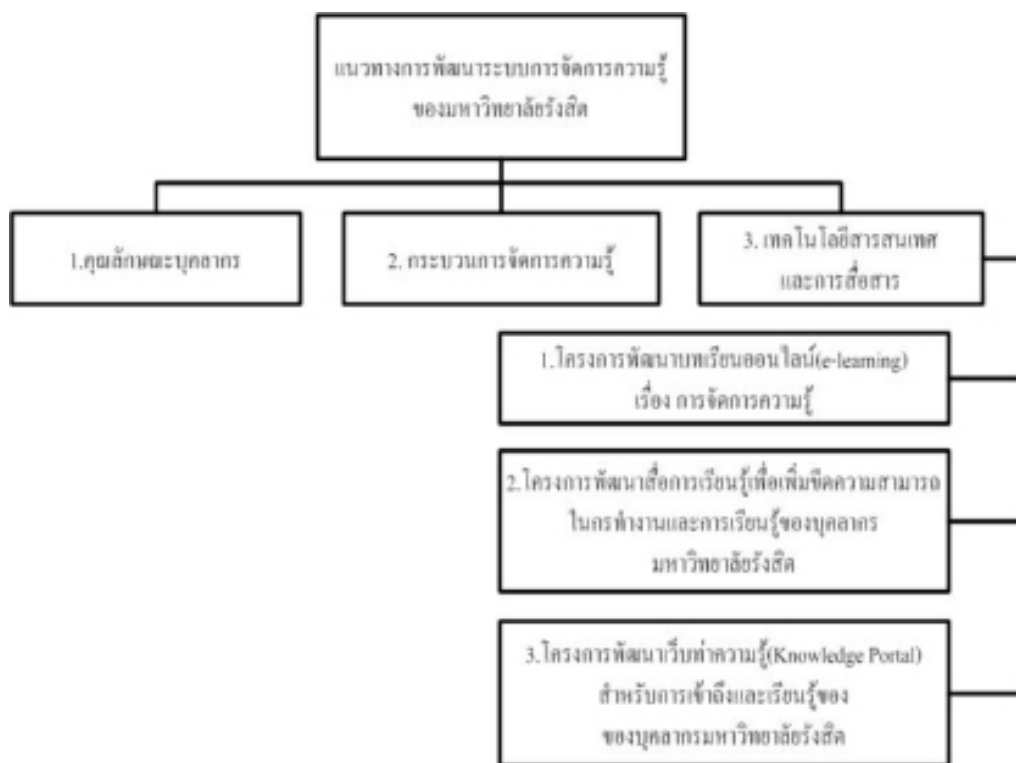


รูปที่ 5.4 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้

3. แผนงานพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประกอบด้วย 10โครงการย่อยดังนี้

- โครงการ : 1. โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทำเนียบผู้เชี่ยวชาญ มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 2. โครงการพัฒนาลังความรู้เชิงประสบการณ์และการทำงานที่เป็นเลิศของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 3. โครงการพัฒนาระบบฐานความรู้ (Knowledge-based Systems) เพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 4. โครงการจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 5. โครงการพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการทำงานและการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Collaborative Technology)
- โครงการ : 6. โครงการศึกษาดูงานหน่วยงานที่มีความเป็นเลิศด้านการจัดการความรู้และการเรียนรู้
- โครงการ : 7. โครงการพัฒนาระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation) ที่สนับสนุนการเผยแพร่ และการไหลเวียนของเอกสารภายในมหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 8. โครงการพัฒนาลังข้อมูล (Data warehouse) ที่อำนวยความสะดวกในการค้นหาและใช้สารสนเทศและความรู้ของผู้บริหารและบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 9. โครงการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 10. โครงการพัฒนาเว็บบล็อกเพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้มหาวิทยาลัยรังสิต





รูปที่ 5.5 แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้

#### 4. แผนงานพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 โครงการย่อยดังนี้

- โครงการ : 1. โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) เรื่อง “การจัดการความรู้”
- โครงการ : 2. โครงการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานและการเรียนรู้ของบุคลากร มหาวิทยาลัยรังสิต
- โครงการ : 3. โครงการพัฒนาเว็บท่าความรู้ (Knowledge Portal) สำหรับการเข้าถึงและเรียนรู้ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติเพื่อให้การจัดการระบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิตประสบความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยจำเป็นต้องมีแผนการดำเนินงานหลักๆ 3 แผนงานดังนี้

1.1 แผนงานพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เป็นแผนงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย รังสิตให้เป็นผู้ที่เรียนรู้และสามารถใช้ความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพของการทำงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization - LO) ตามเป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย ซึ่งมีโครงการหลักๆ คือ “โครงการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม” และ “โครงการพัฒนาทักษะการสอนงานและผู้อำนวยการความสะดวกในการเรียนรู้สำหรับหัวหน้างาน”

1.2 แผนงานพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ เป็นแผนงานที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้และบูรณาการ กระบวนการจัดการความรู้เข้าสู่งานประจำ โดยผ่านการดำเนินกิจกรรมในโครงการหลักๆ ดังนี้ “โครงการกำหนดความรู้หลัก (Core Knowledge) ที่จำเป็นที่ตอบสนองวิสัยทัศน์และภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยรังสิต” “โครงการถอดความรู้และประสบการณ์ที่มีความเป็นเลิศในการทำงาน” “โครงการพัฒนาคู่มือหรือมาตรฐานการทำงาน” และ “โครงการจัดเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์การทำงาน”

