



ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด
แห่งชาติ

THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT AND
SATISFACTION OF THE NATIONAL LIBRARY OF THAILAND USERS

บุวิศกร จันทนราช

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2565

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด
แห่งชาติ



ปฏิญานិพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT AND
SATISFACTION OF THE NATIONAL LIBRARY OF THAILAND USERS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Information Studies)

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด

แห่งชาติ

ของ

บุรุษกร จันทนราช

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.ศุภรชชตรา แสนวา) (รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน)

..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส พาวินันท์) (อาจารย์ ดร.วิภากร วัฒนสินธุ์)

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ
ผู้วิจัย	บุรุษกร จันทนราช
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ศุภรชชตรา แสนวา
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร. ประภาส พาวินันท์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมีจำนวน 6 คน และกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า หอสมุดแห่งชาติมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้า 5 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า 1) สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยภาพรวมแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างก็มี ความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และ 3) การบริหารประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การบริหารประสบการณ์ลูกค้า, ความพึงพอใจ, หอสมุดแห่งชาติ

Title	THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT AND SATISFACTION OF THE NATIONAL LIBRARY OF THAILAND USERS
Author	BURASSAKRON CHANTHANARAJ
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Dr. Sumattra Saenwa
Co Advisor	Associate Professor Dr. Prapat Pawinun

This research aims to study and compare customer experience management and the satisfaction of the National Library of Thailand users, and examining the relationship between customer experience management and user satisfaction. The key informants of interview included six people. The sample consisted of 384 library users. The tools employed were semi-structured interview forms and a questionnaire. The collected qualitative data were analyzed by content analysis, and the quantitative ones were analyzed by percentage, means, standard deviation and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. The research findings revealed that the library had customer experience management, which was comprised of five aspects: (1) analyzing the experiential world of the customer; (2) building an experiential platform; (3) designing the brand experience, (4) structuring the customer interface; and (5) engaging in continuous innovation. The analysis of the quantitative data was as follows: (1) the overview of the customer experience management was at a high level. In each aspect, it was found that the analysis of the experiential world of the customer was at the highest level, followed by structuring the customer interface and designing the brand experience. There was difference in opinions of users on customer experience management between the samples and classified by age. However, there was no difference found between the samples, classified by educational degree, occupation, and the frequency of library use; and (2) the overview of user satisfaction was also at a high level. In each aspect, it was found that the highest level was place and environment, followed by service providers and information resources. There was difference in opinion on satisfaction between the samples, and classified by age. However, there were no differences found between the samples, classified by educational degree, occupation, and the frequency of library use; and (3) customer experience management was correlated with user satisfaction at a statistically significantly level of .01.

Keyword : Customer Experience Management, Satisfaction, National Library of Thailand

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาบัตรฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถอย่างสูงของอาจารย์ ดร. ศุภรชชตรา
แสนวา อาจารย์ที่ปรึกษาหลักปริญญาบัตร และรองศาสตราจารย์ ดร. ประภาส พาวินันท์ อาจารย์
ที่ปรึกษาร่วมปริญญาบัตร ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความ
เอาใจใส่อย่างดีเสมอมา ตั้งแต่เริ่มจนปริญญาบัตรสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งรองศาสตราจารย์
ดร. นันทิพย์ วิภาวิน และอาจารย์ ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์ ที่กรุณาสละเวลาร่วมเป็นประธานและ
กรรมการในการสอบปากเปล่าปริญญาบัตรในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจ
คุณภาพเครื่องมือวิจัย และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุงเครื่องมือวิจัย
รวมถึงบรรณารักษ์ บุคลากร และผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติที่ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลและให้
ข้อมูลวิจัย ทำให้การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และสุดท้ายขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว
เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนร่วมรุ่นสาขาสารสนเทศที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา

บุรัศกร จันทนราช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้า.....	11
ความหมายการบริหารประสบการณ์ลูกค้า.....	11
กระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	15
ความหมาย.....	15
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ.....	16

แนวทางการสร้างความพึงพอใจ.....	17
หอสุมุดแห่งชาติ.....	18
ประวัติหอสุมุดแห่งชาติ.....	18
วิสัยทัศน์และภารกิจของหอสุมุดแห่งชาติ.....	19
โครงสร้างหอสุมุดแห่งชาติ	20
บริการสารสนเทศของหอสุมุดแห่งชาติ	23
การบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับการสร้างความพึงพอใจในบริการสารสนเทศของ หอสุมุด แห่งชาติ.....	30
การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	30
การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า.....	31
การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	31
การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า.....	32
การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	37
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	89
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	89
สมมติฐานการวิจัย.....	89
วิธีดำเนินการวิจัย.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	92
อภิปรายผล.....	98
ข้อเสนอแนะ.....	103
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก.....	112
ภาคผนวก ก ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.....	113
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	115
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	120
ประวัติผู้เขียน.....	133



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	59
ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้าน	60
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า	61
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า	62
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	63
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	64
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	65
ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ	66
ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า จำแนกตามอายุที่พบความ แตกต่างเป็นรายคู่	67
ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นราย คู่	67
ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามระดับการศึกษา	68

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านการประกอบอาชีพ	69
ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	70
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด แห่งชาติ โดยภาพรวมและรายด้าน	71
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด แห่งชาติ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	72
ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด แห่งชาติ ด้านผู้ให้บริการ	72
ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด แห่งชาติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	73
ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุด แห่งชาติ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม	74
ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตาม อายุ	75
ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านทรัพยากร สารสนเทศ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	76
ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	76
ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	77
ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	78
ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตาม สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ	78

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกตามสถานภาพด้านการประกอบอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่.....	79
ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	80
ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	81
ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	82
ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	83
ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	84
ตาราง 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ.....	86
ตาราง 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	87

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
ภาพประกอบ 2 โครงสร้างของหอสมุดแห่งชาติ	20



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management) พัฒนามาจากแนวคิดการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) เป็นกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือองค์กร มีเป้าหมายในการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างแท้จริง และมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าผลลัพธ์ เพื่อสร้างเป็นเหตุการณ์น่าประทับใจ (Schmitt, 2003, pp. 17-18) ทั้งประสบการณ์ด้านกายภาพ และด้านจิตใจในทุกจุดสัมผัสของการติดต่อ ตั้งแต่ก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อสินค้า เพื่อสร้างความรู้สึกรับประกันต่อสินค้าและองค์กร และทำการบอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการ การบริหารประสบการณ์ลูกค้าจึงถูกนำไปใช้ในองค์กรแสวงหากำไรและธุรกิจต่างๆ จนประสบความสำเร็จ เช่น โรงแรม ธนาคาร โรงพยาบาล ร้านอาหาร เป็นต้น เนื่องจากองค์กรธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างมีกระบวนการตั้งแต่การวิเคราะห์โอกาสประสบการณ์ของลูกค้า การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Schmitt, 2003, pp. 25-30) ที่เกิดจากความร่วมมือของหลายฝ่ายในองค์กรและการรับฟังความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อนำมาวางแผนออกแบบให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น และให้ความสัมพันธ์ในเชิงลึกที่มีความหลากหลายสื่อผ่านตราสินค้าเข้าไปสู่ประสบการณ์ของลูกค้า ดังนั้นองค์กรควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า เช่น วิสัยทัศน์ของผู้นำ กลยุทธ์ ตราสินค้า เทคโนโลยี พนักงาน และการมีส่วนร่วมของลูกค้า เป็นต้น (ไช้มุกต์ วิกรัยศักดิ์ และ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2562, น. 547) และควรพัฒนาการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว

หอสมุดแห่งชาติ (National Library of Thailand) ในฐานะที่เป็นแหล่งภูมิปัญญาระดับชาติที่มีความทันสมัย มีภารกิจและหน้าที่ในการจัดหา รวบรวมทรัพยากรสารสนเทศและให้บริการทรัพยากรสารสนเทศทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อส่งเสริมการอ่าน การค้นคว้า และการศึกษาวิจัยแก่ประชาชน เพื่อให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการศึกษาตามอัธยาศัย (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 8) สอดคล้องกับแผนแม่บทส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ของไทย พ.ศ. 2560 – 2564 ในการสร้างพฤติกรรมรักการอ่านกับคนทุกช่วงวัย อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสื่อการอ่านของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและภูมิภาค ยกกระดับคุณภาพแหล่งเรียนรู้และสื่อการอ่านเพื่อการเรียนรู้ และสร้างสภาพแวดล้อม

ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการอ่าน แสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง และเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2560, น. 34) ถึงแม้หอสมุดแห่งชาติเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ไม่มีการแข่งขันกับองค์กรอื่น แต่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการดำเนินงานต่างๆ เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ มีเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และมีหน้าที่หลักในการให้บริการประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (วิภาณันท์ ล้างาม, สมชาย วรรณญาณุไกร, และ ศุภวรรษตรา แสนวา, 2561, น. 49)

บริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติประกอบด้วยทรัพยากรสารสนเทศที่มีคุณค่าหลากหลายรูปแบบ บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านห้องสมุด มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้สำหรับการให้บริการ และมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางดิจิทัลที่ทันสมัย (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2561, น. 46) โดยคำนึงถึงผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มารู้จัก และใช้ประโยชน์จากบริการต่างๆ ได้อย่างสะดวก และมีประโยชน์มากที่สุด (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2552, น. 13) จากอดีตจนถึงปัจจุบันหอสมุดแห่งชาติมีการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P มาประยุกต์ใช้ในบริการสารสนเทศด้านต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศ ค่าบริการ อาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการใช้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (ยุวเรศ อธิธิชัยวัฒนา, ศุภวรรษตรา แสนวา, และ สมชาย วรรณญาณุไกร, 2561) แต่ผู้ใช้บริการบางส่วนมีความคิดเห็นในเชิงลบ ซึ่งเป็นปัญหาจากการใช้บริการ เช่น ทรัพยากรสารสนเทศมีน้อยเกินไป ผู้ให้บริการหน้าตาไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่มีมุมอาหารว่างและเครื่องดื่ม กฎระเบียบในการเข้าใช้บริการไม่สอดคล้องกับการบริการในปัจจุบัน เป็นต้น (วิภาณันท์ ล้างาม และคนอื่น ๆ, 2561, น. 49) และจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในอดีต พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศและด้านอื่น ๆ ในระดับปานกลาง เพราะว่าทรัพยากรสารสนเทศเก่า ขำรูด มีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอับความต้องการ และผู้ให้บริการคุยกันเสียงดัง (พรทิพย์ ยิ้มวิไล, 2549, น. 194-196) จากปัญหาดังกล่าวจะมีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ทักษะคติ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการได้

การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการตามแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้าจึงเป็นภารกิจหนึ่งที่ห้องสมุดควรให้ความสำคัญ ถึงแม้จะเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร แต่สามารถนำกลยุทธ์นี้มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการได้ และจะก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย ได้แก่ ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน ช่วยเพิ่มปริมาณการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและทรัพยากรเหล่านั้นถูกใช้อย่างคุ้มค่า เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากร

สารสนเทศระหว่างห้องสมุดต่างๆ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้บริการ (จันทิมา เขียวแก้ว, 2550, น. 61-62) และเมื่อผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีจะส่งผลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจจะส่งผลต่อความภักดีและการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีไปยังบุคคลอื่น (Mansoor, Awan, & Alobidyeen, 2020) ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจได้ การเอาใจใส่ ความเสมอภาค การให้บริการอย่างก้าวหน้า และกระบวนการบริการที่เป็นขั้นตอน (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2551; พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุขเพชร, และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล, 2562; Khan, Lima, & Mahmud, 2021;) รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกัน เช่น การรับรู้ ทักษะคิด ความเชื่อ แรงใจจูงใจ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น ดังนั้นการบริหารประสบการณ์ลูกค้าจึงเป็นกลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างความพึงพอใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีตั้งแต่ก่อนเข้าใช้บริการ ระหว่างการเข้าใช้ และหลังการใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติได้อย่างสมบูรณ์

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้า พบว่ามีการนำแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามาใช้ในการให้บริการห้องสมุดและองค์กรอื่นๆ อาทิ งานวิจัยของแมนซูร์ เอเว่น และอะโลบิไดเอน (Mansoor et al., 2020) ศึกษาเรื่อง โครงสร้างและการวัดผลการบริหารประสบการณ์ลูกค้าธนาคาร ผลการวิจัยพบว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก การบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก นอกจากนี้มีงานวิจัยของ เพ็ญพรรณ จารุสาร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทย ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทยมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอยู่ในระดับมาก ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อจุดเด่นของห้องสมุดมีการดำเนินการมากที่สุด ห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทยมีการกำหนดนโยบายการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่างกัน แต่มีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน และแนวทางการบริหารประสบการณ์ลูกค้าควรประกอบด้วยบุคลากร การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้บริหาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ อาทิ งานวิจัยของ เทน, เซน และ ยาง (Tan, Chen, & Yang, 2017) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้ในสภาพแวดล้อมห้องสมุดสาธารณะ ผลการวิจัยพบว่าการสร้างประสบการณ์ในการบริการทางตรงและทางอ้อมมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามผลกระทบ

ด้านคุณภาพในการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อทดสอบความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีต่อองค์กรไม่แสวงหากำไร เช่น หอสมุดสาธารณะได้ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของสลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และการบอกต่อในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และการบอกต่อมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ความจงรักภักดี การบอกต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดี และการบอกต่อ และความจงรักภักดีมีผลกระทบเชิงบวกต่อการบอกต่อ

จากตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้าเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่ครอบคลุมประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แต่เป็นเพียงการศึกษากว้างของหอสมุด และองค์กรอื่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ โดยผลจากการวิจัยจะทำให้ทราบถึงสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารหอสมุดแห่งชาติ ตลอดจนองค์กรบริการสารสนเทศอื่นๆ ที่มีลักษณะการให้บริการคล้ายกันได้นำไปพัฒนาการบริการสารสนเทศให้มีคุณภาพสอดคล้องและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้รับในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อหอสมุดแห่งชาติ และห้องสมุดอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการแต่ละด้านให้มีคุณภาพ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริการ และเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งความภักดีของผู้ใช้บริการต่อไปในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้อำนวยการกลุ่ม จำนวน 1 คน และหัวหน้างาน จำนวน 2 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน และผู้ให้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน เลือกด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Selection)

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม 2565 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, pp. 607-610) ซึ่งกำหนดไว้ว่าประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน สุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้ได้ครบตามจำนวน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 อายุ

1.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.1.2 21-40 ปี

1.1.3 41-60 ปี

1.1.4 มากกว่า 60 ปี

1.2 ระดับการศึกษา

1.2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.2.2 ปริญญาตรี

1.2.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.3 สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ

1.3.1 นักเรียน/นักศึกษา

1.3.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.3.3 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.3.4 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว

1.3.5 อื่นๆ

1.4 ความถี่ในการใช้บริการ

1.4.1 ทุกวัน

1.4.2 สัปดาห์ละ 3-4 วัน

1.4.3 สัปดาห์ละ 1 วัน

1.4.4 เดือนละ 1-2 วัน

1.4.5 ไม่แน่นอน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า

2.1.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า

2.1.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า

2.1.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า

2.1.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า

2.1.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.2.1 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ

2.2.2 ด้านผู้ให้บริการ

2.2.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2.4 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ 5 ประเด็น ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า (Analyzing the Experiential World of the Customer)

1.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า (Building an Experiential Platform)

1.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Designing the Brand Experience)

1.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า (Structuring the Customer Interface)

1.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Engaging in Continuous Innovation)

2. หอสมุดแห่งชาติ หมายถึง สำนักหอสมุดแห่งชาติ สังกัดกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

3. ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของผู้ใช้บริการต่อบริการสารสนเทศของ หอสมุดแห่งชาติ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

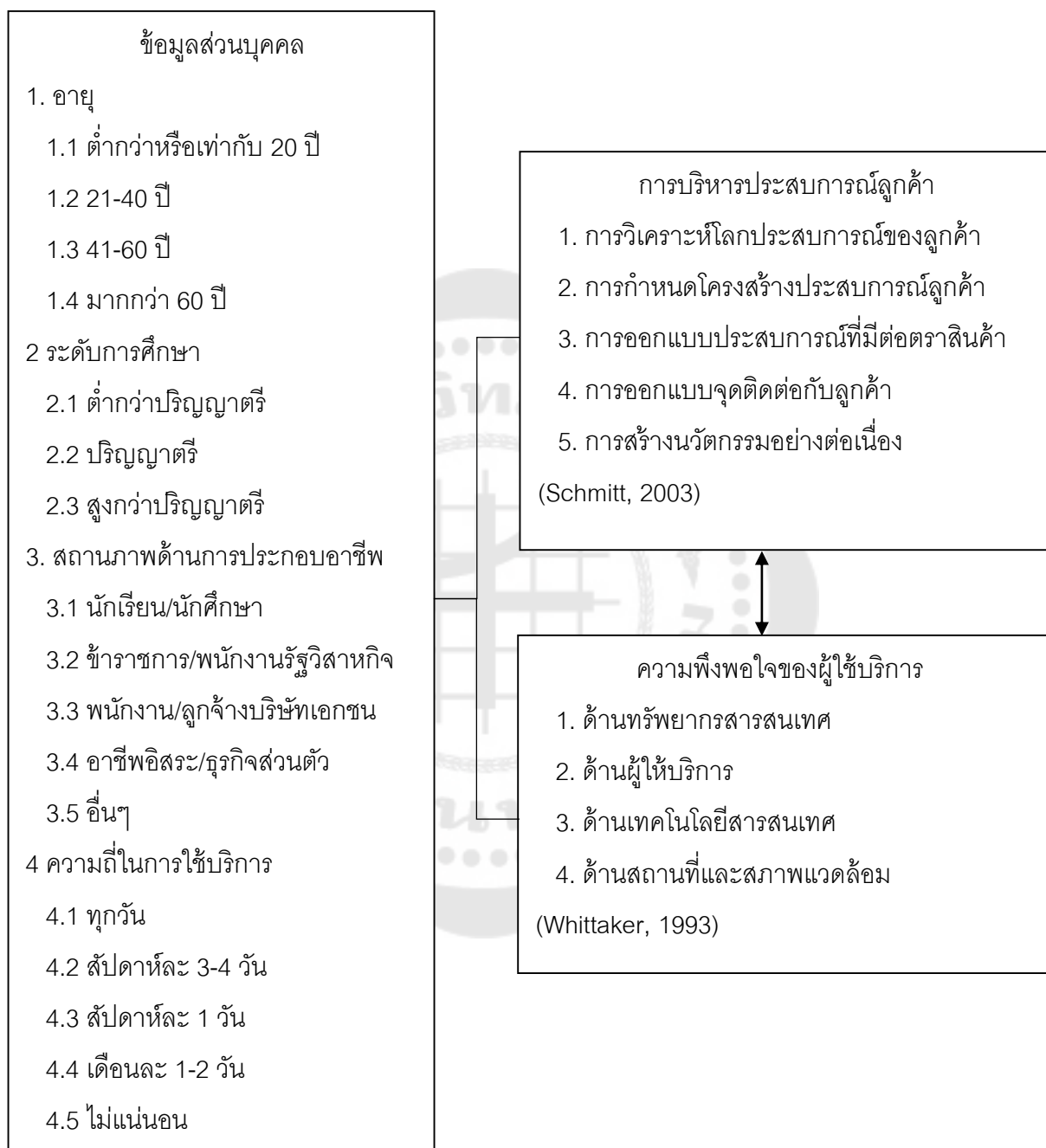
4. บริการ หมายถึง บริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

5. ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่เข้าใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2565

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
8. ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
9. การบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในทางบวก

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประสพการณ์ลูกค้า
 - 1.1 ความหมายการบริหารประสพการณ์ลูกค้า
 - 1.2 กระบวนการบริหารประสพการณ์ลูกค้า
2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.1 ความหมาย
 - 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
 - 2.3 แนวทางการสร้างความพึงพอใจ
3. หอสมุดแห่งชาติ
 - 3.1 ประวัติหอสมุดแห่งชาติ
 - 3.2 วิสัยทัศน์และภารกิจของหอสมุดแห่งชาติ
 - 3.3 โครงสร้างหอสมุดแห่งชาติ
4. บริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ
5. การบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับการสร้างความพึงพอใจในบริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ
 - 5.1 การวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า
 - 5.2 การกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า
 - 5.3 การออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า
 - 5.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า
 - 5.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้าประกอบด้วยความหมายการบริหารประสบการณ์ลูกค้า และกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า มีรายละเอียดดังนี้

ความหมายการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

องค์กรและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าประสบการณ์ลูกค้าและการบริหารประสบการณ์ลูกค้าไว้ดังนี้

เมเยอร์ และชวาเกอร์ (Meyer & Schwager, 2007, p. 2) กล่าวว่าประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การตอบสนองภายในและทัศนคติของลูกค้าที่ต้องติดต่อกับองค์กรทางตรงหรือทางอ้อม โดยทั่วไปการติดต่อทางตรงจะเกิดขึ้นระหว่างการซื้อ การใช้ และการบริการ และมักจะเริ่มต้นการติดต่อโดยลูกค้า การติดต่อทางอ้อมส่วนใหญ่เป็นการเผชิญหน้าโดยไม่ได้วางแผนกับตัวแทนขององค์กรที่เป็นสินค้า การบริการ หรือตราสินค้าซึ่งอยู่ในรูปแบบของการแนะนำปากต่อปากหรือการวิจารณ์ การโฆษณา รายงานข่าว บทวิจารณ์และอื่นๆ

องค์การมาตรฐานสากล (International Organization for Standardization, 2010, p. 3) กล่าวว่าประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การรับรู้และการตอบสนองของบุคคลจากการใช้ และ/หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ ระบบ หรือบริการที่คาดหวังไว้ ซึ่งประสบการณ์ลูกค้ารวมถึงอารมณ์ ความเชื่อ ความชอบ การรับรู้ การตอบสนองทางร่างกายและจิตใจ พฤติกรรมและความสำเร็จทั้งหมดของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นก่อนใช้ ระหว่างใช้ และหลังใช้

สรุปได้ว่าประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การรับรู้และการตอบสนองจากการใช้สินค้าหรือบริการ รวมทั้งการติดต่อกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมตั้งแต่ก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อ

ประสบการณ์ลูกค้าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ประสบการณ์ทางกายภาพ (Physical Experience) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จับต้องได้ องค์กรต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์หรือบริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ รวมถึงช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต คิวอาร์โค้ด เป็นต้น สินค้าต้องมีคุณภาพ มีปริมาณที่เพียงพอกับความ ต้องการ มีราคาที่เหมาะสม การจัดส่งต้องรวดเร็ว มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน สาขา รวมถึงช่องทางออนไลน์ ท่าเลที่ตั้งต้องอยู่ในตำแหน่งที่ง่ายต่อการเดินทาง สะดวกสบาย บรรยากาศภายในและภายนอกมีความสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความรู้จักหรือมีส่วนร่วมกับแบรนด์ อาจจัดในรูปแบบงานเปิดตัวสินค้า งานเลี้ยงขอบคุณ หรือการแจกของที่ระลึก และสิ่งสำคัญอีกประการคือการให้บริการ

ของพนักงาน ต้องคอยให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคน (บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์, 2559a)

2. ประสบการณ์ทางจิตใจ (Emotional Experience) หมายถึง สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ความพอใจที่ได้ใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจ แต่องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างเหตุการณ์น่าประทับใจ (Moment of Truth: M.O.T) โดเน้นสร้างความรู้สึกและอารมณ์เชิงบวกให้กับลูกค้า ได้แก่ ความสนุกสนานรื่นเริง ความรัก การเป็นที่ยอมรับ ความเคารพนับถือ ความไว้วางใจ และความน่าอัศจรรย์ใจในสินค้าหรือบริการ (บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์, 2559b)

ชมิธ (Schmitt, 2003, pp. 17-18) กล่าวว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือองค์กรมุ่งเน้นการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างแท้จริง (ไม่ใช่แนวคิดการตลาด) และมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าผลลัพธ์เพื่อสร้างเป็นเหตุการณ์น่าประทับใจ

ชินจิตต์ แจ้เจนนิก (2549, น. 36) กล่าวว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การผสมผสานระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามองเห็นกับความรู้สึกภายในของลูกค้า และประเมินผลจากทุกๆ ขณะของการติดต่อกับประสบการณ์ทางบวกหรือทางลบ โดยเปรียบเทียบกับความคาดหวัง หากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นต่ำกว่าความคาดหวัง จะกลายเป็นประสบการณ์ทางลบ แต่ถ้าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นสูงกว่าความคาดหวัง จะกลายเป็นประสบการณ์ทางบวก หรือเรียกว่า เหตุการณ์น่าประทับใจ (Moment of Truths of : M.O.T) ลูกค้าที่มีประสบการณ์ทางบวกจะมีความภักดีต่อสินค้าและธุรกิจ และยินดีจ่ายราคาสินค้าในราคาสูงกว่าราคาเฉลี่ยในตลาด และลูกค้าจะทำการตลาดภายนอกแทน คือ การบอกต่อ แต่ถ้าลูกค้ามีประสบการณ์ทางลบ ก็จะมีการบอกต่อเช่นกัน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าคนอื่นไม่ซื้อสินค้า ซึ่งเป็นอันตรายอย่างมากต่อธุรกิจ

สรุปได้ว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง กระบวนการบริหารประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าในทุกจุดสัมผัสของการติดต่อ และในทุกๆ ขณะการติดต่อ ตั้งแต่ก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และความพึงพอใจที่เหนือความคาดหวัง มีความรู้สึกเชิงบวกต่อสินค้าและองค์กร และทำการบอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

กระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ทำให้เกิดความประทับใจ ความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้า จำเป็นต้องมีกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นขั้นตอน เพื่อ

เป็นแนวทางปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จ ซึ่งกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้าตามแนวคิดของชมิท (Schmitt, 2003, pp. 25-30) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า (Analyzing the Experiential World of the Customer) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากพฤติกรรม ลักษณะของลูกค้า การทำความเข้าใจความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าผ่าน 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อ ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยใช้วิธีการต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การพูดคุย เป็นต้น จะทำให้องค์กรเข้าใจการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และสามารถกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ลูกค้าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

1.2 การแบ่งโลกประสบการณ์ลูกค้า จำแนกตามประเภทของการใช้เครื่องมือสื่อสาร (Customer Touch) เช่น ประสบการณ์จากสังคม ธุรกิจ ประสบการณ์จากการใช้หรือบริโภคสินค้า

1.3 ติดตามประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าในทุกจุดติดต่อ เพื่อทำความเข้าใจวิธีการเพิ่มพูนประสบการณ์ลูกค้า วิเคราะห์ว่าประสบการณ์จะเกิดกับลูกค้าที่จุดติดต่อใดบ้าง และจุดติดต่อใดจะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีผลต่อจุดติดต่ออื่นๆ ต่อไปอีก เช่น หน้าร้าน สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ โดยต้องเข้าใจหน้าที่ของสื่อแต่ละประเภทก่อน เพื่อจะได้ตอบสนองวัตถุประสงค์ และความต้องการของกลุ่มลูกค้าในทิศทางเดียวกัน (พัลลภา ปิติสันต์, ชาญญา เหลียงวุ่นเรือง, สมบุญ เกียรติรุ่งเรืองดี, และ วรวิทย์ ศัลยวุฒิ, 2554, น. 95)

1.4 วิเคราะห์สำรวจคู่แข่ง เนื่องจากประสบการณ์ลูกค้าในองค์กรคู่แข่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีค่าที่สามารถทำให้เข้าใจความคาดหวังของลูกค้า และตระหนักถึงประสิทธิภาพขององค์กรคู่แข่งได้

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า (Building an Experiential Platform) หมายถึง การสร้างจุดเด่น จุดแข็ง หรือจุดครองใจของสินค้าหรือบริการที่จะทำให้ลูกค้านึกถึงหรือจดจำได้ และส่งมอบคุณค่านั้นให้ตรงตามที่ได้กำหนดไว้หรือตามที่สื่อสารออกไปผ่านประสบการณ์ 5 ประเภท ได้แก่ ประสบการณ์จากประสาทสัมผัส ประสบการณ์จากความรู้สึก ประสบการณ์จากความคิด ประสบการณ์จากการปฏิบัติ และประสบการณ์ทางสังคม ตัวอย่างเช่น โครงการบ้านหรือคอนโดมีลักษณะทางกายภาพและมีส่วนสนันทนาการที่ครบถ้วนตามที่ได้แจ้งไว้ หรือเรียกภาษาในยุคใหม่ว่า “ตรงปก” ทำให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

อย่างแท้จริง (ประพันธ์ศักดิ์ รักษาไชยวรรณ, 2565, 4 มกราคม) ไอศกรีม Dairy Queen พนักงานต้องคว้าถ้วยไอศกรีมทุกครั้งก่อนเสิร์ฟลูกค้า แสดงถึงเอกลักษณ์ของร้านว่าต่อให้คว้าถ้วยไอศกรีมยังไงก็ไม่ละลาย สอดคล้องกับพันธกิจที่ว่า “สร้างประสบการณ์ความสุขที่ไม่มีวันละลายเมื่อได้มาสัมผัส Dairy Queen” (แตรี่ควีน, ม.ป.ป.) สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรสามารถทำได้จริงตามที่โฆษณาไว้ ไม่หลอกลวงลูกค้า และลูกค้าได้สัมผัส มองเห็น รวมทั้งได้รับรสชาติสินค้านั้นได้อย่างน่าประทับใจ

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Designing the Brand Experience) เป็นการนำกลยุทธ์การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้าไปปฏิบัติเพื่อสร้างความรู้สึที่ดีต่อตราสินค้า และเพื่อสร้างประสบการณ์ 2 ประการ ได้แก่ 1) องค์ประกอบทางกายภาพของสินค้าหรือองค์ประกอบที่อยู่นิ่ง (Static Elements) เช่น บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า สีฉันทของสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร และ 2) องค์ประกอบที่เป็นความรู้สึภายในของลูกค้ำหรือองค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลงได้ (Dynamic Element) ซึ่งเกิดขึ้นขณะที่ลูกค้ำได้สัมผัส เช่น การให้บริการของพนักงาน และการพูดคุยสื่อสารของพนักงาน

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ำ (Structuring the customer interface) เป็นการออกแบบจุดติดต่อหรือจุดสัมผัส (Touch Point) ผ่านช่องทางต่างๆ โดยมีเป้าหมายเชื่อมโยงสินค้าหรือบริการให้เข้าไปอยู่ในวิถีชีวิตของลูกค้ำ และเกิดความประทับใจขึ้น จุดติดต่อหรือจุดสัมผัสประสบการณ์ลูกค้ำมี 3 ประเภท (Duncan, 2008; Schmitt, 2003, pp. 142-143) ได้แก่

4.1 จุดติดต่อหรือจุดสัมผัสประสบการณ์ทางตรง (Face-to-Face) เป็นจุดที่ลูกค้ำเผชิญหน้ากับผู้ขายโดยตรง มีการติดต่อทำธุรกรรม เลือกซื้อสินค้า การให้บริการของพนักงาน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ำกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ การตกแต่งสภาพแวดล้อมภายในร้านหรือองค์กรผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ ภาพที่ดึงดูดสายตา เสียงเพลงที่ไพเราะ กลิ่นที่หอม รสชาติที่อร่อย และการสัมผัสที่น่าประทับใจ

4.2 จุดติดต่อหรือจุดสัมผัสประสบการณ์ทางอ้อม (Personal-but-Distant) ผู้ให้บริการกับลูกค้ำไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน อาจเป็นความรู้สึกห่วงใย ความไว้วางใจโดยมอบให้ลูกค้ำผ่านสื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เช่น วิทยุ โทรศัพท สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น รวมทั้งสถานการณ์ที่ลูกค้ำเป็นผู้ริเริ่มสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ที่ลูกค้ำได้รับกลับไปยังบริษัท เช่น การสอบถาม แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการถ่ายทอดประสบการณ์โดยการ

บอกต่อกับครอบครัว เพื่อน การแสดงความคิดเห็น วิจารณ์ (Review) จุดสัมผัสเหล่านี้มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ

4.3 จุดติดต่อหรือจุดสัมผัสประสบการณ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ บล็อกส่วนตัว เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Engaging in Continuous Innovation) คือ สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับสินค้าและบริการให้แตกต่างจากเดิม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า และเพิ่มพูนประสบการณ์บวกต่อตราสินค้า ซึ่งนวัตกรรมจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และควรนำข้อมูลประสบการณ์ของลูกค้ามาวิเคราะห์ในการออกแบบเพื่อพัฒนานวัตกรรมดังกล่าวด้วย

เพื่อให้เกิดประสบการณ์ทางบวกต่อลูกค้า องค์การควรนำกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้าทั้ง 5 ขั้นตอน ไปประยุกต์ใช้กับการให้บริการตั้งแต่การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างผลตอบแทนทางด้านตัวเงินและด้านความพึงพอใจในระยะยาว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจประกอบด้วยความหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และแนวทางการสร้างความพึงพอใจ มีรายละเอียดดังนี้

ความหมาย

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจไว้ดังนี้

โคทเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2006, p. 136) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์ของสินค้า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง หากประสิทธิภาพของสินค้าต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจ หากประสิทธิภาพตรงตามความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพอใจ และประสิทธิภาพของสินค้าที่เกินความคาดหวังจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ และ ปริญญ์ ลักษิตามาต (2561, น. 30) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความชอบใจ เป็นทัศนคติทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของผู้บริโภคได้รับการตอบสนองหรือบรรลุเป้าหมาย

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย, และ จีระศักดิ์ ทัพผา (2563, น. 60) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่ผลักดันให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เมื่อได้รับการตอบสนองของความต้องการและความคาดหวัง ที่เกิดจากการประมาณค่า ซึ่งเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทัศนคติทางบวกหรือทางลบที่มีต่อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล โดยเปรียบเทียบสินค้าและบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของตนเองถ้าสินค้าต่ำกว่าความคาดหวังจะเกิดความรู้สึกทางลบและไม่พอใจ ถ้าหากสูงกว่าความคาดหวัง จะเกิดความรู้สึกทางบวกและเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดขึ้นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอก ค่านิยม ประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันใน 8 ประเด็น (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2551; พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคนอื่นๆ, 2562; (Khan et al., 2021) ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือจับต้องได้ ได้แก่ หน้าร้าน ที่ตั้งองค์กร พนักงาน ผลิตภัณฑ์สินค้า สภาพแวดล้อมที่ดี และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก
2. ความน่าเชื่อถือ มาจากความสามารถของพนักงานในการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่เชื่อถือได้ มีความถูกต้องแม่นยำ รวมถึงความสัตย์สุจริตที่เคยสื่อสารออกไปกับลูกค้า
3. การตอบสนอง ความเต็มใจของพนักงานในการช่วยเหลือ แนะนำลูกค้า การให้บริการรวดเร็วได้ทันเวลา และความกระตือรือร้นในการให้บริการ
4. ความมั่นใจได้ เป็นการสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น ราคา กับคุณภาพของสินค้าหรือบริการมีความเหมาะสม ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้ใช้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสินค้าหรือบริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า
5. การเอาใจใส่ การดูแลและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นรายบุคคล การแสดงความเห็นอกเห็นใจลูกค้าด้วยพฤติกรรมที่สุภาพ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษและมีคุณค่าเป็นอย่างมาก
6. ความเสมอภาค โดยให้บริการลูกค้าด้วยความยุติธรรมและเท่าเทียม
7. การให้บริการอย่างก้าวหน้า มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง มีการนำกลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า

8. กระบวนการบริการ ที่เป็นขั้นตอน มีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ทั้ง 8 ประเด็นล้วนเป็นปัจจัยภายนอกที่มาจากกาให้บริการขององค์กรส่วนปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าคือปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบไปด้วยอารมณ์ การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคิด และความเชื่อ ที่มีบทบาทสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (ศิระประภา ศรีวิโรจน์, 2562, น. 39)

แนวทางการสร้างความพึงพอใจ

การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านับว่าเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและทำการซื้อซ้ำ รวมถึงมีความภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้นองค์กรต้องสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจที่ดีให้แก่ลูกค้าตลอดเวลา ซึ่งแนวทางการสร้างความพึงพอใจมีดังนี้ (Nanosoft & Solution, ม.ป.ป.)