1.3 แผนงานพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้และการเรียนรู้เป็นแผนงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบและเครื่องมือเพื่อรองรับการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้โดยมีโครงการหลักๆ ดังนี้ “โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทำเนียบผู้เชี่ยวชาญ” “โครงการพัฒนาลคลังความรู้เชิงประสบการณ์และการทำงานที่เป็นเลิศ” “โครงการ

พัฒนาระบบฐานความรู้เพื่อสนับสนุนการทำงาน” “โครงการจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์” และ “โครงการพัฒนาเว็บบล็อกเพื่อการสื่อสารการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยรังสิต” เป็นต้น

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาสภาพหรือระดับวัฒนธรรมการเรียนรู้ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยรังสิตต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาผลลัพธ์ (output) และผลลัพธ์ (Outcome) ที่ได้จากการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยรังสิต

## บรรณานุกรม

- กานต์สุตา มาชะศิรินันท์. การนำเสนอระบบการจัดการความรู้สำหรับองค์กรภาคเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาโสตทัศนศึกษา, คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- กิริติ ยศยิ่งยง. การจัดการความรู้ในองค์กรและกรณีศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ ก๊อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด, 2549.
- เกล็ดคนที ไชยชนะ. การพัฒนาระบบการจัดการความรู้: กรณีศึกษาวิทยาลัยการอาชีพ ศรีษะภูมิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์, ภาควิชาคอมพิวเตอร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549.
- จิรัชมา วิเชียรปัญญา. การพัฒนาตัวบ่งชี้ร่วมสำหรับการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎิบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาควิชาหลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- จุฑารัตน์ สรวณะวงศ์. การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ กับระบบการจัดการความรู้. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2547.
- ฉลาด จันทรสมบัติ. การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้องค์กรชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550.
- ชวลิต ศุภศักดิ์ธำรง. ความสำเร็จในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติในองค์กรและผลของการจัดการความรู้ต่อบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- ชัชชญา โสณะมิตร. การพัฒนาระบบการจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานพัฒนาวิชาการ โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2551.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เนต , 2548.
- จิตติพร อาจชนะ. การจัดการความรู้เพื่อการเรียนรู้ขององค์กรกรณีศึกษา : บริษัททรูคอปอเรชั่นจำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2548.
- เดือนใจ รักษาพงศ์. การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้เพื่อการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. ดุษฎีนิพนธ์ หลักสูตรการศึกษาดุขฎิบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2551.
- ธนาวรรณ ไพศาลพานิช. การพัฒนาระบบการจัดการความรู้สำหรับงานสารบรรณสำนักงานปลัดกระทรวงการคลังบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ภาควิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2550.

บุญดี บุญญากิจ. การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จีวันเอ็นเอ็กซ์เพรส, 2548.

บุญส่ง หาญพานิช. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษาไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญา ครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชาอุดมศึกษา คณะ  
ครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

พรธิดา วิเชียรปัญญา. การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ, เอ็กซ์เปอร์เนต, 2547.

พรพิมล ธรรมาภิรมย์โชค. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. ภาควิชาหลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

รัชดา จิตรเสรี. การจัดการความรู้ในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทบางกอกเร็นซ์ จำกัด (มหาชน).

สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การพัฒนาศักยภาพคนและองค์กร) โครงการ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2549.

วรวรรณ วาณิชเจริญชัย. การพัฒนาระบบการสร้างความรู้ด้วยวิธีการเรียนรู้เป็นทีม สำหรับอาจารย์  
พยาบาลในสถาบันอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี  
และสื่อสารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

วรวรรณ โชติสวัสดิ์. การจัดการความรู้ในองค์กร กรณีศึกษา : บริษัทเมดิทอป จำกัด. สารนิพนธ์  
หลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนาศักยภาพคน สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2549.

วลัยพร หวันทา และคนอื่นๆ. ปัจจัยที่มีผลสัมฤทธิ์ของการจัดการความรู้: กรณีศึกษาฝ่ายบำรุงรักษาโยธา  
บริษัท กฟผ. จำกัด (มหาชน). ปริญญานิพนธ์การศึกษาระดับปริญญาโทและเอกชนมมหาบัณฑิต คณะรัฐ  
ประศาสน์ ศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2548.

วิจารณ์ พานิช. การจัดการความรู้กับการบริหารราชการไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมความรู้เพื่อ  
สังคม. 2548.

วิจารณ์ พานิช. การจัดการความรู้: ฉบับนักปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุภาพใจ, 2548.

สมชาย นำประเสริฐ. เทคโนโลยีการจัดการความรู้. สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
[ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.ku.ac.th/e-magazine46/it/knowledge.html/>. ตุลาคม 2553

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. “การจัดการความรู้” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.kmi.or.th/>, มกราคม 2552.

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. “วิธีดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร ตามแนวทางของ  
Nonaka & Takeuchi” [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.kmi.or.th/kmi-articles.html>,  
มกราคม 2552.

สวรส บัวมีรูป. การจัดการความรู้ในองค์กร : กรณีศึกษาการประปานครหลวง. ภาควิชาวิทยาศาสตร์  
บัณฑิต โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนาศักยภาพคน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,  
2547.

- สุรัตน์ ดวงชาทม. การพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ : กรณีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
มหาสารคาม เขต 2.วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549.
- อำนาจ เถาตระกูล. การพัฒนารูปแบบการบริหารความรู้ในสถาบันการอาชีวศึกษาไทย. ปรัญญาคุณ  
บัณฑิต สาขาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยสยาม, 2550.
- อภิญญา สุดา. การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารโรงเรียนในโครงการโรงเรียนต้นแบบการใช้  
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเรียนรู้. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

- American Productivity and Quality Center APQC. **Knowledge Management: Consortium  
Bench marking Study.** Houston : APQC, 1996.
- Choi, Y.S. **An Empirical Study of Factors Effecting Successful Implementation of Knowl  
edge Management.** Ph.D.Dissertation, University of Nebraska, Lincoln, NE., 2000.
- Holsapple, C., and Joshi, K.D. **Search of a Descriptive Framework for Knowledge  
Management: Preliminary Delphi Results.** College of Business and Economics,  
University of Kentucky, 1988
- Holsapple, C.W., and Joshi, K.D. **Understanding Knowledge Management Solutions: the  
Evolution of Frameworks in Theory and Practice. : 222-241 In Barnes, Stuart.**  
Knowledge Management Systems: Theory and Practice. London:
- Marquardt, Michael J. **Building the Learning Organization : Mastering the 5 Element for  
Corporate Learning.** 2<sup>nd</sup> ed, 2002.
- Nonaka, I. A “Dynamic Theory of organization knowledge creation”. Organizational Science, 1994.
- O’Dell, C., and Grayson, C.J. **If we Only Knew what You Know.** The Free Press, 1998.
- Probst, G., Steffen, R. and Kai, R. **Management Knowledge building blocks for success.** New  
York: John Wily & Sons, 2001.
- Senge, P. **The Fifth Discipline :The Art and Practice of the Learning Organization.**  
Currency/ Doubleday, 1990.

## เกี่ยวกับห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม

ปิยะพร เจนกาญจนดิลก \*

ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรมเป็นห้องสมุดเฉพาะทางด้านกฎหมาย สังกัดสำนักงานศาลยุติธรรม ได้จัดตั้งขึ้นตามความดำริของศาสตราจารย์ สัญญา ธรรมศักดิ์ อดีตปลัดกระทรวงยุติธรรม และแต่งตั้งให้ นายศิริ วิศิษฐ์ธรรมอศวานนท์ เป็นผู้ดำเนินการเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2499 หอสมุดกลาง กระทรวงยุติธรรม ได้เกิดขึ้นตั้งแต่วันนั้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2519 สำนักงานส่งเสริมงานตุลาการได้ขอตำแหน่งบรรณารักษ์ มาประจำหอสมุดกลาง กระทรวงยุติธรรม และปี พ.ศ. 2543 มีพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2543 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้ศาลยุติธรรม และกระทรวงยุติธรรม แยกออกจากกัน ทำให้มีประกาศคณะกรรมการบริหารศาลยุติธรรม เรื่องการแบ่งส่วนราชการภายใน และกำหนดอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการในสังกัดสำนักงานศาลยุติธรรม ทำให้ห้องสมุดมีฐานะเป็นกองโดยมีชื่อว่า กองวิทยบริการศาลยุติธรรม และต่อมาใน พ.ศ. 2551 ได้เปลี่ยนจาก กองวิทยบริการศาลยุติธรรม เป็น “ศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม” จนถึงปัจจุบัน

การเข้าใช้บริการของห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม สามารถเข้าใช้ได้ 2 วิธี คือ

1. ค้นคว้าด้วยตนเองที่ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม ซึ่งเปิดให้บริการ 2 แห่ง ได้แก่

ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม อาคารศาลอาญา ชั้น 6 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ



\*บรรณารักษ์ชำนาญการ ศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม



ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม อาคารศาลแขวงพระนครเหนือ ชั้น 6 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ



2. การใช้บริการผ่านห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ศาลยุติธรรม (<http://www.library.coj.go.th>)



ทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการของห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือวิชาการทางด้านกฎหมายทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ หนังสือทั่วไป หนังสือบันเทิงคดี งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ทางด้านกฎหมาย ราชกิจจานุเบกษา และสิ่งพิมพ์รัฐบาล





2. สิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง ได้แก่ หนังสือคำพิพากษาศาลฎีกาของสำนักงานศาลยุติธรรม หนังสือคำพิพากษาศาลฎีกาของเนติบัณฑิตยสภา วารสารทางด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม นิตยสารบันเทิงคดี และหนังสือพิมพ์