1. การสร้างมาตรฐานการให้บริการ ประกอบด้วย 3 ระดับ ได้แก่

1.1 มาตรฐานการให้บริการขั้นพื้นฐาน คือ คุณภาพพื้นฐานของบริการที่องค์กรควรมีเพื่อสร้างความพึงพอใจ เช่น การจัดหาหรือให้บริการที่มีคุณภาพ การตกแต่งพื้นที่ภายในและภายนอกได้อย่างสะอาด สวยงาม พนักงานพร้อมให้บริการ เป็นต้น แต่ถ้บริการขององค์กรถูกเลียนแบบจะกลายเป็นบริการธรรมดาทั่วไป ดังนั้นองค์กรต้องสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

1.2 มาตรฐานการให้บริการที่เพิ่มขึ้นตามการลงทุน เป็นการยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า จากมาตรฐานการให้บริการขั้นพื้นฐานไปสู่บริการใหม่ที่คู่แข่งยังไม่มี โดยความคุ้มค่าของการลงทุนจะต้องไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มระดับความพึงพอใจ และองค์กรควรสำรวจความพอใจของลูกค้าควบคู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มการลงทุนในอนาคตให้ตรงกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว

1.3 มาตรฐานการให้บริการที่สร้างประสบการณ์น่าประทับใจให้ลูกค้า เป็นวิธีสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ไม่ได้คาดคิด หรือเหนือความคาดหวัง อาจเกิดจากพนักงานที่ได้รับฝึกอบรมในการให้บริการเป็นอย่างดี ลูกค้ามีส่วนร่วมกับองค์กรในการวางแผนดำเนินงาน การสร้างความพึงพอใจในระดับประสบการณ์นี้เป็นสิ่งที่องค์กรต้องลงทุนในระยะยาวจนกลายเป็นวัฒนธรรมบริการที่ช่วยเหลือหลอมให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้าตลอดเวลา

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ต้นทุนของลูกค้า กล่าวคือต้นทุนด้านจิตใจที่ลูกค้าต้องยอมรับจากการซื้อสินค้า รวมถึงราคาของสินค้าหรือบริการ การสร้างความแตกต่างให้มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนคู่แข่ง และการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งคุณค่าของสินค้าหรือบริการต้องสอดคล้องกับความคาดหวัง หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าที่ต่ำกว่าความคาดหวังก็จะไม่เกิดความพึงพอใจ

นอกจากนี้คุณลักษณะของการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากตัวอักษรภาษาอังกฤษของคำว่าบริการ (Service) ทั้ง 7 ตัว ตามแนวคิดของจินตนา บุญบงการ (2539, น. 7-8) ได้แก่

1. S = Smiling Sympathy คือ การยิ้มแย้ม แจ่มใส เอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากของผู้มาใช้บริการ

2. E = Early Response คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

3. R = Respectful คือ การแสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติผู้ใช้บริการ

4. V = Voluntariness manner คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ

5. I = Image Enhancing คือ การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กร

6. C = Courtesy คือ ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

7. E = Enthusiasm คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการที่มากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

หอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติมีหน้าที่ในการอนุรักษ์และถ่ายทอดการแสดงออกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ประเทศต่างๆ สร้างขึ้น วิวัฒนาการของหอสมุดแห่งชาติมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อต่างๆ ในการพัฒนาสมรรถนะการสร้างสรรคของผู้คน และประวัติศาสตร์ของหอสมุดเปรียบได้กับการพัฒนาประเทศที่ก่อตั้งขึ้น หอสมุดแห่งชาติที่แข็งแกร่งที่สุดคือห้องสมุดจากประเทศที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานเกี่ยวกับแนวคิดของบ้านเมือง และการสนับสนุนสำหรับสร้างสรรคทางวัฒนธรรม (Aramburo, 2019, p. 225)

ประวัติหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2424 จากพระมหากรุณาธิคุณในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และวันที่ 12 ตุลาคม 2448 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ

ให้รวมหอพระสมุดวชิรญาณ หอพระมณเฑียรธรรม และหอพระพุทธานุศาสนสังคหะ และพระราชทานนามว่า “หอพระวชิรญาณสำหรับพระนคร” ต่อมาในปี พ.ศ. 2469 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้แยกหอพระสมุดวชิรญาณสำหรับพระนครออกเป็น 2 หอ คือ หอพระสมุดวชิราวุธ และหอพระสมุดวชิรญาณ และให้เรียกรวมว่า “หอพระสมุดสำหรับพระนคร” ต่อมาในปี พ.ศ. 2476 รัฐบาลได้จัดตั้งกรมศิลปากรขึ้น และกำหนดให้หอพระสมุดสำหรับพระนคร มีฐานะเป็นกองหนึ่งในกรมศิลปากร เรียกว่า “กองหอสมุด” และเปลี่ยนชื่อจากหอพระสมุดสำหรับพระนครเป็น “หอสมุดแห่งชาติ” มีแผนกขึ้นในกองหอสมุด 2 แผนก ได้แก่ แผนกบรรณารักษ์ และแผนกบันทึกเหตุการณ์ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 4-7)

วิสัยทัศน์และภารกิจของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติมีวิสัยทัศน์องค์การคือ หอสมุดแห่งชาติเป็นแหล่งภูมิปัญญาาระดับนานาชาติที่มีความทันสมัย และสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรสารสนเทศ มุ่งใช้นวัตกรรม เพื่อการบริการสู่ความเป็นเลิศ และหอสมุดแห่งชาติมีภารกิจหลัก (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 8) ดังนี้

1. ดำเนินการสำรวจ จัดทำ รวบรวม จัดเก็บ และสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารโบราณ
2. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ดำเนินงานด้านเทคนิควิชาการบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ตามหลักมาตรฐานสากล และมีการฝึกอบรมแก่บุคลากรของหน่วยงาน และสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ
3. ให้บริการและส่งเสริมการอ่าน ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยแก่ประชาชน เพื่อให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการศึกษาตามอัธยาศัย
4. เป็นศูนย์ประสานงานระบบสารสนเทศทางวิชาการแห่งชาติ
5. เป็นศูนย์วารสารระหว่างชาติแห่งประเทศไทย ศูนย์กำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ และวารสาร ศูนย์กำหนดรายละเอียดทางบรรณานุกรมของหนังสือพิมพ์ที่จัดพิมพ์ในประเทศและเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ในระดับชาติ และนานาชาติ
6. เป็นคลังสิ่งพิมพ์ของชาติ
7. เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการพิมพ์หนังสือพิมพ์ ตามกฎหมายว่าด้วยการจัดแจ้งการพิมพ์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
8. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานงานวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศของหอสมุดแห่งชาติ
9. ดำเนินการส่งเสริมและประสานงานเครือข่ายหอสมุดแห่งชาติ

10. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

โครงสร้างหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติเป็นหน่วยงานภายใต้กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม มีโครงสร้างองค์กร (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 9-11) รายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างของหอสมุดแห่งชาติ

1. กลุ่มพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ ประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

1.1 กลุ่มงานคัดเลือกและประเมินคุณภาพทรัพยากรสารสนเทศ มีหน้าที่ในการจัดหา คัดเลือก รวบรวมทรัพยากรสารสนเทศทุกประเภทที่ผลิตภายในประเทศและต่างประเทศ ติดตามทรัพยากรสารสนเทศตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ และลงทะเบียนทรัพยากรสารสนเทศตามหลักวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

1.2 กลุ่มงานวิเคราะห์เนื้อหาและจัดหมวดหมู่ทรัพยากรสารสนเทศ มีหน้าที่วิเคราะห์ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อกำหนดหมวดหมู่ ลงรายการทางบรรณานุกรมบันทึกในฐานข้อมูล กำหนดรายละเอียดทางบรรณานุกรมของหนังสือ (CIP) รวบรวมรายชื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อจัดทำบรรณานุกรมแห่งชาติ

1.3 ศูนย์กลางแลกเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ มีหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนและบริการยืมสิ่งพิมพ์ระหว่างห้องสมุดในประเทศและต่างประเทศ

1.4 กลุ่มงานผลิตสื่อทัศนวัสดุ มีหน้าที่ด้านเทคนิคเกี่ยวกับสื่อทัศนฉบับที่ภาพ ผลิต แปลงสภาพ และจัดทำสำเนาต้นฉบับทรัพยากรสารสนเทศ

2. กลุ่มบริการทรัพยากรสารสนเทศประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

2.1 กลุ่มงานบริการหนังสือ วารสาร และหนังสือพิมพ์ มีหน้าที่ให้บริการการอ่านตอบคำถาม และช่วยค้นคว้าวิจัย จัดทำตรวจหนี บรรณนิทัศน์ บรรณานุกรม สารระสังเขป และเอกสารแนะนำการใช้บริการ ดำเนินงานกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน และบริการนำชม

2.2 กลุ่มงานบริการพิเศษ ISSN ISBN และจัดแจ้งการพิมพ์ มีหน้าที่บริการรับจัดแจ้งการพิมพ์หนังสือพิมพ์และวารสารตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 กำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) และมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN)

2.3 กลุ่มงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและทัศนวัสดุ มีหน้าที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi Fi) สื่อทัศนต่างๆ และสื่อสำหรับผู้มีความบกพร่องทางร่างกาย

2.4 กลุ่มงานสงวนรักษาหนังสือ มีหน้าที่ด้านเทคนิคเกี่ยวกับการซ่อมและสงวนรักษาทรัพยากรสารสนเทศ

2.5 กลุ่มงานศิลปกรรมและกิจกรรมห้องสมุด มีหน้าที่ในการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ดำเนินการจัดกิจกรรม นิทรรศการ การประชุม สัมมนา และงานอื่นๆ ของห้องสมุดแห่งชาติ

3. กลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุด ประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

3.1 กลุ่มงานค้นคว้าและวิจัย มีหน้าที่ศึกษา ค้นคว้า วิจัยด้านวิชาการ เพื่อประเมินคุณภาพ และพัฒนาระบบงานของห้องสมุดแห่งชาติ

3.2 กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาห้องสมุด มีหน้าที่วิเคราะห์ วางแผน เพื่อประเมินคุณภาพและพัฒนาบุคลากร ประสานงานเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุดทั้งในและต่างประเทศ และเป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการอำนวยการและประสานงานระบบสารนิเทศทางวิชาการแห่งชาติ และศูนย์ประสานงานสารนิเทศสาขามนุษยศาสตร์

4. กลุ่มหนังสือตัวเขียนและจารึก ประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

4.1 กลุ่มงานภาษาโบราณ มีหน้าที่วิเคราะห์ วิจัย เปรียบเทียบลักษณะรูปแบบ อักษร และภาษา กำหนดอายุสมัย กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดถ่ายถอด คัดลอก ทำสำเนา ปิรวรรต และแปลอักษร-ภาษาโบราณจากเอกสารโบราณเป็นอักษรภาษาไทยปัจจุบัน

4.2 กลุ่มงานทะเบียนและบริการ มีหน้าที่จัดทำทะเบียนเอกสารโบราณ วิเคราะห์ กำหนดหมวดหมู่ จัดทำทะเบียน บัตรรายการ และบัญชีบริการตามประเภทของเอกสารโบราณ บริการ และให้ข้อมูลประกอบการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารโบราณแก่นิสิต นักศึกษา ประชาชน พิจารณาตรวจสอบสภาพเอกสารโบราณ เพื่อจัดให้มีการอนุรักษ์สงวนรักษาต้นฉบับ และส่งทำ สำเนาประเภทต่างๆ ที่เหมาะสม

4.3 กลุ่มงานสำรวจเอกสารโบราณ มีหน้าที่สำรวจแหล่งข้อมูลเอกสารโบราณใน ภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ

5. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

5.1 งานธุรการและบุคลากร มีหน้าที่เกี่ยวกับงานสารบรรณ งานธุรการ การ ประชุมของหน่วยงาน และงานบุคคลในเบื้องต้นของหน่วยงาน

5.2 งานการเงินพัสดุอาคารและสถานที่ มีหน้าที่เกี่ยวกับงานการเงิน การบัญชี งานพัสดุ อาคาร สถานที่ และยานพาหนะของหน่วยงาน

5.3 งานแผนและงบประมาณ มีหน้าที่เกี่ยวกับงานแผนงาน โครงการ และงาน งบประมาณของหน่วยงาน

6. หอสมุดดนตรีพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 และห้องสมุดดนตรี หอสมุดกรมศิลปากร ประกอบด้วยหน่วยงานภายใน ดังนี้

6.1 งานบริการ มีหน้าที่ให้บริการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทรัพยากรสารสนเทศ ด้าน ดนตรีและประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโสตทัศนแก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชน

6.2 งานผลิตและอนุรักษ์ด้านดนตรี มีหน้าที่สำรวจ จัดหา รวบรวมทรัพยากร สารสนเทศด้านดนตรี อนุรักษ์ สืบสาน ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลวิชาการทางดนตรีทั้งในรูปแบบของ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโสตทัศน

6.3 งานส่งเสริมและเผยแพร่ด้านดนตรี มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงาน และ แลกเปลี่ยนข้อมูลวิชาการดนตรีกับองค์กรสมาคม ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน

7. หอสมุดแห่งชาติเขตลาดกระบัง เฉลิมพระเกียรติ มีหน้าที่ให้บริการการอ่าน ศึกษา ค้นคว้า วิจัยหนังสือ หนังสือพิมพ์ สื่อโสตทัศน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทุกสาขาวิชาแก่นักเรียน นักศึกษา

และประชาชน บริการตอบคำถามและช่วยค้นหา จัดนิทรรศการและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการอ่านและส่งเสริมความรู้แก่ประชาชน

8. คลังสิ่งพิมพ์ มีหน้าที่รวบรวมทรัพยากรสารสนเทศที่ได้รับตาม พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์เพื่อจัดเก็บเป็นคลังสิ่งพิมพ์ของชาติซึ่งคลังสิ่งพิมพ์เป็นหน่วยงานภายในของกลุ่มพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ

9. หอสมุดดำรงราชานุภาพมีหน้าที่ในการให้บริการหนังสือหายากที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงสะสมไว้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งสิ่งของมีค่าต่างๆ ตลอดจนภาพถ่ายส่วนพระองค์

10. ศูนย์นราธิปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์มีหน้าที่ในการให้บริการหนังสือพระนิพนธ์ หนังสือส่วนพระองค์ของพระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์

11. หอวิชาการฐานุสรณ์ มีหน้าที่เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับต้นฉบับ ลายพระราชหัตถ์ พระราชประวัติ พระราชนิพนธ์ พระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ตลอดจนเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับนักเรียน นักศึกษาและประชาชนที่สนใจต้องการศึกษา

12. หอสมุดปียมหาราชรถก มีหน้าที่ในการให้บริการ เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาค้นคว้า วิจัย พระราชประวัติและพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในด้านต่างๆ

13. หอสมุดแห่งชาติส่วนภูมิภาค 11 แห่ง ประกอบด้วยหอสมุดแห่งชาติจังหวัด สุพรรณบุรี เฉลิมพระเกียรติ หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก กาญจนบุรี หอสมุดแห่งชาติชลบุรี หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก จันทบุรี หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นครพนม หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.9 นครราชสีมา หอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ตรัง หอสมุดแห่งชาตินครศรีธรรมราช หอสมุดแห่งชาติกาญจนาภิเษก สงขลา หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สงขลา

บริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ

บริการสารสนเทศเป็นงานที่มีความสำคัญต่อห้องสมุด เนื่องจากห้องสมุดเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่สำคัญในการให้บริการสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ โดยมีกระบวนการดำเนินงานกิจกรรม บริการด้านต่างๆ ตั้งแต่บริการการอ่าน การค้นคว้าหาข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวในสาขาวิชาต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงสารสนเทศและ

ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (มาลี ล้ำสกุล, 2555, น. 1-7; สุวรรณ อภัยวงศ์, 2542, น. 37)

การจัดบริการสารสนเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ที่ประสานเชื่อมโยงให้เกิดเป็นบริการสารสนเทศที่สมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (พิมพรีไพ เปรมสมิทธิ และคนอื่น ๆ, 2555, น. 136-140; Whittaker, 1993, pp. 3-4) ดังนี้

1. ทรัพยากรสารสนเทศ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อโสตทัศน ที่ห้องสมุดต้องคัดเลือกและจัดหาสำหรับให้บริการ โดยการคัดเลือกและจัดหาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น นโยบายและงบประมาณของห้องสมุด ความต้องการของผู้ใช้บริการ และสถานที่ในการจัดเก็บ เป็นต้น สิ่งที่ต้องคำนึงในการคัดเลือกและจัดหาคือทรัพยากรสารสนเทศต้องครอบคลุมในสาขาวิชาต่างๆ ที่ได้ระบุไว้ในนโยบายของห้องสมุด มีเนื้อหาที่ทันสมัย มีปริมาณเพียงพอกับผู้ใช้บริการ และมีระบบการจัดเก็บและค้นคืนที่สะดวก รวดเร็ว

2. ผู้ให้บริการ มีความหมายครอบคลุมบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ติดต่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง และบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่สนับสนุน ซึ่งมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายของห้องสมุดในด้านต่างๆ ผู้ให้บริการแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการให้บริการ จึงควรมีความรู้ และทักษะในวิชาชีพ รวมถึงการให้บริการด้วยความเต็มใจ (Service Mind)

3. ผู้ใช้บริการ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดบริการสารสนเทศ เพราะเป็นดัชนีชี้วัดคุณค่าในบริการนั้นๆ ห้องสมุดจึงควรให้ความสำคัญและผู้ใช้บริการต้องมีความรู้ ความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ และสามารถนำส่งบริการที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ และในขณะเดียวกันผู้ใช้บริการจะต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบและสิทธิในฐานะของผู้ใช้บริการด้วย

4. เทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดบริการ ประกอบด้วยคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระบบการสื่อสาร ตัวอย่างเทคโนโลยีสารสนเทศที่นิยมใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เช่น การใช้แถบแม่เหล็ก บาร์โค้ด สัญญาณวิทยุ (RFID) และระบบสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ เป็นต้น

5. สถานที่และสภาพแวดล้อม ประกอบด้วยที่ตั้งของห้องสมุดต้องอยู่ไม่ไกลเกินไปทางเข้าที่มองเห็นชัดเจนและกว้างขวาง บรรยากาศแรกเข้าควรทำให้ผู้ใช้เกิดความคุ้นเคย อยากเข้าไปใช้บริการ มีป้ายต่างๆ แสดงอย่างชัดเจน สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเงียบสงบ สบายตา มีการตกแต่งประดับที่สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โต๊ะ เก้าอี้นั่งสบาย มีจำนวน

เพียงพอ มีคุณภาพที่เหมาะสมและอากาศถ่ายเท มีสุขอนามัยที่ดี รวมถึงการดูแลความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ทั้งความปลอดภัยของทรัพยากรสารสนเทศ ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ

บริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติประกอบด้วยทรัพยากรสารสนเทศที่มีคุณค่าหลากหลายรูปแบบ บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านห้องสมุด มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้สำหรับการให้บริการ และมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางดิจิทัลที่ทันสมัย (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2561, น. 46) ซึ่งรายละเอียดค่าบริการสารสนเทศด้านต่างๆ ของหอสมุดแห่งชาติ มีดังนี้

1. ทรัพยากรสารสนเทศ หอสมุดแห่งชาติมีทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย และมีการจัดหมวดหมู่ตามระบบทศนิยมดิวอี้ (Dewey Decimal Classification) ทั้งสิ่งสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถเข้าถึงออนไลน์ได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, ม.ป.ป.-b) ได้แก่

1.1 หนังสือทั่วไป ได้แก่ หนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน ทั้งหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หนังสือภาษาไทยปีพิมพ์ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 ถึงปีปัจจุบัน และหนังสือภาษาอังกฤษตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ถึงปีปัจจุบัน โดยแบ่งการจัดหมวดหมู่ตามระบบทศนิยมดิวอี้ 10 หมวด ได้แก่ วิทยาการคอมพิวเตอร์ สารสนเทศและความรู้ทั่วไป ปรัชญาและจิตวิทยา ศาสนา สังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ศิลปะและนันทนาการ วรรณกรรม ประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์

1.2 หนังสือประเทศไทย และหนังสือนานาชาติ โดยหนังสือประเทศไทย ให้บริการหนังสือที่จัดพิมพ์ในประเทศไทย โดยไม่แยก ปี พ.ศ. ครอบคลุมทุกหมวดหมู่ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมถึงบริการหนังสือส่วนตัวและจัดแสดงข่าวของเครื่องใช้ของหม่อมเจ้าสมัยเฉลิม กฤษดากร, พระยาอนุমানราชชน, หลวงวิจิตรวาทการ และขุนวิจิตรมาตราห้องบริการหนังสือประเทศไทยให้บริการในระบบชั้นปิด ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอใช้บริการส่วนหนังสือนานาชาติ ให้บริการหนังสือที่จัดพิมพ์เป็นภาษาของแต่ละประเทศ จำนวน 64 ประเทศ โดยได้รับมาจากการแลกเปลี่ยนสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศ รวมทั้งได้รับบริจาคจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้บริการในระบบชั้นเปิด ผู้ใช้บริการสามารถเลือกอ่านหนังสือได้ตามอัธยาศัย