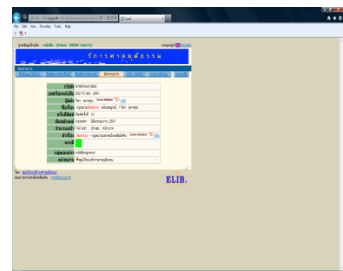
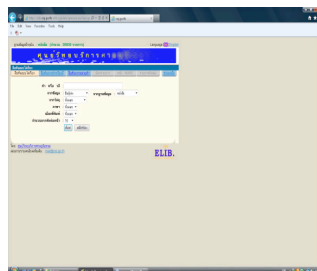
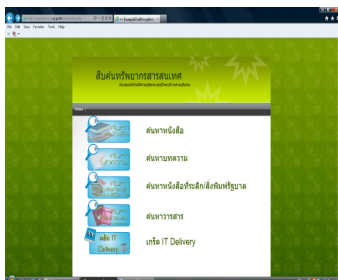


3. เพิ่มข้อมูลกฎหมาย ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม ได้รวบรวมเพิ่มตัวบทกฎหมาย ที่มีข้อมูลทั้งพระราชบัญญัติ พระราชกำหนด พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศข้อบังคับ ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา รวมอยู่ในแฟ้มเดียวกัน ได้แก่ ข้อมูลแฟ้มคำพิพากษาศาลฎีกาย่อยข้อกฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ คำพิพากษาศาลฎีกาย่อยข้อกฎหมายตามประมวลกฎหมายอาญา คำพิพากษาศาลฎีกาย่อยข้อกฎหมายตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง คำพิพากษาศาลฎีกาย่อยข้อกฎหมายตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และคำพิพากษาศาลฎีกาย่อยข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติต่างๆ ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้า

4. สื่อทัศนวัสดุ ได้แก่ ซีดี วีซีดี ซีดีรอม ความรู้เกี่ยวกับ การคอมพิวเตอร์ การสอนภาษาอังกฤษ เป็นต้น



5. ฐานข้อมูล ได้แก่ ฐานข้อมูลสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศในห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรมซึ่งประกอบด้วยฐานข้อมูลหนังสือ ELIB ฐานข้อมูลหนังสือ CLIB ฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์รัฐบาล ฐานข้อมูลบรรณานุกรมและวารสาร และฐานข้อมูลที่ห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรมสร้างขึ้น จำนวน 21 ฐาน เช่น ฐานข้อมูลบทความกฎหมาย ฐานข้อมูลคำวินิจฉัยอำนาจหน้าที่ระหว่างศาล ฐานข้อมูลคำวินิจฉัยฯ ศาลรัฐธรรมนูญ ฐานข้อมูลคำวินิจฉัยฯ คดีคุ้มครองผู้บริโภค ฐานข้อมูลฎีกาเฉพาะเรื่อง และฐานข้อมูล English For Lawyer เป็นต้น



ผู้สนใจสามารถเข้าใช้บริการห้องสมุดศูนย์วิทยบริการศาลยุติธรรม เพื่อค้นคว้าหาความรู้ทางด้านกฎหมายได้ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 8.30 น. - 16.30 น. เว้นวันหยุดราชการ

# สรุปผล การสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2554

นฤมล พุกยศิตป์\*  
รัตนาภรณ์ กาศโอสถ\*\*

## ความเป็นมา

การสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเป็นประจำทุกปี เพื่อต้องการสร้างความมั่นใจว่าสำนักหอสมุด ได้จัดบริการแก่ผู้ใช้ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญได้อย่างมีคุณภาพและเป็นเครื่องมือในการได้ข้อมูลมาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แบบสำรวจความพึงพอใจของสำนักหอสมุดได้ประยุกต์ใช้แนวทางมาตรฐาน LibQUAL ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยและวิจัยแห่งอเมริกัน ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร และด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้ห้องสมุดของผู้ใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ห้องสมุดในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร และด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษาและระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 1,100 ชุด โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายและได้รับแบบสำรวจกลับคืนจำนวน 742 ชุด

\*รองผู้อำนวยการฝ่ายเทคนิคและบริการ และหัวหน้าแผนกบริการ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

\*\* หัวหน้าแผนกพัฒนา สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

## สถานที่ทำการสำรวจ

- กลุ่มผู้บริหาร และคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยรังสิต ส่งแบบสำรวจไปยังหน่วยงาน /คณะ ที่สังกัด
- กลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และนักศึกษาระดับปริญญาตรี เก็บแบบสำรวจจากผู้ที่ใช้ห้องสมุดบริเวณชั้น 2 ชั้น 3 และชั้น 5 ของอาคารหอสมุด
- กลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ที่ห้องสมุดศูนย์ศึกษาสาทรธานี และห้องสมุดศูนย์ศึกษาวิภาวดี

## ระยะเวลาในการเก็บแบบสำรวจ

ระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2555

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ
2. นำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาบริการของสำนักหอสมุด และสามารถวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

## เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

แบบสำรวจได้ใช้แนวทางมาตรฐานของ LibQUAL ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้บริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสำรวจ เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสำรวจ โดยให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

**ตอนที่ 2** การประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต ด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์ คำถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ลักษณะคำถามเป็นชนิดมาตราประมาณค่า โดยมีความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง มีความพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยวิเคราะห์ผลออกมาเป็นเกณฑ์ 3 ระดับ คือ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.01 – 5.00	มีค่าเท่ากับ	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.00 – 4.00	มีค่าเท่ากับ	ดี
ค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 3.00	มีค่าเท่ากับ	พอใช้

**ตอนที่ 3** คำถามให้เลือกตอบโดยจัดอันดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

#### ผลการสำรวจ

จากการแจกแบบสำรวจผู้ใช้ ทั้งผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา จำนวน 1,100 ชุด ได้รับแบบสำรวจกลับคืน จำนวนทั้งสิ้น 742 ชุด คิดเป็นร้อยละ 67.45 ของจำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด สรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสำรวจ

1.1 จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจและประเภทผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามประเภทผู้ใช้

ประเภทผู้ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริหาร	36	4.90
อาจารย์	124	16.70
เจ้าหน้าที่	42	5.70
นักศึกษาระดับปริญญาโท	57	7.70
นักศึกษาระดับปริญญาตรี	483	65.10
รวม	742	100

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสำรวจ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 483 คน คิดเป็นร้อยละ 65.10 รองลงมาเป็นอาจารย์จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 และเจ้าหน้าที่ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70

## 1.2 ความถี่ในการเข้าใช้สำนักหอสมุด

ตารางที่ 2 ความถี่ในการเข้าใช้สำนักหอสมุด

ความถี่ในการเข้าใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	33	4.40
1-2 ครั้ง / สัปดาห์	218	29.40
3-4 ครั้ง / สัปดาห์	182	24.50
เดือนละ 1-2 ครั้ง	187	25.20
ภาคการศึกษาละ 1-2 ครั้ง	119	16.00
ไม่ระบุ	3	0.40
รวม	742	100

จากตารางที่ 2 ความถี่ในการเข้าใช้บริการสำนักหอสมุด พบว่าผู้ใช้งานมากที่สุด 218 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 เข้าใช้บริการสำนักหอสมุด 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ รองลงมา 187 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 เข้าใช้บริการสำนักหอสมุด เดือนละ 1-2 ครั้ง และเข้าใช้บริการสำนักหอสมุด 3-4 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็น 24.50 % ตามลำดับ ส่วนจำนวนน้อยที่สุด 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 เข้าใช้ทุกวัน

### 1.3 เวลาที่ใช้สำนักหอสมุด

ตารางที่ 3 ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ

ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลา 8.30 – 11.00 น.	70	9.40
เวลา 11.01 – 13.00 น.	118	15.90
เวลา 13.01 – 16.00 น.	317	42.70
เวลา 16.01 – 21.00 น.	172	23.20
เวลาอื่น ๆ	56	7.50
ไม่ระบุ	9	1.20
รวม	742	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้เข้าใช้บริการสำนักหอสมุดมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 13.01 –16.00 น. จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมา เข้าใช้สำนักหอสมุดในช่วงเวลา 16.01- 21.00 น. จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และช่วงเวลา 11.01-13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90 ตามลำดับ สำหรับช่วงเวลาที่ใช้ใช้น้อยที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 คือ เวลาอื่น ๆ

#### 1.4 การเข้าใช้ห้องสมุดผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4 การใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

เคยใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้	402	54.20
ไม่เคยใช้	323	43.50
ไม่ระบุไม่ระบุ	17	2.30
รวม	742	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้เคยใช้บริการของห้องสมุดผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 และไม่เคยใช้บริการ จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50

#### ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลสรุปผลเกี่ยวกับการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

##### 2.1 ด้านผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5 ระดับความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ



ด้านผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
<b>ผู้ให้บริการ</b>			
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.06	0.79	ดีมาก
- มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.03	0.79	ดีมาก
- มีความรอบรู้และมีประสบการณ์ในเชิงวิชาการ	3.87	0.94	ดี
- มีบุคลิกภาพและการสื่อสารที่เหมาะสม	4.01	0.77	ดีมาก
- มีจำนวนบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอและทั่วถึง	3.85	0.85	ดี
- มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับ	4.14	0.78	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.82</b>	<b>ดี</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเป็นรายข้อในจำนวน 6 ข้อ พบว่าอยู่ในระดับดีมาก 3 ข้อ และระดับดี 2 ข้อ สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับดีมาก ได้แก่ มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง (=4.14) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยในระดับดี มีค่าสูงสุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรอบรู้และมีประสบการณ์ในเชิงวิชาการ (=3.87)