1.3 หนังสือหายาก เป็นเอกสารที่มีคุณค่าทั้งด้านเนื้อหาและด้านการพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ มีอายุประมาณ 50-150 ปี ซึ่งผู้บริการอาจไม่สามารถหาได้จากห้องสมุดทั่วไป และไม่มีจำหน่ายในท้องตลาด ได้แก่ พระราชนิพนธ์ พระนิพนธ์ หนังสือส่วน

พระองค์ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และบรมวงศานุวงศ์พระองค์อื่นๆ หนังสือที่พิมพ์ในระยะเริ่มแรก หนังสือฉบับพิมพ์ครั้งแรก และพิมพ์ในโอกาสพิเศษต่างๆ หนังสือที่มีความโดดเด่น มีรูปเล่มสวยงาม และมีภาพประกอบที่ทรงคุณค่า หนังสืออนุสรณ์งานศพ หนังสือแบบเรียนเก่า รวมถึงหนังสือใหม่ที่พิจารณาแล้วว่าจะเป็นหนังสือพิเศษที่หาได้ยากในอนาคต การให้บริการเป็นระบบชั้นปิด ผู้ใช้บริการต้องลงชื่อเข้าใช้ กรอกแบบฟอร์มการขอใช้บริการ พร้อมแนบบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรที่ทางราชการออกให้ สามารถใช้หนังสือได้ครั้งละ 5 เล่ม และใช้ภายในห้องหนังสือหายากเท่านั้น และห้ามคัดลอกหรือทำสำเนาใดๆ นอกจากประโยชน์ทางการศึกษา

1.4 วารสารและหนังสือพิมพ์ ฉบับปัจจุบันและฉบับล่วงเวลาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน สำหรับวารสารและหนังสือพิมพ์ฉบับล่วงเวลาจะให้บริการในระบบชั้นปิดเพื่อเป็นการอนุรักษ์ข้อมูลและสภาพต้นฉบับให้มีอายุยาวนาน และบางฉบับมีการเย็บเล่มปกแข็ง และการทำสำเนา ส่วนวารสารและหนังสือพิมพ์ฉบับปัจจุบันจะให้บริการด้วยระบบชั้นเปิด ผู้ใช้บริการสามารถเลือกอ่านตามอัธยาศัย

1.5 นวนิยาย โดยนวนิยายภาษาไทยที่จัดพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน และนวนิยายต่างประเทศที่จัดพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2000-ปัจจุบันให้บริการระบบชั้นเปิด ณ มุมหนังสือนวนิยาย ผู้ใช้บริการสามารถเลือกอ่านได้ตามอัธยาศัย ส่วนนวนิยายที่จัดพิมพ์ต่ำกว่าปี พ.ศ. 2550 และปี ค.ศ. 2000 จะให้บริการระบบชั้นปิด ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอใช้บริการ

1.6 ราชกิจจานุเบกษา ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 - รัชกาลปัจจุบัน ให้บริการในระบบชั้นปิด ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอใช้บริการ

1.7 วิทยานิพนธ์และงานวิจัย วิทยานิพนธ์ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) ถึงปีปัจจุบันและรายงานการวิจัยตั้งแต่ พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ถึงปีปัจจุบัน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้บริการในระบบชั้นปิด ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอใช้บริการ สำหรับวิทยานิพนธ์และงานวิจัยก่อนปี พ.ศ. 2547 ให้บริการ ณ หอสมุดแห่งชาติเขตลาดกระบัง เฉลิมพระเกียรติ

1.8 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นบริการอ่านหนังสือออนไลน์ให้บริการผ่านเว็บไซต์ มีบริการหนังสือหลากหลายหมวดหมู่ เช่น กฎหมาย การศึกษา การเกษตรและชีววิทยา การเมืองและการปกครอง กีฬา ท่องเที่ยว สุขภาพและอาหาร คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิกได้ฟรีและเข้าใช้งานได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือนินตบุ๊กซึ่งสามารถอ่านในเว็บไซต์ได้เลย หากเข้าใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน ต้องดาวน์โหลด

แอปพลิเคชัน 2ebookLibrary ก่อนการอ่านหนังสือ และสามารถยืมหนังสือได้สูงสุด 3 เล่ม ระยะเวลา 5 วัน

1.9 ห้องสมุดดิจิทัล (D-Library) เป็นฐานข้อมูลที่ให้บริการสืบค้นข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่างๆ และเชื่อมโยงการให้บริการของหอสมุดแห่งชาติไปสู่หอสมุดแห่งชาติในส่วนภูมิภาค 11 แห่ง พัฒนาโดยใช้โปรแกรมประยุกต์แบบโอเพนซอร์ส (Open Source) ชื่อว่าโอเมก้า (Omeka) และใช้มาตรฐานการลงรายการดับลิน คอร์ เมทาเดตา (Dublin Core Metadata Standard) สามารถเข้าถึงได้ โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก สารสนเทศที่ให้บริการจัดออกเป็น 14 ประเภท ได้แก่ หนังสือหายาก หนังสือพิมพ์ฉบับล่วงเวลา วารสารฉบับล่วงเวลา เอกสารโบราณ องค์ความรู้และสิ่งพิมพ์หอสมุดแห่งชาติ สื่อมัลติมีเดีย นิเทศสารศิลปากร หนังสือท้องถิ่น หนังสือกรมศิลปากร วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ รายงานประจำปีสำนักหอสมุดแห่งชาติ ข่าวห้องสมุด ดำรงราชานุภาพแบบเรียนเก่า หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในโครงการ National e-Library (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 12)

1.10 หนังสืออักษรเบรลล์ และหนังสือเสียง (ซีดี ดีวีดี) เป็นทรัพยากรสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกสำหรับผู้บกพร่องทางการเรียนรู้ ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนขอใช้กับเจ้าหน้าที่ให้บริการ

1.11 วิดีทัศน์ และแผ่นซีดี มีเนื้อหาทั้งสารคดี ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา ภูมิประเทศ แบบเรียนภาษาต่างประเทศ และซีดีที่มาพร้อมกับหนังสือ ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนขอใช้กับเจ้าหน้าที่ให้บริการ

1.12 ภาพถ่าย โปสเตอร์ และแผนที่ ได้แก่ ภาพถ่ายเก่า ภาพพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรีและพระบรมวงศานุวงศ์ ภาพบุคคลสำคัญของไทย เป็นต้น อัลบั้มภาพกิจกรรมของหอสมุดแห่งชาติที่จัดขึ้น เช่น การประชุม สัมมนา เป็นต้น แผนที่ประเทศไทยและต่างประเทศทั้งในอดีตและปัจจุบัน โปสเตอร์ โปสเตอร์ และปฏิทินเก่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี และภูมิประเทศ เป็นต้น ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนขอใช้กับเจ้าหน้าที่ให้บริการ กรณีเป็นชาวต่างประเทศ ควรมีหนังสือรับรองจากสภาวิจัยแห่งชาติหรือได้รับอนุญาตจากผู้อำนวยการหอสมุดแห่งชาติโดยพิจารณาเฉพาะกรณี

1.13 ไมโครฟิล์ม ไมโครฟิช และไมโครแฉกเกิด ซึ่งถ่ายข้อมูลจากต้นฉบับที่เป็นวารสาร หนังสือพิมพ์ แบบเรียนเก่า และหนังสือหายากบางประเภทที่มีอยู่ในหอสมุดแห่งชาติ ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนขอใช้กับเจ้าหน้าที่ให้บริการ หากต้องการทำสำเนา เจ้าหน้าที่จะนัดวันมารับภายหลัง พร้อมออกใบเสร็จรับเงินค่าถ่ายสำเนา

1.14 เอกสารโบราณ ได้แก่ คัมภีร์โบราณ หนังสือสมุดไทย จารึก และตู้พระธรรม รวมทั้งห้องนิทรรศการเอกสารโบราณ ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อลงทะเบียนขอใช้บริการ โดยจำแนกตามประเภทของผู้ใช้บริการ ดังนี้ ประชาชนทั่วไปต้องกรอกแบบฟอร์มขออนุญาตใช้บริการ ระบุรายการเอกสารที่ต้องการศึกษา และบัตรประจำตัวประชาชน นักศึกษา นักวิจัย และบุคลากรที่มีหน่วยงานต้นสังกัด ต้องมีหนังสือรับรองจากสถานศึกษาหรือหน่วยงานต้นสังกัด กรอกแบบฟอร์มขออนุญาตใช้บริการ ระบุเอกสารที่ต้องการศึกษา และบัตรประจำตัวตามต้นสังกัดที่ระบุในหนังสือรับรอง พระภิกษุ นักบวชต้องกรอกแบบฟอร์มขออนุญาตขอใช้บริการ ระบุรายการเอกสารที่ต้องการศึกษา และใบสุทธิ บัตรประจำตัวประชาชน นักวิจัยชาวต่างชาติ ต้องมีหนังสือรับรองจากสภาวิจัยแห่งชาติ กรอกแบบฟอร์มขออนุญาตใช้บริการ ระบุรายการเอกสารที่ต้องการศึกษา และบัตรประจำตัวนักวิจัยที่ออกโดยสภาวิจัยแห่งชาติ

1.15 บริการพิเศษ ได้แก่ บริการเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) บริการจัดแจ้งการพิมพ์ และบริการข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ (Cataloguing in Publication: CIP)

1.16 บริการ Smart Library ได้แก่ พื้นที่ Co-Working Space พื้นที่แห่งการเรียนรู้ร่วมกัน จุดให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi Fi) บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ (Single Search) การเข้าถึงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของหอสมุดแห่งชาติผ่าน QR Code บริการหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารออนไลน์ (E-Newspaper) หอสมุดดิจิทัล (D-Library) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และแอปพลิเคชันของหอสมุดแห่งชาติ (NLT Application) ซึ่งผู้ใช้สามารถใช้งานได้ผ่านการสแกน QR Code ผ่านสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต

2. ผู้ให้บริการ หอสมุดแห่งชาติมีผู้ให้บริการที่เพียงพอ มีความรู้ ความสามารถ มีความเป็นมิตรและจิตในการให้บริการ ผู้ให้บริการมีดังนี้

2.1 บรรณารักษ์ มีหน้าที่จัดหา คัดเลือก วิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ ลงรายการ ทำบรรณานุกรม ตีพิมพ์ สารระสังเขปของหนังสือ รวมทั้งจัดทำคู่มือการศึกษาค้นคว้าหนังสือในหอสมุด (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2554a) และให้บริการตอบคำถาม ช่วยค้นคว้า ให้คำปรึกษา และแนะนำ โดยจะให้บริการประจำจุดต่างๆ ภายในหอสมุดแห่งชาติ นอกจากนี้ยังให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับผู้บริการที่ไม่สะดวกเดินทางเข้ามา

2.2 นักภาษาโบราณ มีหน้าที่ถ่ายถอด คัดลอกอักษรโบราณ รวบรวมเอกสารโบราณ เพื่อดูแลรักษา จัดหมวดหมู่ แยกประเภทเพื่อให้บริการ และมีหน้าที่ช่วยศึกษา ค้นคว้า ตอบปัญหา ผูกอบรมแก่ผู้บริการที่มีความสนใจ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2554c)

2.3 เจ้าหน้าที่งานห้องสมุด มีหน้าที่ควบคุมดูแลหอสมุดแห่งชาติ จัดหา เก็บรักษา หนังสือ รับผิดชอบอาคาร วัสดุ ครุภัณฑ์ของหอสมุด ทำทะเบียน จัดหมวดหมู่หนังสือ แนะนำและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม เผยแพร่ และชักจูงให้ผู้ใช้เข้ามาใช้บริการที่หอสมุดแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2554b)

เพื่อพัฒนาผู้ใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติให้มีประสิทธิภาพ ได้มีการจัดโครงการพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารแก่บุคลากร และการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการบริการแก่บุคลากรของหอสมุดแห่งชาติ

3. ผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา นักวิจัย และบุคคลอื่นที่มีความสนใจใช้บริการ ซึ่งมีผู้ใช้เข้ามาใช้บริการที่หอสมุดแห่งชาติประมาณ 194,294 คน/ปี และเข้าใช้บริการโดยเยี่ยมชมผ่านเว็บไซต์ 84,696 คน/ปี (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 15)

4. เทคโนโลยีสารสนเทศ หอสมุดแห่งชาติมีเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการฐานข้อมูลสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ (OPAC) และฐานข้อมูลสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มีเครือข่ายไร้สาย (Wi Fi) ที่มีประสิทธิภาพ มีระบบ Smart Library ผ่านหน้าจอขนาดใหญ่สำหรับค้นหาหนังสือ แผนที่หอสมุดและสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องบริการต่างๆ ข่าวประชาสัมพันธ์ ระบบ VDO Call สำหรับติดต่อ สอบถามผู้ใช้บริการในห้องบริการต่างๆ ซึ่งผู้ใช้กับผู้ใช้บริการสามารถสนทนาสื่อสารกันได้ทันที ระบบ Smart Card ด้วยเทคโนโลยี RFID สำหรับใช้บริการภายในหอสมุดด้วยบัตรเดียว ได้แก่ ระบบประตูกันทางเข้าออก ล็อคเกอร์ และการใช้งานอินเทอร์เน็ต และช่องทางการติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบ เช่น โทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, ม.ป.ป.-a)

5. สถานที่ สภาพแวดล้อม หอสมุดแห่งชาติมีที่ตั้งใกล้กับสถานศึกษา สถานที่ราชการ และแหล่งชุมชน มีการคมนาคมที่สะดวก สภาพแวดล้อมภายนอกมีความร่มรื่น มีพื้นที่สีเขียวจากต้นไม้ พื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีระบบป้องกันสาธารณภัยอย่างเหมาะสม มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ได้แก่ ทางลาดขึ้นลง ลิฟต์บันไดสำหรับรถเข็นวีลแชร์ และลิฟต์มีเสียงบอกชั้น ส่วนภายในอาคารมีการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นห้องต่างๆ มีพื้นที่กว้างขวาง อากาศถ่ายเท อุณหภูมิภายในมีความเหมาะสม มีแสงสว่างจากแสงธรรมชาติ และจากแสงไฟฟ้า มีป้าย แผนผังแสดงจุดบริการต่างๆ อย่างชัดเจน มีเวลาเปิด-ปิดบริการเหมาะสม (ยูเรศ อธิธิชัย วัฒนา และคนอื่น ๆ, 2561, น. 7-8) และมีพื้นที่การทำงาน (Working Space) และพื้นที่ในการ

เรียนรู้ (Learning Space) ที่เพียงพอกับผู้ใช้บริการ รวมทั้งเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ (Assistive Technology) (วิภาณันท์ ล้างาม และคนอื่น ๆ, 2561, น. 50)

หอสมุดแห่งชาติมีบริการสารสนเทศครบทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศครอบคลุมทุกเนื้อหาและมีหลากหลายประเภททั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้บริการที่มีความรู้ทางด้านบรรณารักษ์และเอกสารโบราณ มีผู้ใช้บริการที่หลากหลายทุกกลุ่มวัย มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และสถานที่ สภาพแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับการสร้างความพึงพอใจในบริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติมีภารกิจหนึ่งที่สำคัญคือการให้บริการสารสนเทศ ที่มีความหลากหลายและพร้อมให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ หากนำกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามาประยุกต์ใช้จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ได้ ดังนี้ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, ม.ป.ป.-c)

การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า

หอสมุดแห่งชาติมีการกำหนดกลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา นักวิจัย และบุคคลอื่นที่มีความสนใจเข้าใช้บริการ มีการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการจากการลงทะเบียนด้วยบัตรประจำตัวประชาชน ได้แก่ ชื่อ-สกุล เพศ วันเดือนปีเกิด สัญชาติ เลขบัตรประจำตัวประชาชนหรือเลขพาสปอร์ต และประเทศที่อยู่อาศัย ซึ่งจัดเก็บลงฐานข้อมูลของหอสมุดแห่งชาติ หากข้อมูลของผู้ใช้มีการเปลี่ยนแปลง จะมีการปรับปรุงข้อมูลอีกครั้งเมื่อเข้ามาใช้บริการในครั้งถัดไป มีการจัดทำสถิติการเข้าใช้บริการในแต่ละปี ซึ่งปี 2563 มีผู้ใช้เข้ามาใช้บริการที่หอสมุดแห่งชาติประมาณ 1,490,244 คน แบ่งเป็นผู้ใช้บริการ (Users) ผู้เข้าชมนิทรรศการ ผู้เยี่ยมชม (Visitors) ผู้ใช้บริการ Smart Library ผู้ใช้บริการ Wi Fi ผู้เยี่ยมชม Facebook ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลห้องสมุดดิจิทัล (D-Library) และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564, น. 15) นอกจากนี้มีการติดตามข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่างๆ จากช่องทางโทรศัพท์ อีเมล การติดต่อโดยตรงกับผู้ใช้บริการ และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Instagram Twitter และ Line เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น การวิเคราะห์สำรวจคู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบ ถึงแม้หอสมุดแห่งชาติไม่ใช่องค์กรแสวงหากำไร แต่มีการสำรวจ ติดตาม

ห้องสมุดแห่งอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการสารสนเทศใหม่ที่แตกต่าง และสอดคล้องกับสถานการณ์ในสังคมยุคปัจจุบัน

การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า

การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้าเป็นขั้นตอนในการสร้างจุดครองใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยการสร้างจุดเด่นและมอบคุณค่าในจุดเดนนั้นแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจุดเด่นของหอสมุดแห่งชาติ ได้แก่ เป็นห้องสมุดระดับชาติ ศูนย์ประสานงานกับหอสมุดแห่งชาติประเทศอื่นๆ เป็นศูนย์กำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือและวารสาร ศูนย์จัดแจ้งการพิมพ์ ศูนย์การกำหนดรายละเอียดทางบรรณานุกรมแห่งชาติ (Cataloguing in Publication: CIP) มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้หอสมุดแห่งชาติยังมีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภทพร้อมให้บริการ มีผู้ให้บริการที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน ได้แก่ ด้านบรรณารักษ์ และภาษาโบราณ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ กว้างขวาง มีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) และพื้นที่ในการเรียนรู้ (Learning Space) มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสะอาด ร่มรื่น ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสได้ด้วยสายตา กลิ่น เสียง และการสัมผัส พื้นที่ตั้งของหอสมุดมีการคมนาคมที่สะดวก และสามารถเข้าถึงบริการรูปแบบออนไลน์ได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องเดินทางมาที่หอสมุดแห่งชาติ

การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า

การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า คือการนำกลยุทธ์โครงสร้างประสบการณ์ลูกค้ามาออกแบบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรที่เป็นตัวเล่มและดิจิทัล ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นตัวเล่มที่หอสมุดแห่งชาติมีให้บริการ ได้แก่ หนังสือทั่วไป หนังสือเด็กและเยาวชน นวนิยาย เรื่องสั้น หนังสือนานาชาติ หนังสือหายากที่มีคุณค่าทางด้านเนื้อหาและประวัติศาสตร์ วารสารและหนังสือพิมพ์ ราชกิจจานุเบกษา วิทยานิพนธ์และงานวิจัย หนังสืออักษรเบรลล์ และหนังสือเสียงสำหรับผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย สื่อโสตทัศนที่เป็นวีดิทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย โปสเตอร์ และแผนที่ นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล ได้แก่ ฐานข้อมูลห้องสมุดดิจิทัล (D-Library) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารออนไลน์ (E-Newspaper) ทรัพยากรสารสนเทศที่กล่าวมานี้ให้บริการฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย หากทรัพยากรสารสนเทศมีการชำรุด ฉีกขาด จะมีการส่งซ่อมแซมทันทีโดยกลุ่มงานสงวนรักษาหนังสือของหอสมุดแห่งชาติ นอกจากการออกแบบประสบการณ์ด้านทรัพยากรสารสนเทศแล้ว ยังมีการออกแบบประสบการณ์สำหรับพื้นที่นั่งอ่าน พื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนจำนวนมากสำหรับผู้ใช้บริการ มีบริการสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย ได้แก่ ทางลาดขึ้นลง ลิฟต์บันไดสำหรับรถเข็นวีลแชร์ และลิฟต์มีเสียงบอกชั้น เทคโนโลยี