## 2.2 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ

ตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจในด้านทรัพยากรสารสนเทศ

ด้านผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
<b>ทรัพยากรสารสนเทศ</b>			
<b>หนังสือ</b>			
- มีความทันสมัย	3.53	0.91	ดี
- มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.45	0.94	ดี
- มีเนื้อหาครอบคลุมทุกสาขาวิชา	3.50	0.98	ดี
<b>วารสาร</b>			
- มีความทันสมัย	3.62	1.01	ดี
- มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.42	1.04	ดี
- มีเนื้อหาครอบคลุมทุกสาขาวิชา	3.38	1.06	ดี
<b>สื่อโสตทัศน</b>			
- มีความทันสมัย	3.19	1.35	ดี
- มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.05	1.29	ดี
- มีเนื้อหาครอบคลุมทุกสาขาวิชา	3.10	1.33	ดี
<b>หนังสือพิมพ์</b>			
- มีความหลากหลาย	3.65	1.26	ดี
- มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.47	1.20	ดี
ฐานข้อมูลครอบคลุมทุกสาขาวิชา	3.50	1.09	ดี
การจัดเรียงหนังสือบนชั้นมีความถูกต้องและค้นหาได้ง่าย	3.70	0.92	ดี
การจัดเรียงวารสารบนชั้นมีความถูกต้องและค้นหาได้ง่าย	3.64	1.06	ดี
การจัดเรียงหนังสือพิมพ์ฉบับย้อนหลังสามารถค้นหาได้ง่าย	3.38	1.34	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.44</b>	<b>1.12</b>	<b>ดี</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศออกเป็นรายชื่อซึ่งมี 15 ข้อ พบว่าอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การจัดเรียงหนังสือบนชั้นมีความถูกต้องและค้นหาได้ง่าย ( $= 3.70$ ) รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์มีความหลากหลาย ( $= 3.65$ ) และการจัดเรียงวารสารบนชั้นมีความถูกต้องและค้นหาได้ง่าย ( $= 3.64$ ) สำหรับในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ สื่อโสตทัศนมีจำนวนเพียงพอ ( $= 3.05$ )

### 2.3 ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

ตารางที่ 7 ระดับความพึงพอใจด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
<b>เครื่องมือและอุปกรณ์</b>			
- เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นฐานข้อมูล webpac มีจำนวนเพียงพอต่อ ความต้องการ	3.59	1.20	ดี
- เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	3.22	1.20	ดี
- เครื่องยืมด้วยตนเองอัตโนมัติมีจำนวนเพียงพอ	3.25	1.29	ดี
- เครื่องคืนด้วยตนเองอัตโนมัติมีจำนวนเพียงพอ	3.31	1.24	ดี
- จุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน	3.50	1.33	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.37</b>	<b>1.69</b>	<b>ดี</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านเครื่องมือและอุปกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจตามรายชื่อจำนวน 5 ชื่อ พบว่าอยู่ในระดับดีทุกชื่อ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นฐานข้อมูล WebPac มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ ( = 3.59) รองลงมาได้แก่ มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi) เพียงพอต่อความต้องการ ( = 3.50) และเครื่องคืนด้วยตนเองอัตโนมัติ (Book Return) มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ ( = 3.31) ตามลำดับ สำหรับชื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ ( = 3.22)

## 2.4 ด้านการเข้าถึงข้อมูล

ตารางที่ 8 ระดับความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงข้อมูล

ด้านการเข้าถึงข้อมูล	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
<b>การเข้าถึงข้อมูล</b>			
- การสืบค้นฐานข้อมูล webpac มีขั้นตอนที่สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน	3.64	1.06	ดี
- การแสดงผลการสืบค้นบนหน้าจอที่ได้จากฐานข้อมูล webpac มีรายละเอียดครบถ้วนและเพียงพอต่อความต้องการ	3.53	1.03	ดี
- การสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ที่ห้องสมุดบอกรับ ผลที่ได้ตรงต่อความต้องการและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว	3.49	1.08	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>1.06</b>	<b>ดี</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการเข้าถึงข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจตามรายชื่อจำนวน 3 ข้อ พบว่าอยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การสืบค้นฐานข้อมูล WebPac มีขั้นตอนที่สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน (= 3.64) รองลงมาได้แก่ การแสดงผลการสืบค้นบนหน้าจอที่ได้จากฐานข้อมูล WebPac มีรายละเอียดครบถ้วนและเพียงพอต่อความต้องการ (= 3.53) และการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ที่ห้องสมุดบอกรับ ผลที่ได้ตรงต่อความต้องการและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว (= 3.49) ตามลำดับ

## 2.5 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 9 ระดับความพึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร			
- เอกสาร/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	3.31	1.20	ดี
- โคมเพจของห้องสมุด ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และรายละเอียดเกี่ยวกับห้องสมุดได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน	3.56	1.00	ดี
- มีการติดประกาศให้ข้อมูล / ข่าวสารความรู้ ที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ	3.51	1.04	ดี
- การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ มีความน่าสนใจ	3.40	1.11	
- มีป้ายบอกข้อความและประกาศ ต่างๆ อย่างชัดเจน	3.58	0.98	ดี
รวม	3.47	1.07	ดี

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจตามรายชื่อ ซึ่งมีจำนวน 5 ข้อ พบว่าอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกข้อความและประกาศต่าง ๆ อย่างชัดเจน (= 3.58) รองลงมาได้แก่ โสมเพจของห้องสมุดให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์และรายละเอียดเกี่ยวกับห้องสมุดได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน (= 3.56) และการตีประกาศให้ข้อมูล/ข่าวสารความรู้ที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ (= 3.51) สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ เอกสาร/แผ่นพับให้รายละเอียดและแนะนำวิธีใช้อย่างครบถ้วนและชัดเจน (= 3.31)

## 2.6 ด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์

ตารางที่ 10 ระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์

ด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	ค่าเฉลี่ย	SD	
สถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์			
- มีจำนวนที่นั่งอ่านหนังสืออย่างเพียงพอ	3.65	1.03	ดี
- มีจำนวนตู้รับฝากสิ่งของเพียงพอและเหมาะสม	3.28	1.32	ดี
- ตู้รับคืนหนังสือนอกเวลาเพียงพอ	3.47	1.19	ดี
- มีห้องบริการศึกษากลุ่มเพียงพอ	3.09	1.35	ดี
- มีแสงสว่างเพียงพอและเหมาะสม	3.90	0.86	ดี
- มีอุณหภูมิและระบบระบายอากาศที่เหมาะสม	3.94	0.91	ดี
- บรรยากาศภายในห้องสมุดมีความเหมาะสมแก่การนั่งอ่าน	3.85	0.93	ดี
- ตู้น้ำดื่มมีจำนวนเพียงพอ	3.06	1.30	ดี
- ห้องน้ำมีความสะอาด	3.61	1.07	ดี
รวม	3.54	1.11	ดี

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านสถานที่ วัสดุ ครุภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

เมื่อจำแนกระดับความพึงพอใจตามรายชื่อจำนวน 10 ชื่อ พบว่าอยู่ในระดับดีทุกชื่อ สำหรับชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีอุณหภูมิและระบบระบายอากาศที่เหมาะสม (=3.94) รองลงมาได้แก่ มีแสงสว่างเพียงพอและเหมาะสม (=3.90) และบรรยากาศภายในห้องสมุดมีความเหมาะสมกับการนั่งอ่าน ( = 3.85) สำหรับชื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 2 อันดับเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีตู้น้ำดื่มจำนวนเพียงพอ (= 3.06) และมีห้องบริการศึกษากลุ่ม ( Group Study Room) เพียงพอ ( = 3.09)

จากการสำรวจผลความพึงพอใจทั้ง 6 ด้าน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีทุกด้านมีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.56 โดยแยกรายด้านทั้ง 6 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ด้านผู้ให้บริการ	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.99
ด้านการเข้าถึงข้อมูล	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.55
ด้านสถานที่ ครุภัณฑ์ และบรรยากาศ	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.54
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.47
ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.44
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	อยู่ในระดับ	ดี	มีค่าเฉลี่ย	3.37

**ตอนที่ 3** สิ่งที่ต้องการให้สำนักหอสมุด ฯ ปรับปรุง โดยเรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับ

ผลสำรวจได้ให้ผู้ใช้จัดอันดับความสำคัญมากที่สุด ในเรื่อง que คิดว่าสำนักหอสมุดควรต้องมีการปรับปรุงเป็นอันดับแรก ๆ ในด้านต่าง ๆ คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านสถานที่ ครุภัณฑ์ และบรรยากาศ ด้านบริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบออนไลน์

จากผลสำรวจพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้สำนักหอสมุดฯ ปรับปรุง ในเรื่อง que คิดว่าเป็นสิ่งสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่

อันดับที่ 1	ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	303.67	คะแนน
อันดับที่ 2	ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	248.33	คะแนน
อันดับที่ 3	ด้านสถานที่ ครุภัณฑ์ และบรรยากาศ	163	คะแนน

## การนำผลการสำรวจไปใช้ประโยชน์

สำนักหอสมุดได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปใช้ในการปรับปรุงการบริการและการบริหาร โดยได้นำเสนอในการประชุมคณะกรรมการบริหารสำนักหอสมุด และสำนักหอสมุดได้จัดทำเป็นโครงการพัฒนาในด้านต่างๆ ไว้ในแผนปฏิบัติการประจำปีต่อไป

ผู้เขียนทั้งสองในฐานะผู้รับผิดชอบในการสำรวจครั้งนี้ ขอทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต ขอบพระคุณผู้ให้บริการทุกท่าน ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานของสำนักหอสมุดให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น



## คำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับวารสารรังสิตสารสนเทศ

วารสารรังสิตสารสนเทศ ขอเชิญผู้สนใจส่งบทความวิชาการ บทความวิจัยทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องตีพิมพ์และเผยแพร่ในวารสารรังสิตสารสนเทศ

เพื่อให้วารสารได้มาตรฐาน ผู้ประสงค์จะส่งต้นฉบับจะตีพิมพ์ ควรจัดเตรียมต้นฉบับตามคำแนะนำ

### ประเภทของบทความ

1. บทความวิชาการ เป็นบทความวิชาการทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. รายงานการวิจัย เป็นรายงานผลการศึกษาวิจัยทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง
3. บทความพิเศษ เป็นบทความที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ทักษะคดี บทความหรือบทสัมภาษณ์ทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง

### เงื่อนไขในการพิมพ์

1. บทความหรือรายงานการวิจัยที่ส่งต้องไม่เคยพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างที่ส่งไปพิมพ์ในวารสารอื่น
2. กองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการคัดเลือกและตอบรับการตีพิมพ์สำหรับบทความ หรือรายงานการวิจัยที่ส่ง และความรับผิดชอบใดๆ เกี่ยวกับเนื้อหาและความคิดเห็นในบทความหรือรายงานการวิจัยเป็นของผู้เขียนเท่านั้น
3. ต้นฉบับที่จัดส่งจะได้รับการตรวจทานโดยผู้ทรงคุณวุฒิในด้านนั้นๆ (Peer Review) ก่อนที่จะตีพิมพ์