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi Fi) ระบบ Smart Library การสนทนาผ่าน VDO Call ระบบ Smart Card ด้วยเทคโนโลยี RFID สำหรับให้บริการภายในหอสมุดด้วยบัตรเดียวได้แก่ ระบบประตูกันทางเข้าออก ล็อกเกอร์ และการใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง มีสื่อประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมต่างๆ ของหอสมุดแห่งชาติที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย มีสีสันที่เหมาะสม และเพื่อประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น หอสมุดแห่งชาติมีการจัดอบรมบุคลากรในการให้บริการ ทั้งบุคลากรสายงานหลักและสายงานสนับสนุนทั้งด้านเทคโนโลยี ภาษา และการให้บริการด้วยความเต็มใจ (Service Mind)

การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า

การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ได้แก่ เครือข่ายความร่วมมือด้านทรัพยากรสารสนเทศกับห้องสมุดในประเทศและต่างประเทศ โดยการแลกเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ บริการสารสนเทศออนไลน์ ห้องสมุดดิจิทัล การสืบค้นผ่าน Single Search ของหอสมุดแห่งชาติได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ได้แก่ บริการจัดแจ้งการพิมพ์ ขอเลข ISSN ISBN และ CIP ผ่านเว็บไซต์ e-Service ระบบสารสนเทศด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมเพื่อประชาชนทางอิเล็กทรอนิกส์ มีจุดติดต่อผ่านเว็บไซต์ที่มีความทันสมัย ระบบนำทางภายในเว็บไซต์มีความสะดวก ใช้งานง่าย มีแคว้นเตอร์บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าในแต่ละห้องบริการ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารใหม่ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ของหอสมุดแห่งชาติ และผู้ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ สุภาพ เป็นมิตร ให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ จะส่งผลให้เกิดการบอกต่อ ซึ่งการบอกต่อเป็นจุดติดต่อที่สำคัญเช่นกันที่จะทำให้บุคคลอื่นเห็นคุณค่าในบริการและเข้ามาใช้บริการได้

การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

หอสมุดแห่งชาติมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ในบริการสารสนเทศด้วยการศึกษา วิจัยด้านการบริการ และองค์ความรู้ด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับ นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่เน้นการให้บริการด้วยเทคโนโลยีผ่านระบบออนไลน์ และมีการวางแผนงานที่จะดำเนินการในอนาคต

สรุปได้ว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้าเป็นกลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับบริการสารสนเทศทั้ง 5 องค์ประกอบของหอสมุดแห่งชาติ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ ทั้งบริการที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และบริการรูปแบบออนไลน์ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หากหอสมุดแห่งชาติต้องการเพิ่มประสิทธิภาพบริการสารสนเทศให้ดียิ่งขึ้น

จำเป็นต้องจัดทำกลยุทธ์การบริหารประสิทธิภาพอย่างชัดเจน เพื่อเป็นนโยบายหลักในการบริหารจัดการบริการสารสนเทศให้มีคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาสรุปตามประเด็นที่ศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

1. การบริหารประสิทธิภาพลูกค้า

การศึกษาเกี่ยวกับการนำแนวคิดการบริหารประสิทธิภาพลูกค้ามาใช้ในการบริการสารสนเทศยังพบไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นการนำไปใช้ในธุรกิจบริการประเภทอื่นๆ ที่พบว่าเป็น การศึกษากับห้องสมุดโดยตรง ได้แก่ งานวิจัยของเพ็ญพรรณ จารุสาร (2557) ซึ่งวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับสภาพการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าของห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทย ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทยมีการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า ด้านที่มีการดำเนินการมากที่สุด คือ การกำหนดโครงสร้างประสิทธิภาพลูกค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการออกแบบประสิทธิภาพที่มีต่อจุดเด่นของห้องสมุด และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุดซึ่งสะท้อนการจัดบริการและสร้าง ประสิทธิภาพแก่ผู้ใช้ คือ งานวิจัยของเริงใจ เขียวอ่อน และ แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และนโยบายและการบริหารงานห้องสมุด อย่างไรก็ดี ผลงานวิจัยหลายเรื่อง พบว่า การดำเนินงานด้านการบริการและการจัดการ ความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยประยุกต์หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์นั้นส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้รับบริการในเชิงบวก การรับรู้คุณค่า แรงจูงใจและการบอกต่อของลูกค้า ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจและการดำเนินงานของผู้ให้บริการ (พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคนอื่น ๆ, 2562; ลัดนา ชูใจ, นำชัย ทนุผล, และ มัลลิกา ศิริพิศ, 2558; สุวิชญา เฉลิมแดน, อติศักดิ์ จันทระภา เลิศ, และ ภูริศ ศรสุทร, 2553; Mansoor et al., 2020; Tan, Chen, & Yang, 2017;) และการ บริหารประสิทธิภาพลูกค้านั้นสามารถจัดการผ่านปัจจัยด้านการบริการ ราคา ช่องทางบริการ การ ส่งเสริมการขาย พนักงาน กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ สภาพบรรยากาศภายในสถานที่ ให้บริการและคุณค่าของลูกค้าจะสะท้อนผ่านมิติต่างๆ ได้แก่ คุณค่าเชิงสังคม อารมณ์ คุณภาพ และเศรษฐศาสตร์ โดยความพึงพอใจของลูกค้าถูกกำหนดโดยการให้บริการอย่างเสมอภาค ความ คาดหวังของลูกค้า การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ คุณค่าหรือความนิยม ในสายตาลูกค้า การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งความพึงพอใจวัดได้ จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ถึงปัจจัยข้างต้น ทำให้ความพึงพอใจจะ

เกิดขึ้นหลังจากลูกค้าประเมินสินค้าและบริการที่ตนเองเข้ารับบริการ (พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคนอื่น ๆ, 2562)

สำหรับผลการศึกษาดัวแปรที่เกี่ยวข้องพบว่า มิงงานวิจัยของรูฟ, คามาล และ อิคบอล (Rouf, Kamal, & Iqbal, 2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของธนาคาร พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ และอาชีพที่ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพบริการที่แตกต่างกัน และการวิจัยของงานวิจัยของ พอร์เตอร์และดอนธู (Porter & Donthu, 2006) ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีเพื่ออธิบายทัศนคติการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า อายุ เกี่ยวข้องกับความเชื่อในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และความเชื่อมีผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยคนอายุน้อยกว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งานและการใช้ประโยชน์มากกว่าคนมีอายุ แต่ในงานวิจัยของรูฟ, คามาล และ อิคบอล (Rouf et al., 2018) นั้นไม่พบความแตกต่างด้านตัวแปรระดับการศึกษา เช่นเดียวกับงานวิจัยของชินษฐา นามอ่อน (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้กลยุทธ์บริหารประสบการณ์ลูกค้า ก็ไม่พบความแตกต่างของประสบการณ์ที่ลูกค้าที่ได้รับในการใช้บริการจากลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน และในงานวิจัยของลักณา ชูใจ และคนอื่น ๆ (2558) ศึกษาคุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจที่พักแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการทุกด้าน ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและการได้รับข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์

2. ความพึงพอใจและการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

งานวิจัยหลายเรื่องมีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้รับบริการ รวมไปถึงการจัดการความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ทั้งในองค์กรที่เป็นห้องสมุดและองค์กรประเภทอื่น สำหรับห้องสมุดมีงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจจำนวนมากที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อบริการของห้องสมุดอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อม และทรัพยากรสารสนเทศ (จุฑารัตน์ ปานผดุง, 2559; ประภาพร รูปสวยดี, 2550; พิมพีใจ สุวรรณโยธิน, 2555; มะลิ จุ้ยกง, 2552; วัฒนา ไคร์ครวญ และ กลีบแก้ว จันทร์หงษ์, 2561; สุมาลี ขุนขจี, 2556) เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษานี้กับงานวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ (วัฒนา ไคร์ครวญ และ กลีบแก้ว จันทร์หงษ์, 2561) ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน (พิมพีใจ สุวรรณโยธิน, 2555; มะลิ จุ้ยกง, 2552; สุมาลี ขุนขจี, 2556) ประเภทของผู้ใช้บริการ (พิมพีใจ สุวรรณโยธิน,

2555; วัฒนา ไคร์ครวญ และ กลีบแก้ว จันทร์หงษ์, 2561) และพฤติกรรมการใช้บริการ (สุมาลี ชุนขจี, 2556) แต่ในงานวิจัยบางเรื่องก็ไม่พบความแตกต่างในตัวแปรดังกล่าว ได้แก่ งานวิจัยของ จันทร์เพ็ญ แก้วมุกดา (2550) พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อห้องสมุดไม่แตกต่างกัน ประภาพร รูปสวยดี (2550) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีความพึงพอใจต่อบริการของห้องสมุดไม่ต่างกัน พิมพ์ใจ สุวรรณโยธิน (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน และมะลิ จ้อยกง (2552) พบว่า ตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ ขนาดของห้องสมุด และความถี่ในการใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ส่วนการศึกษาในองค์กรอื่นที่นอกเหนือจากห้องสมุด ได้แก่ ศูนย์การค้าชุมชน ศูนย์บริการรถยนต์ ธนาคาร และคลินิก ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ผลิตรภัณฑ์ สถานที่ให้บริการ ชื่อเสียงและภาพพจน์ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ด้านสิ่งที่สัมผัส และด้านการให้ความมั่นใจ (มยุรา สาลี และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัจ, 2561; ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์, 2562; ศิริวรรณ แจ่มใจดี และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์, 2560; เอมมิกา แตงรอด และ ประสพชัย พสุนนท์, 2558) และจากการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ได้แก่ งานวิจัยของเอมมิกา แตงรอด และ ประสพชัย พสุนนท์ (2558) พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 งานวิจัยของศิริวรรณ แจ่มใจดี และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2560) พบว่า กลุ่มอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการต่างกัน งานวิจัยของฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2562) พบว่า ระดับการศึกษาและรายได้ ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในทางตรงกันข้าม มีงานวิจัยที่ไม่พบความแตกต่างของตัวแปรดังกล่าวที่มีต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ งานวิจัยของศิริวรรณ แจ่มใจดี และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2560) พบว่า ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และความถี่ในการเข้าใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่ต่างกัน งานวิจัยของฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2562) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์กับความพึงพอใจในบริบทของบริการสารสนเทศยังพบไม่มากนัก ส่วนใหญ่ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการกับความพึงพอใจ ได้แก่ งานวิจัยของเทน, เซน และ ยาง (Tan et al., 2017) ที่ศึกษาความ

พึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้ในสภาพแวดล้อมห้องสมุดสาธารณะ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างประสบการณ์ในบริการทางตรงและทางบวกของห้องสมุดสาธารณะมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ แต่ในบริบทขององค์กรธุรกิจมีการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจเป็นจำนวนมาก ได้แก่ งานวิจัยของ แมนซูร์ เอเว่น และอะโลบิไดเอน (Mansoor et al., 2020) ศึกษาโครงสร้างและการวัดผลการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ผลการวิจัยพบว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อแบบปากต่อปากและความพึงพอใจ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก งานวิจัยของพิมพ์ลภัส ฅ.วิชัย และ อัจฉรียา ศักดินรงค์ (2560) ศึกษาการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ได้แก่ การวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในทิศทางเดียวกัน และความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าในทิศทางเดียวกัน งานวิจัยของธีรวิวีร์ วราธรไพบุลย์ และ ปริญญ์ ลักษิตามาศ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ ความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภค พบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยประสบการณ์นั้นสามารถใช้อธิบายความพึงพอใจได้ ส่วนความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความภักดี และสามารถอธิบายพฤติกรรมความภักดีของผู้บริโภคได้ งานวิจัยของสลิลลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร (2564) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และการบอกต่อ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารประสบการณ์ของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้อำนวยการกลุ่ม จำนวน 1 คน และหัวหน้างาน จำนวน 2 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน และผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน เลือกโดยวิธีเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายในการวิจัย โดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 1.1 เป็นผู้มีตำแหน่งผู้อำนวยการกลุ่ม หัวหน้างาน ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริการของหอสมุดแห่งชาติและมีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

- 1.2 เป็นผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติครอบคลุมทุกบริการ

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม 2565 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, pp. 607-610) ซึ่งกำหนดไว้ว่า ประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน สุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้ได้ครบตามจำนวน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

1.1 ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสัมภาษณ์การวิจัย

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1.1 มาสร้างเป็นแนวคำถาม เพื่อการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1.2.1 สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

- 1) การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า
- 2) การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า
- 3) การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า
- 4) การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า
- 5) การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

1.2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทเพื่อตรวจสอบความถูกต้องครอบคลุม และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ

1.4 การหาคุณภาพของเครื่องมือ นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิสถาบันบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารงานหอสมุดแห่งชาติ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารธุรกิจ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าข้อคำถามทั้งหมดได้คะแนนระหว่าง 0.67-1.00 ได้รับข้อเสนอแนะเนื้อหาของข้อคำถาม และเพิ่มเติมข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็นการบริหารประสบการณ์ลูกค้าตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นนำไปทดลองสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 ราย นำผลที่ได้มาปรับแก้ข้อคำถามอีกครั้งก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2. แบบสอบถาม

2.1 ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความพึงพอใจ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถามการวิจัย

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามการวิจัย โดยประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.3 นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2.4 การหาคุณภาพของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิการบริหารงานหอสมุดแห่งชาติ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีคะแนนระหว่าง 0.67-1.00 และปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.99 ซึ่งมากกว่าค่าความเที่ยงที่กำหนดไว้คือ 0.70 (ซีไมพร กาญจนกิจสกุล, 2555, น. 121-122) ถือเป็นแบบสอบถามที่มีความเที่ยง สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

2.5 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อจัดเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำเสนอโครงการวิจัยคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G 511/2564E วันที่ให้การรับรองคือ 17 มกราคม 2565 ผลการพิจารณาคือ คณะกรรมการฯ ให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล และให้มีการให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากหอสมุดแห่งชาติ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัย โดยผู้วิจัยแนะนำตัว

อธิบายวัตถุประสงค์งานวิจัย และอธิบายสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือ จึงทำตามขั้นตอนการเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการเดือนเมษายน 2565 ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ เพื่อขอสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยเดินทางไปยังสถานที่นัดหมาย และเริ่มต้นสัมภาษณ์ด้วยการแนะนำตัว พูดคุยซักถามเรื่องทั่วไป เพื่อสร้างบรรยากาศในการสนทนา และบอกวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์พร้อมทั้งให้คำสัญญาว่าจะเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เป็นความลับ พร้อมทั้งขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ในการจัดบันทึกและบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนใช้เวลาต่างกัน ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง เพื่อให้ได้รายละเอียดครบถ้วน

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการเป็นรายคนให้ช่วยตอบแบบสอบถาม ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2565

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา มีขั้นตอนดังนี้ (ชาย โพรธิตา, 2564)

1.1 ถอดไฟล์บันทึกเสียง และข้อมูลที่ได้จัดบันทึกมา แบบคำต่อคำและตัดเกลาภาษา แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

1.2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจัดแยกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และจำแนกเนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้

1.3 อ่านเนื้อหาทั้งหมดของข้อมูล และเลือกบันทึกประเด็นหลักจำแนกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจนครบถ้วน

1.4 นำข้อมูลที่ได้จากการจำแนกประเด็นมาจัดกลุ่มตามเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 วิเคราะห์และตีความเนื้อหาที่ได้จากข้อมูล สรุปและนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายความ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยการหาค่าสถิติ ดังนี้

2.1 ข้อคำถามชนิดตรวจรายการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณค่าความถี่และร้อยละ

2.2 ข้อคำถามชนิดมาตราประมาณค่าเกี่ยวกับสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ 5 ระดับ ดังนี้

ตอบช่องมากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
ตอบช่องมาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ตอบช่องปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
ตอบช่องน้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
ตอบช่องน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

2.3 นำผลการคำนวณทางสถิติมาแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น. 103) ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย		การแปลความหมาย
4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ใช้สถิติ F-test เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD

2.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้วยการหาค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) โดยแปลระดับความสัมพันธ์ตามเกณฑ์ (Hair, Wolfinger, Ortinau, & Bush, 2008, pp. 286-287) ดังต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน	ความหมายของระดับความสัมพันธ์
0.81-1.00	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก
0.61-0.80	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง
0.41-0.60	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
0.21-0.40	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
0.00-0.20	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงต่ำมาก

2.6 นำข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามปลายเปิด นำมาสรุปประเด็น

3. นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยาย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและนำเสนอผลการศึกษิตตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
df	แทน	ชั้นของความอิสระ
SS	แทน	ผลรวมคะแนนยกกำลังสอง
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
F	แทน	ค่าสถิติที่พิจารณาใน F-distribution
r	แทน	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation)
P	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติตามความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานและผู้ใช้บริการ
2. สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติตามความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานและผู้ให้บริการ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ พบว่าหอสมุดแห่งชาติมีสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าทั้ง 5 ด้านดังนี้

1.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า พบว่า หอสมุดแห่งชาติมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือผู้ให้บริการ มีการดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลและจัดกลุ่มผู้ให้บริการ ดังนี้

1.1.1 การจัดเก็บข้อมูลของผู้ให้บริการ มาจาก 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) การลงทะเบียนที่จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ โดยจัดเก็บจากบัตรประจำตัวประชาชน 2) การจัดเก็บสถิติรายห้องของแต่ละห้องบริการ 3) การจัดเก็บสถิติประเภทออนไลน์จากการกดถูกใจแฟนเพจ รวมทั้งบริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) ของหอสมุดแห่งชาติ โดยเน้นที่เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ และ 4) การจัดเก็บสถิติการให้บริการ ISSN ISBN และจัดแจ้งการพิมพ์ ผ่าน e-Service ระบบสารสนเทศทางด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมเพื่อประชาชนทางอิเล็กทรอนิกส์และต้องรายงานสถิติให้กับศูนย์ที่ต่างประเทศได้รับทราบ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“มีการจัดเก็บ กำหนดอยู่แล้วว่าผู้ให้บริการที่จะมาเข้าใช้บริการของหอสมุดแห่งชาติก็ต้องมาลงทะเบียนที่จุดลงทะเบียนของเราด้านหน้าทางเข้า วัตถุประสงค์เพื่อสามารถเอาไปแสดงผลของสถิติผู้ใช้รายวันได้ รวมถึงการรวบรวมสถิติเป็นรายเดือน เพื่อส่งไปที่งานแผนงานแผนก็จะส่งไปที่กรมศิลปากรเพื่อรายงานการประชุม และก็ส่งไปในเรื่องของนโยบายว่าเราจะต้องแจ้งสถิติผู้ใช้ในแหล่งเรียนรู้ของกรมศิลปากรว่ามีจำนวนผู้เข้าใจในแต่ละเดือนแต่ละวันยังไง” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เนื่องจากเป็นงานที่ให้บริการผ่านระบบ e-Service จะมีเก็บสถิติย้อนหลังในแต่ละวัน แต่ละเดือน และต้องรายงานที่ศูนย์ต่างประเทศในทุกปีว่าเราให้บริการอะไร เท่าไหร่บ้าง” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“สำหรับในห้องก็จะมีตารางที่เช็กจำนวนของผู้ใช้ แบ่งเป็นประเภท ผู้หญิง ผู้ชาย นักศึกษาชาย นักศึกษาหญิง คนต่างชาติ พระสงฆ์/นักบวช ถ้าเข้ามาก็จะเช็ก ก็คือใช้ขีด ถ้าถึงเวลาก็นับขีด แล้วก็จะส่งสถิติให้ส่วนกลาง” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