### รูปแบบของการเขียนและการเตรียมต้นฉบับ

#### 1. บทความ

ชื่อเรื่องพิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง และชื่อผู้เขียนอยู่ใต้ชื่อเรื่องเยื้องไปทางขวามือ

ส่วนสถาบันหรือสถานที่ทำงานของผู้เขียน พิมพ์ไว้เป็นเชิงบรรณในหน้าแรก ต้องพิมพ์ต้นฉบับด้วยโปรแกรม Microsoft Word ส่งพร้อม แผ่นซีดี

## 2. รายงานการวิจัย

รูปแบบการเขียนรายงานการวิจัยเหมือนกับการเขียนบทความ โดยมีการเรียงลำดับเรื่อง ดังนี้

- 2.1 บทคัดย่อภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
- 2.2 คำสำคัญ หรือคำหลัก ระบุคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใส่ไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษา
- 2.3 ความเป็นมาหรือความสำคัญของปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 2.4 สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี)
- 2.6 วิธีดำเนินการวิจัยในเรื่องเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 2.7 สรุปผลการวิจัย และการวิเคราะห์ผลการวิจัย
- 2.8 การอภิปรายผลการวิจัย
- 2.9 ข้อเสนอแนะ
- 2.10 เอกสารอ้างอิง

## การเขียนเอกสารอ้างอิง

### 1. การอ้างอิงเอกสารในเรื่อง

ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่งสำหรับภาษาไทย หรือนามสกุลสำหรับภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค ( , ) ปีที่พิมพ์ของเอกสาร : เลขหน้าหนังสือที่ถูกอ้างอิงในเนื้อความ โดยมีไว้ในวงเล็บแทรกอยู่กับเนื้อหาใส่ไว้ท้ายข้อความนั้น

ตัวอย่าง

(กิตติ ภักดีวัฒนกุล, 2545 :79)

(Ziemer, Peterson and Borth, 2003 : 117)

### 2. การอ้างอิงทำยบทความหรือรายงานการวิจัย

ให้เรียงลำดับเอกสารภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ โดยมีรูปแบบการเขียนดังนี้

#### 2.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. ชื่อหนังสือ. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์, ปีที่พิมพ์.

ตัวอย่าง

กิตติ ภักดีวัฒนกุล และจำลอง กระจุดตาสหะ. คัมภีร์ระบบฐานข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545.

Ziemer, Rodger E., Peterson, Roger L. and Borth, David. Spectrum communications.

4<sup>th</sup> ed. New York : Prentice-Hall, 2003.

#### 2.2 วารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ. “ชื่อบทความ,” ชื่อวารสาร. ปีที่, ฉบับที่ (เดือน ปี) : เลขหน้า.

ตัวอย่าง

วิรินทร์ เมฆประดิษฐ์สิน. “ถอดรหัส CPU สายพันธุ์ใหม่,” ไมโครคอมพิวเตอร์. 23, 234

(มกราคม 2548) : 72-81.

Savolainen, Reijo. “Time as a context of information seeking,” Library & Information Science Research. 28, 1 (Spring 2006) : 110-127.

### 2.3 หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน. “ช้อบทความ/ข่าว,” ชื่อหนังสือพิมพ์. (วัน เดือน ปี) : เลขหน้า.

ตัวอย่าง

กึกฤทธิ์ ปราโมช. “ชอยสวณพล,” สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์. (19 สิงหาคม 2538) : 12-13.

“Bright future seen for computer industry,” Bangkok Post. (25 June 2001) : 5.

### 2.4 หนังสือแปล

ชื่อผู้แต่ง. ชื่อหนังสือ. แปลโดย. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์, ปีที่พิมพ์.

ตัวอย่าง

เกลล่า, เพรสเตอร์. อินเทอร์เน็ตทำงานอย่างไร. แปลโดย ภาสกร ไหลสกุล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น, 2545.

### 2.5 วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับปริญญา สาขาวิชา คณะ มหาวิทยาลัย, ปีที่พิมพ์

ตัวอย่าง

วีระ อำนวยพร. อิทธิพลของเจ้าแกลบที่มีต่อคุณสมบัติทางกลของอิฐ. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย รังสิต, 2545.

### 2.6 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. ชื่อเรื่อง. [ประเภทของสื่อ]. ปีที่พิมพ์. Availabel หรือแหล่งที่มา : ชื่อแหล่งที่มา. (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น)

ตัวอย่าง

อนก มากอนันต์. เมื่อพม่าย้ายเมืองสะเดาเคราะห์. [ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา :

<http://www2.manager.co.th/Mwebboard/list Comment.aspx?QNumber=189053& Mbrowse=13>. (17 มิถุนายน 2549)

## 2.7 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร. [ประเภทของสื่อ]. ปีที่, ฉบับที่ (เดือน ปี) : เลขหน้า. Availabel หรือแหล่งที่มา : ชื่อแหล่งที่มา. (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น)

ตัวอย่าง

Rosziowski, Michael Jr. Baky, John S. and Jones, David B. Soe which score on the LibQual+TM tell me if library users are satisfied? **Library & Information Science Research**. [serial online]. 27, 4 (Autumn 2005) : 424-439. Availabel : <http://www.sciencedirect.com/science>. (1 August 2006)