“ยอดกดไลค์เพจที่จะรายงานผลในที่ประชุมสำนักว่าเดือนนี้มีคนกดไลค์เพิ่มขึ้น หรือว่ามีการเข้าถึง คอนเทนท์ที่คน รายงานเป็นคอนเทนท์ไป เพชบุรีจะเป็นช่องทางหลักมากกว่า ทวิตเตอร์จะนานๆ ที” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

ปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ผู้ใช้บริการบางคนไม่ประสงค์จะให้ข้อมูลส่วนตัว การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการที่เข้าใจไม่ตรงกัน และการจัดเก็บสถิติของห้องบริการต่างๆ อาจจัดเก็บไม่ครบถ้วน

1.1.2 การจัดทำช่องทางสำหรับผู้ใช้บริการเพื่อร้องเรียน เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางกล่องแสดงความคิดเห็น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Line, Twitter, Instagram) โดยมีแอดมินคอยรับปัญหาและส่งต่อไปยังทีมประชาสัมพันธ์ของหอสมุดแห่งชาติ แต่ถ้าหากเป็นงานบริการพิเศษ ISSN ISBN และจัดแจ้งการพิมพ์จะมีระบบ e-Service สารสนเทศทางด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมเพื่อประชาชนทางอิเล็กทรอนิกส์แยกออกมาจากช่องทางหลัก เนื่องจากเป็นบริการเฉพาะ มีคำถามที่เฉพาะเจาะจง โดยผู้ใช้บริการสามารถสอบถามและพูดคุยกับผู้ให้บริการผ่านกล่องข้อความในระบบ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ห้องสมุดหรือหน่วยงาน องค์กรที่ทำเรื่องเกี่ยวกับประชาชน มันต้องมีอยู่แล้วเพราะฉะนั้นหอสมุดฯ จะขาดไม่ได้ ก็มีการเปิดช่องทางการร้องเรียนอยู่แล้ว วิธีการก็มีหลายวิธี” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ตอนนี้เทคโนโลยีมันทันสมัย ข้อร้องเรียนก็จะตามมาทางสื่อออนไลน์ของหอสมุดแห่งชาติทุกๆ สื่อ เราก็จะรู้ว่าเขาเป็นใคร ส่วนใหญ่ร้องเรียนทางช่องทางเฟซบุ๊กของหอสมุด ทวิตเตอร์ แล้วหอสมุดก็จะมีกรู๊ปที่ประชาสัมพันธ์ขึ้นมากรู๊ปหนึ่งสำหรับไว้คอยรับปัญหา” (หัวหน้างาน 1)

“ผู้ใช้งับเจ้าหน้าที่ที่สามารถที่จะสอบถาม พูดคุย มันเป็นอินบ็อกซ์ แล้วมีกล่องข้อความให้คุยกันตลอด ช่องทางนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งาน เนื่องจากว่าบางทีคำถามมันค่อนข้างที่เฉพาะเจาะจง มันเป็นคำร้องของเขา เพราะว่าเราสามารถคุยกับเจ้าหน้าที่โดยตรงเลยในระบบ” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคของการจัดทำช่องทางสำหรับผู้ใช้บริการเพื่อร้องเรียน เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็น ได้แก่ ภาษาและการสื่อสารของบริการพิเศษ ISSN ISBN และ

จัดแจ้งการพิมพ์ เนื่องจากเป็นงานบริการที่มีความเฉพาะเจาะจง หากสื่อสารทางภาษาเขียนไม่เข้าใจ จะใช้วิธีการโทรศัพท์ ซึ่งทำให้เข้าใจง่ายและชัดเจนมากกว่า

1.1.3 การนำข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาปรับปรุงหรือพัฒนา เมื่อได้รับข้อร้องเรียนจากผู้ใช้บริการแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจะแจ้งเรื่องไปยังหัวหน้างาน ผู้อำนวยการกลุ่มฯ และผู้อำนวยการสำนักฯ ตามลำดับ มีการพูดคุย และทบทวนปัญหาพร้อมกัน มีการส่งผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาไปเจรจา หรือผู้บริหารระดับสูงลงไปเจรจากับผู้ใช้บริการด้วยตนเอง มีการทำจดหมายแจ้งเวียนภายในองค์กรให้บุคลากรที่ให้บริการรับทราบข้อร้องเรียน และปรับปรุงการให้บริการของตน และจัดทำจดหมายชี้แจงกลับไปยังผู้ใช้บริการว่าได้ดำเนินการแก้ไขปัญหารีบร้อยแล้ว ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มีการทบทวน อย่างเช่นเรื่องร้องเรียนผู้ใช้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน เราก็จะนำข้อมูลนั้นมาตักเตือนกันแล้วก็พูดคุยกัน จะจริงเท็จเราก็ไม่ได้ให้ความสำคัญตรงนี้ เราจะให้ความสำคัญกับการที่ว่าอธิบายให้ผู้ให้บริการตระหนักในหน้าที่ของตนเอง” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เราก็จะแจ้งเวียนให้บุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ ให้ทุกคนทราบข้อร้องเรียนแล้วก็ขอให้ทุกคนปรับปรุง จะพยายามสับเปลี่ยน พยายามจะไม่ให้คนที่มีปัญหาหนึ่งแคนเตอร์ แต่เลือกคนที่มี Service Mind” (หัวหน้างาน 1)

“หัวหน้ากลุ่มงานจะแจ้งไปทาง ผอ.กลุ่ม แล้วก็มาพูดคุยกันว่ามันเกิดปัญหาแบบนี้ เราจะแก้ปัญหาดตรงจุดไหน อย่างไร” (หัวหน้างาน 2)

“เรามีแบบประเมิน ส่วนใหญ่คนที่เข้าร่วมโครงการก็จะเป็นคนที่ทำหน้าที่ทำหนังสือ ทำวารสาร ทำหนังสือพิมพ์แล้วก็มีคอมเมนต์จากในระบบ จากโครงการ จากโทรศัพท์ คือช่องทางมันไม่เพียงพอสำหรับรองรับบริการของเขา เราก็เลยต้องพัฒนาระบบ เรานำสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมาพัฒนางานบริการของเรา” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคของการนำข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาปรับปรุงหรือพัฒนา ได้แก่ งบประมาณที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในเรื่องที่ร้องเรียนได้

1.1.4 การสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติมีผู้ใช้บริการหลากหลายประเภททั้งผู้ใช้บริการประจำและไม่ประจำ ผู้ให้บริการจะสังเกตจากการพูดคุย พฤติกรรมการอ่านหนังสือ การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ภายในห้องบริการ รวมทั้งการสังเกตผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมไม่ปกติ จะคอยระวังและกล่าวตักเตือนในบางครั้ง ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พื้นที่ชั้น 3 ไม่มีจุดสำหรับให้บริการไนต์บุ๊ก ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักวิชาการหรือนักศึกษาที่มาค้นคว้าอย่างแท้จริง เขามีความจำเป็นที่ต้องหาจุดสำหรับเสียบไนต์บุ๊ก เขาจะเดินหาว่ามีไหม” (หัวหน้างาน 2)

“พฤติกรรมกรรมการอ่านเราก็รู้อยู่แล้ว เราอยู่เคาน์เตอร์ เราก็จะรู้ว่าถ้าลูกค้าประจำเรา ก็ดูว่าเขาจะอ่านนิยายแนวไหนหรือเขาจะอ่านอะไรคือเรารู้อยู่แล้ว” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

“พฤติกรรมไม่ปกติก็จะมีให้เห็น มาแต่ไม่อ่านหรือมานั่งเฉยๆ หรือแสดงออกแบบพูดไม่รู้เรื่อง เราก็ต้องคอยระวังและคอยไปส่องดู เพื่อจะดูว่ามาแบบผิดปกติหรือเปล่า” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

“ผู้ใช้นี้เดินเข้ามา รู้เลยว่าคนนี้จะมาจดแจ้งการพิมพ์ เพราะว่าดูเหมือนนักข่าว นักหนังสือพิมพ์ หรือว่าเป็นผู้สูงอายุมาเลย เราก็ต้องบริการอีกแบบหนึ่ง” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“ผมจะมาใช้หนังสือพวกนี้ประจำ แก่เห็นก็จะพอทราบว่าจะอ่านหนังสือพวกนี้อย่างเดียว บางทีถ้าเกิดที่พูดไปเขาหาไม่ได้ เขาจะถามว่าเป็นหนังสือแทนได้ไหม” (ผู้ให้บริการ)

1.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า พบว่า หอสมุดมีการสร้างจุดดึงดูดและครองใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยสร้างจุดเด่นให้กับหอสมุดและสร้างคุณค่าเพิ่มดังนี้

1.2.1 การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ หอสมุดแห่งชาติมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน ให้ความสำคัญในเรื่องการรวบรวมมรดกภูมิปัญญาของชาติและการให้บริการ และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

1.2.1.1 การรวบรวมมรดกภูมิปัญญาของชาติ 5 วิธี ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 2) สิ่งพิมพ์จากหน่วยงานราชการ 3) การแลกเปลี่ยนและยืมสิ่งพิมพ์ 4) การจัดซื้อ และ 5) การบริจาค โดยเน้นการรวบรวมหนังสือหายาก หนังสือเก่า และเอกสารโบราณ

1.2.1.2 การให้บริการ และช่วยการศึกษาค้นคว้าทรัพยากรสารสนเทศที่ได้จากการรวบรวมทั้ง 5 วิธี รวมทั้งการให้บริการข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ (CIP) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในงานบริการของกลุ่มพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เราให้ความสำคัญกับเรื่องของการรวบรวมมรดกภูมิปัญญาของชาติไว้ให้ได้มากที่สุด เนื่องจากเราเป็นหอสมุดระดับชาติ แล้วมีการได้รับสิ่งพิมพ์ตามกฎหมาย เพราะฉะนั้น

เราจึงต้องพยายามรวบรวมให้ได้ตามภารกิจของเราแล้วก็ตามกฎหมายที่เรามีสิทธิ์จะได้รับ”
(ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เรื่องที่จะดูให้มีความสำคัญเป็นพิเศษก็คือเรื่องของตัวทรัพยากรสารสนเทศ โดยเฉพาะเรื่องของเอกสารโบราณ หนังสือหายากที่เราน่าจะเป็นแหล่งที่รวบรวมได้มากที่สุดในประเทศไทย” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ถ้าพิเศษสุดก็ตามภารกิจหลักของก็คือ มีหน้าที่จัดเก็บ อนุรักษ์องค์ความรู้ต่างๆ รวบรวมมรดกองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นของคนในชาติ” (หัวหน้างาน 2)

“งานบริการแทบจะเป็นงานหลัก ถึงแม้จะเป็นกลุ่มพัฒนา ก็จริง แต่ก็มีการบริการในนั้นด้วย บริการแลกเปลี่ยน บริการ CIP บริการมันแทรกไปอยู่กับทุกงาน” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“มีการแลกเปลี่ยนสิ่งพิมพ์ระหว่างชาติ ระหว่างประเทศด้วยกัน เริ่มที่จะมีหน่วยงาน เช่น สถานทูตต่างๆ มาเจรจากับหอสมุดแห่งชาติมอบสิ่งพิมพ์ของประเทศเขาให้กับเรา แล้วเราก็ดำเนินการให้สอดคล้องกับภารกิจของเรา โดยมีการจัดเป็นมุมหนังสือนานาชาติเรา อันนี้ก็เท่ากับว่าเราได้มีความพยายามทำให้มันสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเรา” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

ปัญหาและอุปสรรคของวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ ไม่สามารถรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศได้อย่างครบถ้วน งบประมาณในการจัดซื้อทรัพยากรสารสนเทศไม่เพียงพอ ทรัพยากรสารสนเทศที่ได้รับจากการบริจาคมีจำนวนมาก ทำให้มีปัญหาในการจัดเก็บ การให้บริการทรัพยากรสารสนเทศไม่สามารถยื่นมือออกภายนอกหอสมุดแห่งชาติได้ การเผยแพร่ทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติไปสู่ระดับนานาชาติยังมีจำนวนน้อย

1.2.2 การสร้างจุดเด่นและจุดแข็งให้กับองค์กร ดังนี้

1.2.2.1 มีทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย แตกต่างจากห้องสมุดอื่น เช่น หนังสือหายาก หนังสือเก่า และเอกสารโบราณ

1.2.2.2 เป็นหน่วยงานแห่งเดียวในประเทศไทยที่รับจดทะเบียนการพิมพ์ตามกฎหมายพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พ.ศ. 2550 เป็นศูนย์วารสารระหว่างชาติแห่งประเทศไทย ศูนย์กำหนดเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) และวารสาร (ISSN) และศูนย์กำหนดรายละเอียดทางบรรณานุกรมของหนังสือที่จัดพิมพ์ในประเทศ (CIP)

1.2.2.3 ความเป็นนานาชาติจากการเป็นสมาชิกขององค์กรต่างประเทศ ได้แก่ 1) ศูนย์เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (International ISBN Agency) 2) ศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติสากล (International Standard Serial Number International Centre :

ISSN-IC) 3) สหพันธ์ระหว่างประเทศว่าด้วยสมาคมและสถาบันห้องสมุด (IFLA) และ 4) สมาพันธ์บรรณารักษ์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (CONSAL) ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรามีทรัพยากรที่ไม่เหมือนห้องสมุดอื่น เรามีเอกสารโบราณ หนังสือหายาก ที่มากที่สุดในประเทศไทย เรายังมีทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย จุดแข็งของเราก็คือเอกสารโบราณ หนังสือหายาก เรามีโครงการสแกน เอกสารโบราณเราก็จะมีถ่ายทอด เราพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อจะให้ประชาชนเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว” (หัวหน้างาน 1)

“เราจะเป็นหน่วยงานที่มีทรัพยากรสารสนเทศให้มากที่สุดในประเทศไทยและนำไปสู่ความเป็นนานาชาติ โดยความเป็นนานาชาติเราจะผูกไว้กับการเป็นสมาชิกขององค์กรต่างประเทศ เช่น เราเป็นสมาชิกเอเจเนซี ISBN ISSN ฐานข้อมูลของเราจะถูกนำไปสู่เอเจเนซีเหล่านี้ เราเป็นสมาชิก IFLA เราเป็นสมาชิกของ CONSAL ซึ่งเป็นของเอเชียด้วยกัน” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“หอสมุดแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่ถือ พ.ร.บ. กฎหมาย ซึ่งหน่วยงานที่ถือกฎหมายมันมีความสำคัญ ไม่มีที่ไหนมาลอกเรียนเราได้” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างจุดเด่นและจุดแข็งให้กับองค์กร ได้แก่ การเผยแพร่เอกสารโบราณ หนังสือหายาก และหนังสือเก่าจากการสแกนยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากมีเรื่องของลิขสิทธิ์เข้ามาเกี่ยวข้อง

1.2.3 การสำรวจหรือสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติมีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการทางอ้อม โดยกลุ่มงานคัดเลือกและประเมินคุณภาพทรัพยากรสารสนเทศจะสำรวจความต้องการทรัพยากรสารสนเทศจากบรรณารักษ์ผู้ให้บริการ เนื่องจากบรรณารักษ์กลุ่มนี้มีความใกล้ชิด มองเห็นถึงพฤติกรรมและความต้องการใช้ของผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ปัจจุบันเป็นทางอ้อม เขาไม่ได้สำรวจประชาชนโดยตรง แต่สำรวจจากบรรณารักษ์ห้องบริการต่างๆ เวลาจะจัดซื้อหนังสือ เขาจะลิสต์รายชื่อมาให้ช่วยเลือก โดยให้เหตุผลว่าบรรณารักษ์ที่อยู่ห้องบริการเป็นผู้ให้บริการ น่าจะมีความใกล้ชิดแล้วก็เห็นสภาพความต้องการใช้หนังสือของผู้ใช้บริการจากการสังเกตพฤติกรรมการใช้บริการ ณ ห้องบริการ” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ทางฝ่ายคัดเลือกฯ สำรวจมาทางบรรณารักษ์ว่าขาดอะไร ต้องการอะไร แต่ผู้ใช้จริงๆ เขาต้องการอะไร เราไม่เคยไปสำรวจ” (หัวหน้างาน 2)

1.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า พบว่า หอสมุดมีการนำกลยุทธ์โครงสร้างประสบการณ์ลูกค้ามาออกแบบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ ปรับปรุงการออกแบบสถานที่และสภาพแวดล้อม ดังนี้

1.3.1 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ หอสมุดแห่งชาติมีทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ ได้แก่ หนังสือ วารสาร นิตยสาร สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลออนไลน์ และฐานข้อมูลที่หอสมุดแห่งชาติพัฒนาขึ้นเอง บริการพิเศษ ISSN ISBN และจัดแจ้งการพิมพ์ผ่านช่องทางออนไลน์ บริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลาย ทุกชนิด ตั้งแต่มีหนังสือ วารสาร ฟิล์ม สตรีป รูป เอกสารที่เป็นตีพิมพ์เรามีทุกประเภท จนถึงปัจจุบันเรามี e-Book ฐานข้อมูล ฐานข้อมูลออนไลน์ ฐานข้อมูลด้านหนังสือ ฐานข้อมูลวารสาร แล้วก็พัฒนาฐานข้อมูลเองหรือพัฒนาการสแกนหนังสือที่พ้นลิขสิทธิ์แล้วเข้าสู่ฐานข้อมูล D-Library เพื่อสืบค้นเอกสารเหล่านั้นได้โดยไม่ผิดกฎหมาย รวมถึงหนังสือหายากที่เป็นลิขสิทธิ์ของกรมศิลปากร เอกสารโบราณที่ยังเป็นลิขสิทธิ์กำพวด (Orphan Works) เราจะดำเนินการเข้าสู่ D-Library มีการทำเมตาเดตาเพื่อการสืบค้นระบบสากลด้วย สามารถที่จะดาวน์โหลดข้อมูลไปอ่านได้ โดยเราทำलयน้ำไว้ แล้วก็สื่อโสตทัศน์ต่างๆ เราก็มีหมด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เราก็มี เช่น เรามีดีกคนตรีก็จะมีเทปเพลง เสียงเพลงอยู่ในรูปของสื่อเก่าและสื่อใหม่” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

ปัญหาและอุปสรรคด้านทรัพยากรสารสนเทศ ได้แก่ จำนวนหนังสือที่ได้รับตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 มีเพียง 2 เล่มเท่านั้น เก็บไว้ที่คลังสิ่งพิมพ์ 1 เล่มสำหรับให้บริการ 1 เล่ม จึงทำให้มีหนังสือมีเพียงเล่มเดียวในการให้บริการ ทรัพยากรสารสนเทศบางเนื้อหาไม่ทันต่อความต้องการของผู้ใช้ เนื่องจากอยู่ในกระบวนการติดตามทวงถามฯ ตามพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 และทรัพยากรสารสนเทศสำหรับผู้พิการมีน้อยเกินไป

1.3.2 ด้านการออกแบบสถานที่และสภาพแวดล้อม หอสมุดแห่งชาติมีการปรับพื้นที่ให้ทันสมัย กว้างขวาง บรรยากาศร่มรื่น อากาศถ่ายเท และเงียบสงบ มีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) มีห้องค้นคว้าส่วนตัว มีพื้นที่สำหรับใช้เสียงได้ มีอารยสถาปัตยกรรมสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ มีการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มีการปรับปรุงให้ทันสมัย หอสมุดแห่งชาติเขียนโครงการของงบประมาณทุกปีที่จะปรับปรุงให้ทันสมัย แล้วก็ใช้งบสำหรับซ่อมแซมในส่วนที่ชำรุด” (หัวหน้างาน 1)

“การดำเนินการทั้งสภาพภายใน สิ่งแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกเราก็พยายามให้ได้ครบถ้วน เราได้สร้างมุมพิการขึ้นมา มีอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับผู้ใช้ที่เป็นผู้พิการสามารถใช้ตรงนี้ได้ หรือบริการผู้สูงอายุ เราทำทางลาดสำหรับการเข้าใช้บริการ ด้านหน้าเราจะทำเป็นอารยสถาปัตย์ มีลิฟต์ไฮดรอลิคขึ้นมาใช้บริการได้ มีการเตรียมเรื่องของโต๊ะสำหรับผู้นั่งที่เป็นผู้พิการที่นั่งรถเข็นมา เราพยายามออกแบบดีไซน์ให้สามารถสอดคล้องกับอุปกรณ์ที่เขาติดตัวมา” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ช่วงระยะเวลา เราก็พยายามตอบโจทย์ อย่างคนรุ่นใหม่บางที่ 16.30 น. ไม่เพียงพอ เขาอยากทำงานนานๆ เราก็ขยายให้ถึง 20.30 น. เปิดตั้งแต่ 7.00 น. มันเกิดจากความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป และเรามองถึงความสำคัญของมัน” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“ผมว่าर्मรีนดี สถานที่ก็กว้างขวาง แอร์ก็โอเค ใกล้เคียงบ้าน เดินมาได้ คือความสะดวกในการเดินทาง” (ผู้ใช้บริการ)

ปัญหาและอุปสรรคด้านการออกแบบสถานที่และสภาพแวดล้อม ได้แก่ ปัญหาหลังคารั่ว ทำให้มีน้ำซึมออกมา ระยะเวลาการให้บริการไม่เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการบางกลุ่ม ขาดตู้น้ำดื่ม ร้านค้าภายใน จุดปลั๊กไฟไม่เพียงพอกับความต้องการ และสถานการณ์โควิด-19 ทำให้พื้นที่ให้บริการถูกใช้งานได้ไม่เต็มที่ และการให้บริการเป็นระบบปิดทุกห้อง

1.3.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หอสมุดแห่งชาติมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยรองรับผู้ใช้บริการ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ Wi-Fi ระบบ Smart Card และระบบนำทางอัจฉริยะ นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ในการให้บริการข้อมูลเนื้อหาที่หลากหลายแก่ผู้ใช้บริการ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรามีเครื่องคอมพิวเตอร์ Wi-Fi มีทุกอย่าง เราพยายามสรรหามาให้ครบถ้วนกับเทรนด์ส์ใหม่ที่เราต้องตอบโจทย์ของคนใช้ ถ้าเครื่องคอมพิวเตอร์มันเก่าไป ก็ทำเรื่องขอซื้อใหม่ทดแทนของเก่าที่ชำรุด ฐานข้อมูลอันนี้ไม่เวิร์ก ไม่มีคนใช้ ก็แจ่งกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่าช่วยจัดสรร จัดหาให้เราด้วย หรือแม้แต่เรื่องของเครื่องถ่าย เครื่องสแกน เราก็พยายามจะสรรหามาให้เพื่อให้สแกนหนังสือ หนังสือพิมพ์” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“มี Wi-Fi ฟรี มีหนังสือ e-Book หลากหลาย แม้กระทั่ง Content ต่างๆ ที่เราทำตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ เพื่อจะให้เข้าถึงผู้ใช้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว โดยบรรณารักษ์จะเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง” (หัวหน้างาน 1)

“มีเยอะแยะมากมาย ตั้งแต่บัตร Smart Card ระบบนำทางอัจฉริยะ รวมไปถึง 2e-Book ด้วย” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

“ระบบการให้บริการ e-Service, Smart Card, Smart Library, ฐานข้อมูลต่างๆ หอสมุดแห่งชาติค่อนข้างที่จะเห็นภาพชัดว่าเรานำเทคโนโลยีมาประกอบการให้บริการมากขึ้นเรื่อยๆ ไหน ให้ความสำคัญก่อนที่จะเป็นโควิด-19 ด้วยซ้ำ” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใน ได้แก่ ผู้สูงอายุบางคนไม่สะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ และระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศตามห้องบริการต่างๆ ยังไม่ตอบสนองของความต้องการของผู้ใช้บริการบางคน

1.3.4 การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร หอสมุดแห่งชาติมีการจัดโครงการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรเป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นภารกิจหน้าที่หลักของกลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุด มีการส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมประชุม อบรม และสัมมนาของหน่วยงานภายนอก มีการอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของกรมศิลปากรที่บุคลากรสามารถเลือกโครงการอบรมได้ตามความสมัครใจ และส่งเสริมให้บุคลากรได้เขียนบทความองค์ความรู้ต่างๆ ที่สนใจ เพื่อเผยแพร่ไปยังแฟนเพจของกลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมศิลปากร ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“หอสมุดจะมีการจัดแล้วก็ส่งเสริมให้บุคลากรมีความถ่องแท้ในการให้บริการ มีการจัดโครงการเป็นประจำทุกปี การให้ความรู้เชิงวิชาการของหอสมุดแห่งชาติ พัฒนาบุคลากรในเรื่องจิตบริการ หรือถ้าที่อื่นมีหัวข้อน่าสนใจเกี่ยวกับการให้บริการหรือความก้าวหน้าทันสมัยของวิชาการห้องสมุด เราก็จะส่งเสริมให้เขาไปร่วมประชุม สัมมนาต่างๆ หรือที่สมาคมห้องสมุดจัดอยู่เป็นประจำทุกปี เราก็จะส่งน้องๆ รุ่นใหม่ที่ยังไม่เคยไปให้ไปเรียนรู้การบรรยาย ฟังสัมมนาที่ทางสมาคมห้องสมุดด้วย โดยเรามองภาพรวม ฝ่ายอื่นก็ไปด้วย ถ้าเรื่องจิตบริการก็จะเน้นกลุ่มบริการเป็นหลัก ส่วนอื่นๆ อย่างกลุ่มงานบริการจัดแจ้งการพิมพ์ ถ้าเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของทางราชการ ข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายระเบียบข้อบังคับ เราก็จะ让他ไปเรียนรู้เพื่อใช้ประโยชน์ในการทำงาน และเป็นสิ่งที่เขาจะได้ใช้บริการและทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการได้ด้วย” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เรามีกลุ่มวิจัยที่ทำหน้าที่จัดโครงการ อบรม สัมมนา เพื่อพัฒนาบุคลากรเป็นโครงการต่อเนื่องมาทุกปี นอกจากนั้นเราก็ส่งเสริมให้บุคลากรไปอบรมยังสถานที่หน่วยงานต่างๆ สมัยก่อนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เราเป็นสมาชิกสมาคมห้องสมุด เวลาสมาคมห้องสมุดจัดอบรมทางวิชาการ เราก็ส่งบรรณารักษ์ ส่งบุคลากรเข้าอบรม” (หัวหน้างาน 1)

“เมื่ออบรมต่างๆ พวกเทคโนโลยี ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศมรดกศิลปวัฒนธรรม จัดเป็นประจำอยู่แล้ว ตามความสมัครใจ ใครอยากสมัครก็ส่งให้หัวหน้าพิจารณา เพื่อที่จะอนุมัติว่าคนนี้เหมาะสมกับหลักสูตรหรือไม่ ก็จะอนุมัติไป กับการพัฒนาที่จัดเป็นประจำของเรา ที่ทางกลุ่มวิจัยฯ จัดเป็นประจำทุกปี” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร ได้แก่ บุคลากรไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ทุกคน ต้องมีบุคลากรจำนวนหนึ่งที่คอยให้บริการผู้ใช้ที่มีเข้ามาตลอดเวลา และจากการเข้าร่วมโครงการในแต่ละครั้งไม่มีตัวชี้วัดผลการอบรมของบุคลากรว่าได้นำความรู้มาใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงหรือไม่

1.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า พบว่า หอสมุดมีการจัดเตรียมช่องทางหลากหลายสำหรับติดต่อกับผู้ใช้บริการ และการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ดังนี้

1.4.1 ช่องทางการติดต่อ ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสอบถามกับผู้ใช้บริการได้ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ได้แก่ จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ การส่งจดหมาย อีเมล แฟกซ์ โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรามีทุกช่องทาง ตั้งแต่เรานั่งอยู่ตรงนี้ ตรงเคาน์เตอร์จะเดินเข้ามาถามหรือจะถามทางอีเมลเราก็มี จดหมายก็มี ผู้ใช้บริการเขียนเป็นจดหมายมา” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ก็มีทั้งออนไลน์ เป็นผู้ใช้ที่เดินทางเข้ามา ออนไลน์ก็เป็นช่องทางที่เพิ่มเข้ามา Facebook, Instagram, Twitter, Line official แล้วก็เบอร์โทรศัพท์ แฟกซ์” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

“ติดต่อได้โดยตรง ช่องทางแชทผ่านระบบ e-Service โทรศัพท์ Facebook หรือ Line คือช่องทางที่ผู้ใช้ติดต่อเราได้หมดเลย” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคของช่องทางการติดต่อ ได้แก่ ช่วงเวลาทำการของหอสมุดแห่งชาติ นอกเวลาราชการจะไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ และหากเป็นช่องทางออนไลน์ผู้ใช้บริการอาจจะตอบช้าบ้างเล็กน้อย

1.4.2 การให้บริการที่นอกเหนือจากช่องทางปกติ ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและบริการต่างๆ ได้ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่หอสมุดแห่งชาติ เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ฉบับเต็ม หนังสือพิมพ์และนิตยสารออนไลน์ คลังวีดิทัศน์ บริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ของบริการพิเศษ ISSN ISBN จัดแจ้งการพิมพ์ และข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ (CIP) ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ปัจจุบันเรามีผ่านออนไลน์ เช่น การจัดทำหนังสือเสียง สรุปเนื้อหาเรื่องย่อในหัวข้อหนังสือดีมีให้ฟัง ก็เป็นช่องทางหนึ่งที่ว่าผู้ใช้สามารถใช้บริการได้ หนังสือที่เป็น e-book ผ่านช่องทางเว็บไซต์ให้เข้ามาอ่านออนไลน์ได้ พวกนี้คือสิ่งที่เราทำมากกว่าปกติที่เราจะให้ประชาชน หรือการจัดทำวีดิทัศน์ออนไลน์ มีการเล่านิทานสำหรับเด็ก มีการเชิญนักเขียนที่

ยินยอมพร้อมใจกับเรามาเล่านิทานให้เด็กฟังพร้อมกับบรรณารักษ์ของเราทำเรื่องนิทานให้ฟัง ส่วนนี้คือการบริการที่แตกต่าง” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ระบบบริการ e-Service ของหอสมุดแห่งชาติ ระบบนี้มีการให้บริการ ISBN ISSN CIP และจัดแจ้งการพิมพ์ เมื่อก่อนขอเลข ISBN จะต้องใช้เวลาเป็นวัน แต่ตอนนี้ได้ภายในไม่เกินครึ่งชั่วโมง” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

ปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการที่นอกเหนือจากช่องทางปกติ ได้แก่ เรื่องลิขสิทธิ์ของหนังสือที่นำมาจัดทำหนังสือเสียงและหนังสือเก่าเล่าเรื่อง จะเลือกเฉพาะหนังสือที่พ้นลิขสิทธิ์แล้วเท่านั้น จึงทำให้สารสนเทศที่เผยแพร่ออกไปมีเนื้อหาไม่หลากหลาย

1.4.3 การจัดกิจกรรมพิเศษ หอสมุดแห่งชาติมีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นประจำ ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน นิทรรศการ กิจกรรมวันขึ้นปีใหม่ หรือวันสงกรานต์ที่ผู้ใช้บริการสามารถมีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การจัดกิจกรรมมีกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน แล้วก็มินิกิจกรรม นิทรรศการ หมุนเวียน มีการจัดนิทรรศการเทศกาลสำคัญ นิทรรศการที่น่าสนใจ ปัจจุบันพัฒนาขึ้นเป็นนิทรรศการออนไลน์ จากนิทรรศการที่เราดูในพื้นที่ เราจะลงเว็บไซต์ โดยขั้นตอนของผู้เกี่ยวข้องที่มีความชำนาญจัดทำเป็นรูปแบบสื่อออนไลน์ แต่กิจกรรมที่ประชาชนมีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมวันขึ้นปีใหม่ กิจกรรมสงกรานต์ เราจะมีจัดตั้งพระพุทธรูปเพื่อรดน้ำ ผู้ใช้บริการก็จะร่วมด้วย” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“กลุ่มต่างๆ จะแบ่งภาระหน้าที่กัน มีการจัดนิทรรศการต่างๆ ที่ให้ประชาชนได้เข้าถึงการจัดโครงการ เช่น NLT Edutainment ก็จะมีการเชิญนักเขียนมาพูดคุยกันแล้วมีการถ่ายทอดสด ถึงแม้ว่าจะมีเรื่องของโรคระบาด ทางหอสมุดแห่งชาติพยายามที่จะถ่ายทอดให้ผู้ใช้ที่อยู่ทางบ้านได้รับชม รับฟัง หรือมีพีดีแบ็กกับทางหอสมุดแห่งชาติในระหว่างที่มีการถ่ายทอดสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา” (หัวหน้างาน 1)

“มีโครงการวันเด็ก โครงการผู้สูงอายุ เช่น Kids Inspiration ของเด็ก วันเสาร์วันเสาร์ มีอ่านนิทานทุกสัปดาห์ การเขียนแนะนำหนังสือหายากสัปดาห์ละครั้ง” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“มีโครงการ Kids Inspiration ที่ให้เด็กมาเข้าร่วม โครงการอบรม ประชุมต่างๆ อย่างเช่นกิจกรรมเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ ก็จะทำให้ผู้สูงอายุเข้ามาร่วม หากเป็นอบรมเชิงวิชาการโดยเฉพาะทางบรรณารักษ์ ก็จะเป็นบรรณารักษ์ ครูห้องสมุด หรือคนที่เกี่ยวข้องทางสาขามีการนิทรรศการ จัด 3 เดือนครั้ง กิจกรรมตามเทศกาลก็มีทรงน้ำพระ วันเด็กก็มีกิจกรรม กิจกรรม

อ่านเป็นเล่นสนุกที่จัดซุ้มต่างๆ ให้เด็ก ผู้ปกครองมาร่วม ฟังเพลง มาเข้าฐานต่างๆ” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

ปัญหาและอุปสรรคของการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การเชิญนักเขียนหรือวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาให้ความรู้ หากเป็นวิทยากรที่มีชื่อเสียง จะมีคนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก แต่ถ้าเป็นวิทยากรที่ไม่มีชื่อเสียง จะมีคนเข้าร่วมกิจกรรมน้อย การจัดนิทรรศการจำเป็นต้องใช้บุคลากรจำนวนหนึ่ง จึงทำให้บุคลากรที่เหลือรับงานประจำในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

1.4.4 การประชาสัมพันธ์ หอสมุดแห่งชาติมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ได้แก่ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ จอ LED ด้านหน้าหอสมุดแห่งชาติ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของหอสมุด วิธีการใช้ วิธีการเข้าห้องสมุด เราทำเป็นโบรชัวร์ เป็นคู่มือปฏิบัติงาน เวลานั้นก็ศึกษามาเยี่ยมชมหอสมุดแห่งชาติเราก็จะมีโบรชัวร์นี้แจกข้อมูลข่าวสารการบริการของหอสมุดแห่งชาติมีอะไรบ้าง เราก็จะมีวิดีโอแนะนำเวลาเยี่ยมชมหอสมุด แล้วก็การให้บริการทางออนไลน์ เรามีทุกอย่างครบถ้วน” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“ชาวประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานราชการ มันเป็นหน้าที่อยู่แล้วที่เราต้องส่งไปที่กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกรมศิลปากร ทางกลุ่มเผยแพร่ฯ ก็จะติดต่อกับสื่อสารมวลชน หน่วยงานอะไรก็ตามในกรมศิลปากร ถ้าจะจัดกิจกรรมให้ส่งรายละเอียดไปที่กลุ่มเผยแพร่ฯ” (หัวหน้างาน 1)

“แม้ว่าหอสมุดแห่งชาติจะไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่นี้โดยตรง แต่มีบุคลากรจากทุกกลุ่มฝ่ายมาเป็นกรุปๆ หนึ่ง เรียกว่าทีม PR เราจะมีไลน์ PR ที่คอยบอกว่าวันนี้ทำป้ายประชาสัมพันธ์ แล้วเราก็มีตรงสี่แยกจอหนึ่ง เราจะมีทีมๆ หนึ่งคอยคุยกันอยู่ทุกวันว่าวันนี้จะนำเสนออะไร วันนี้ทำป้ายอะไรขึ้นบอร์ด แต่ผู้ใช้ของเรามีทุกระดับ บางคนไม่เป็นโซเชียล เขาก็เดินเข้ามาก็จะเห็นว่าป้ายตั้งตรงนี้ แต่ถ้าผู้ใช้ที่อยู่ในโซเชียล เขาก็จะติดตามข่าวสารเราทางโซเชียล” (หัวหน้างาน 1)

“มีหน้าเว็บไซต์ของตัวเอง หน้าเว็บไซต์ของระบบ e-Service ที่จะประชาสัมพันธ์งาน ข่าวต่างๆ ตรงนั้น เอกสารดาวน์โหลด คู่มือการให้บริการต่างๆ ส่วนหน้าเว็บไซต์ของหอสมุดแห่งชาติเรามีทั้งวิดีโอ เอกสาร Fulltext คู่มือกฎกระทรวง พ.ร.บ ต่างๆ เรามีให้ดาวน์โหลดหมดวิดีโอการเข้าใช้งานเราก็มี” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“มีออนไลน์ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ แล้วก็จะมีภายในตามแต่ละห้อง แล้วก็จอ LED ที่อยู่หัวมุม มีเว็บไซต์จะลงข่าว นอกจากนี้แล้วยังมีลงหนังสือพิมพ์ เวลาเราจัดงาน แต่

เราไม่ได้ส่งโดยตรง เราส่งผ่านกลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกรมศิลปากร กรมฯ ก็จะส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์สยามรัฐ เขาก็จะเอาไปลงอีกที” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้ใช้บริการบางคนไม่ได้อ่านจากประกาศ แต่จะติดต่อมาสอบถามมาที่หอสมุดแห่งชาติโดยตรง ทำให้บุคลากรต้องตอบคำถามเหล่านั้นบ่อยครั้ง และขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับมุมคนพิการ จึงทำให้มีคนมาใช้บริการน้อย

1.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง พบว่า หอสมุดมีการเรียนรู้ ปรับตัว และพัฒนาองค์กรให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

1.5.1 การศึกษา วิจัยด้านการบริการ ด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศ ซึ่งเป็นภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุดของหอสมุดแห่งชาติในการดำเนินการศึกษา วิจัยองค์ความรู้ภายในองค์กร มีการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของหอสมุดแห่งชาติทั่วโลก (Library World News: LWN) และมีการจัดทำวารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุด ได้กำหนดให้มีการทำวิจัยอย่างจริงจัง ถ้าสำเร็จแล้วก็ประมาณ 4 เรื่อง เราทำวิจัยปีละเรื่องตามแผนปฏิบัติงานที่เรากำหนดกัน เป็นการทำวิจัยในองค์กรในเรื่องของเราก่อน แล้วเมื่อถึงเวลาเราอาจจะไปทำร่วมกับคนอื่น แต่เราไม่ได้เดินเอง เรามองว่าบรรณารักษ์ก็ไม่ค่อยคุ้นเคยกับงานวิจัยมากนัก เราจึงเชิญที่ปรึกษาที่เป็นผู้รับผิดชอบงานวิจัยโดยตรงมาเป็นที่ปรึกษา เพื่อช่วยเราในการเดินต่อ เราไม่ได้ทำโดยลำพัง แต่ข้อมูลที่ทำก็คือข้อมูลของหอสมุด” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เรามีกลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุด ซึ่งมีหน้าที่ตรงนี้โดยตรง มีผลงานการวิจัยออกมาหลายเล่ม นอกจากนั้นยังมี KM องค์ความรู้ของหอสมุดแห่งชาติ ด้านเอกสารโบราณ ด้านหนังสือหายาก ด้านคลังสิ่งพิมพ์ สามารถเข้าไปดูในเว็บไซต์ได้” (หัวหน้างาน 1)

“มีการทำของกลุ่มวิจัย ทำวิจัยเกี่ยวกับห้องสมุด เพื่อให้ได้องค์ความรู้ออกมาเพื่อที่จะนำไปให้บริการต่อ เพราะข้อมูลเหล่านี้เราต้องรับรู้ เพื่อที่จะเอาไปตอบคำถามได้” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

มีปัญหาและอุปสรรคของการศึกษา วิจัยด้านการบริการ ด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศ ได้แก่ บรรณารักษ์ไม่ถนัดในการทำงานวิจัย จึงจำเป็นต้องมีที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำ วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติยังไม่ตอบใจวิทยีในวงการวิชาการและยังไม่ได้รับรองคุณภาพตามมาตรฐานของ TCI (Thai-Journal Citation Index Centre)

1.5.2 การปรับตัวด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หอสมุดแห่งชาติมีการจัดงบประมาณในการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีความพร้อม มีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเข้ามาทำงานและบุคลากรต้องเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ เน้นการให้บริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) มากขึ้น และมีหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้สนับสนุนและที่ปรึกษา เพื่อให้การดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เมื่อก่อนเราทำแต่กระดาษ พอเรื่องเทคโนโลยีเข้ามาเราก็ต้องปรับ ปรับทั้งตัวคน ทั้งอุปกรณ์ บุคลากรต้องเรียนรู้ ต้องค้นหาบุคลากรที่มีความรู้ทางไอทีมาช่วย ซึ่งเป็นความโชคดีที่เด็กรุ่นใหม่เขาเก่งเขาเป็น เราก็มีความสบายใจที่เขาสามารถพัฒนาไปตามเทรนด์ได้ แต่จุดหลักก็คือเราเป็นหน่วยงานห้องสมุด เพราะฉะนั้นเราก็ต้องเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้อย่างเต็มที่ มีการทุ่มงบประมาณเพื่อจะหาเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ครบ เราก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดของเราคือกรมศิลปากรที่ให้ความสำคัญตรงนี้” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“เรามีศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศมรดกศิลปวัฒนธรรมของกรมศิลปากร เรามีโปรแกรมเมอร์ที่ดูแลตรงนี้ แล้วบรรณารักษ์ยุคใหม่ส่วนใหญ่ก็มีความรู้ด้านไอที เพราะฉะนั้นเรามีศูนย์เทคโนโลยีฯ สนับสนุนทั้งด้านงบประมาณ ทั้งด้านอุปกรณ์ แล้วเราก็มีบุคลากรบรรณารักษ์ยุคใหม่ ซึ่งนอกจากจะมีความรู้ด้านบรรณารักษ์ ทุกคนมีความรู้ด้านไอที เหมือนไอทีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต ไม่ต้องปรับตัว เด็กรุ่นใหม่ทันสมัย” (หัวหน้างาน 1)

ปัญหาและอุปสรรคของการปรับตัวด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ความท้าทายกับวิชาชีพบรรณารักษ์ เนื่องจากความต้องการของผู้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

1.5.3 การออกแบบนวัตกรรมและบริการใหม่ๆ หอสมุดแห่งชาติมีการต่อยอดทรัพยากรสารสนเทศที่มีคุณค่าแปลงสภาพให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์ให้เข้าถึงได้ง่าย มีระบบ Smart Library ผ่านหน้าจอขนาดใหญ่สำหรับค้นหาหนังสือ แผนที่หอสมุดและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบ VDO Call สำหรับติดต่อสอบถามผู้ให้บริการในห้องบริการต่างๆ ระบบ Smart Card สำหรับใช้บริการภายในหอสมุดด้วยบัตรเดียว อาคาร Smart Library ที่เป็นห้องสมุดไร้หนังสือ มีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) มีการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ มีบริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้บริการในสังคมยุคดิจิทัล ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“Smart Library มันประมวลทั้งหมดที่เป็นเรื่องของเทคโนโลยีใหม่ๆ มีควอาร์โค้ด มีบอร์ดเกมให้เล่น มี Co-Working Space ห้องสมุดที่ไร้หนังสือ แต่เราก็เสริมเรื่องการให้ยืม

หนังสือลงมาอ่านที่ห้องนี้ได้แล้ว ก็สามารที่จะฝากหนังสือไว้ที่เคาน์เตอร์ของเรา เพื่อที่จะมาอ่านได้ หรือจองหนังสือแล้วมารับไปอ่านต่อ ผู้อำนวยการคนก่อนเป็นคนพัฒนาระบบ Smart Library ขึ้นมา โดยตั้งที่มณฑลนครราชสีมาที่เป็นด้านไอที รู้และเข้าใจระบบงานมารวมตัวกัน ก็พัฒนาขึ้นมา มีทั้งฝ่ายศิลปกรรม ฝ่ายหนังสือ ฝ่ายเทคโนโลยี มีการกระจายเรื่องนวัตกรรมใหม่ๆ ไปยังหอสมุดแห่งชาติส่วนภูมิภาคทั้ง 11 แห่ง มีการจัดตั้ง Smart Library ไปไว้ในแต่ละที่ด้วย” (ผู้อำนวยการกลุ่ม)

“นวัตกรรมใหม่ๆ ตอนนี่ ก็ Smart Library หอสมุดแห่งชาติได้รับเสียงตอบรับจากสื่อมวลชน บรรดาห้องสมุดทั่วประเทศในยุคนั้น เหมือนเป็นเรื่องใหม่ เป็นนวัตกรรมของหอสมุดไว้หนังสือ นอกจากนั้นเราไปทำ Smart Library ให้หอสมุดแห่งชาติส่วนภูมิภาค 11 แห่ง” (หัวหน้างาน 1)

“นวัตกรรมมีที่ Smart Library มีเกมอ่านหนังสือคิวอาร์โค้ดของ Smart Library แต่นวัตกรรมในส่วนตรงนี้นั้นคือสิ่งที่เราปรับเปลี่ยนไป เช่น Smart Card การให้บริการ VDO On Demand การเดินตามแผนที่ สมมติต้องการวิธีเอาหนังสือเล่มนี้ ก็จะมีวิธีขึ้นเลย ไปจุดนี้ อยู่ตรงชั้นนี้” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“กิจกรรมที่เราทำไปมันก็เป็นประสบการณ์ใหม่ อย่างเช่น วันเด็กร่วมงานผ่าน Zoom บริการใหม่ที่เรাজัดให้เขา ก็เป็นประสบการณ์ใหม่ของเขาเหมือนกัน การเล่านิทาน การทำกิจกรรมเด็กผ่าน Youtube หรือการรวบรวมองค์ความรู้ หนังสือดีมีให้อ่าน อ่านกันวันละเล่มต่างๆ หรือเพจเฟซบุ๊ก คนในสังคมเล่นเฟซบุ๊ก เราก็พยายาม อยากอ่านสั้นก็ทำสั้นให้ อยากอ่านยาวก็ทำยาวให้ เราพยายามจะทำทุกอย่างให้มันตอบโจทย์” (ผู้ปฏิบัติงาน 1)

“ที่เราเคยทำก็คือบอร์ดเกม ที่เราไปทำที่ Smart Library ก็คือเป็นการนำคิวอาร์โค้ดหนังสือหายากมาต่อยอด ทำเป็นตารางหมากรุก ทำเป็นบอร์ดเกมแบบเกมบันไดงู สามารถเอาไปใช้ช่วยในการเรียนรู้ เสริมสร้างให้เด็กเข้าถึงได้ง่าย” (ผู้ปฏิบัติงาน 2)

ปัญหาและอุปสรรคของการออกแบบนวัตกรรมและบริการใหม่ๆ ได้แก่ ความเหลื่อมล้ำในสังคม ผู้ใช้บริการบางคนเข้าไม่ถึงสิ่งที่หอสมุดแห่งชาติเผยแพร่ออกไปอย่างหลากหลาย และ Smart Library ยังไม่ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการอย่างสมบูรณ์

2. สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ โดยหาค่าความถี่และร้อยละ ได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ปรากฏดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	45	11.7
1.2 21-40 ปี	209	54.4
1.3 41-60 ปี	103	26.8
1.4 มากกว่า 60 ปี	27	7.0
รวม	384	100
2. ระดับการศึกษา		
2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	14.8
2.2 ปริญญาตรี	221	57.6
2.3 สูงกว่าปริญญาตรี	106	27.6
รวม	384	100
3. สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ		
3.1 นักเรียน/นักศึกษา	100	26.0
3.2 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	89	23.2
3.3 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	75	19.5
3.4 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	82	21.4
3.5 อื่นๆ	38	9.9
รวม	384	100
4. ความถี่ในการใช้บริการ		
4.1 ทุกวัน	13	3.4
4.2 สัปดาห์ละ 3-4 วัน	52	13.5
4.3 สัปดาห์ละ 1 วัน	40	10.4
4.4 เดือนละ 1-2 วัน	47	12.2
4.5 ไม่นานนอน	232	60.4
รวม	384	100

จากตาราง 1 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา ได้แก่ อายุ 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมา ได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ/ข้าราชการบำนาญ ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ แม่บ้าน/พ่อบ้าน พระสงฆ์ และว่างงาน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมา ได้แก่ สัปดาห์ละ 3-4 วัน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 เดือนละ 1-2 วัน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 สัปดาห์ละ 1 วัน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และทุกวัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

2.2 สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้าน 5 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า การกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า การออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ปรากฏดังตารางที่ 2-7

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้าน

สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า	4.01	0.698	มาก
2. การกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า	4.29	0.613	มาก
3. การออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	4.09	0.678	มาก
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	4.12	0.710	มาก
5. การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	4.04	0.793	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
รวม	4.11	0.623	มาก

จากตาราง 2 พบว่า สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา ได้แก่ การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า ($\bar{X} = 4.12$) และการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า

สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. จัดเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการด้วยการให้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้ด้วยบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) อย่างสม่ำเสมอ	4.45	0.731	มาก
2. ปรับปรุงข้อมูลของผู้ใช้บริการให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ	4.13	0.823	มาก
3. จัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน เช่น บริการสำหรับประชาชน นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย	3.98	0.922	มาก
4. สำรวจความต้องการใช้สารสนเทศจากผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.77	0.989	มาก
5. ติดตามและตอบข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)	3.74	0.984	มาก
รวม	4.01	0.698	มาก

จากตาราง 3 พบว่า สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ จัดเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการด้วยการให้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้ด้วยบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา ได้แก่ ปรับปรุงข้อมูลของผู้ใช้บริการให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ ($\bar{X} = 4.13$) และจัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน เช่น บริการสำหรับประชาชน นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า

สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้า	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า			
1. ประกาศวิสัยทัศน์และภารกิจไว้อย่างชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์ของหอสมุดแห่งชาติหรือช่องทางอื่น	4.08	0.835	มาก
2. การจัดการบริการมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และภารกิจที่หอสมุดแห่งชาติได้ประกาศไว้	4.15	0.779	มาก
3. การบริการมีจุดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์	4.11	0.869	มาก
4. หอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ	4.44	0.786	มาก
5. บริการส่วนใหญ่ของหอสมุดแห่งชาติไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	4.68	0.654	มาก
6. ทรัพยากรสารสนเทศพร้อมให้บริการ	4.24	0.868	มาก
7. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.28	0.798	มาก
8. พื้นที่ให้บริการกว้างขวางและเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ	4.44	0.769	มาก
9. เทคโนโลยีสารสนเทศและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพร้อมในการให้บริการ	4.16	0.887	มาก
10. จัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกได้อย่างเหมาะสม	4.36	0.792	มาก
รวม	4.29	0.613	มาก

จากตาราง 4 พบว่า สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ บริการส่วนใหญ่ของหอสมุดแห่งชาติไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมา ได้แก่ พื้นที่ให้บริการกว้างขวางและเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ และหอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีคะแนนเท่ากัน ($\bar{X} = 4.44$) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า

สภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ทรัพยากรสารสนเทศที่จัดบริการมีหลากหลายประเภท ทั้งตัวเล่มและรูปแบบดิจิทัล	4.17	0.783	มาก
2. ทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้	4.18	0.755	มาก
3. จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการทั่วไปและผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย	4.21	0.779	มาก
4. จัดบริการเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi Fi)	3.90	0.956	มาก
5. จัดเทคโนโลยีที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ เช่น ระบบนำทาง การสนทนาผ่าน VDO Call ระบบช่วยค้นหาหนังสือ และระบบ Smart Card	3.85	0.967	มาก
6. แผนที่หอสมุด บ้ายบอกทาง และสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงไว้อย่างชัดเจน	4.04	0.886	มาก
7. สื่อประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย มีความเหมาะสม	4.10	0.860	มาก
8. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและมีจิตบริการ (Service Mind)	4.23	0.829	มาก
รวม	4.09	0.678	มาก

จากตาราง 5 พบว่าสภาพการบริหารประสพการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและมีจิตบริการ (Service Mind) ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา ได้แก่ จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการทั่วไปและผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย ($\bar{X} = 4.21$) และ
ทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้ ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้าของ
หอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า

สภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติแบบ ออนไลน์ (OPAC) ตามห้องบริการต่างๆ	4.16	0.794	มาก
2. การบริการที่มีลักษณะเป็นแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)	4.06	0.879	มาก
3. บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าตามห้องบริการต่างๆ	4.22	0.809	มาก
4. บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)	4.02	0.900	มาก
5. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line, YouTube)	3.91	0.930	มาก
6. ผู้ให้บริการอยู่ประจำเคาน์เตอร์ พร้อมให้บริการ	4.42	0.751	มาก
7. ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ได้	4.30	0.792	มาก
8. เว็บไซต์มีความทันสมัย มีระบบนำทางที่สะดวก และใช้งานง่าย	4.02	0.877	มาก
9. หอสมุดแห่งชาติจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วม	3.89	0.940	มาก
10. ท่านมีความประทับใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติจนอยาก กล่าวถึงหรือบอกต่อแก่ผู้อื่น	4.24	0.837	มาก
รวม	4.12	0.710	มาก

จากตาราง 6 พบว่าสภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้าน
การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการอยู่ประจำเคาน์เตอร์ พร้อม
ให้บริการ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ได้

($\bar{X} = 4.30$) และท่านมีความประทับใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติจนอยากกล่าวถึงหรือบอกต่อแก่ผู้อื่น ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

สภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.07	0.823	มาก
2. พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น ทรัพยากรดิจิทัล	4.05	0.845	มาก
3. พัฒนาการบริการให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัยสอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น บริการออนไลน์ต่างๆ	4.04	0.886	มาก
4. นำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาประยุกต์ในการให้บริการ	4.07	0.888	มาก
5. สร้างความแตกต่างและมีความสร้างสรรค์ในการให้บริการ	3.99	0.917	มาก
รวม	4.04	0.793	มาก

จากตาราง 7 พบว่าสภาพการบริหารประสภการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาประยุกต์ในการให้บริการ ซึ่งมีคะแนนเท่ากัน ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา ได้แก่ พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น ทรัพยากรดิจิทัล ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ

2.3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริหารประสภการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ผลการวิจัย ปรากฏดังตารางที่ 8-13

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ
หอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ ของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	4.317	1.439	2.998	0.031*
	ภายในกลุ่ม	380	182.367	0.480		
	รวม	383	186.684			
2. การกำหนดโครงสร้าง ประสบการณ์ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.565	0.522	1.392	0.245
	ภายในกลุ่ม	380	142.380	0.375		
	รวม	383	143.945			
3. การออกแบบประสบการณ์ที่มี ต่อตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.867	0.956	2.093	0.101
	ภายในกลุ่ม	380	173.498	0.457		
	รวม	383	176.365			
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	9.957	3.319	6.898	0.000*
	ภายในกลุ่ม	380	182.843	0.481		
	รวม	383	192.800			
5. การสร้างนวัตกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	3	4.064	1.355	2.175	0.091
	ภายในกลุ่ม	380	233.675	0.623		
	รวม	383	240.740			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.866	1.289	3.375	0.019*
	ภายในกลุ่ม	380	145.078	0.382		
	รวม	383	148.943			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหาร
ประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 1 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการวิเคราะห์โลก
ประสบการณ์ของลูกค้าและการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05

ส่วนด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อ
ตราสินค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องไม่พบความแตกต่าง

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันคู่ใดที่มีความคิดเห็นต่อการบริหาร
ประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน จึงนำมาทดสอบเป็นรายคู่ ผลปรากฏดัง
ตารางที่ 9-10

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ
หอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า จำแนกตามอายุที่พบความ
แตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		เท่ากับ 20 ปี			
		4.11	4.08	3.87	3.86
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.11	-	0.021	0.239	0.247
21-40 ปี	4.08		-	0.218*	0.227
41-60 ปี	3.87			-	0.009
มากกว่า 60 ปี	3.86				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ($\bar{X} = 4.08$) มีความคิดเห็น
ต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของ
ลูกค้าแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 3.87$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการ
หอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นราย
คู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		เท่ากับ 20 ปี			
		4.33	4.22	3.91	3.87
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.33	-	0.113	0.416*	0.455
21-40 ปี	4.22		-	0.304*	0.342
41-60 ปี	3.91			-	0.039

ตาราง 10 (ต่อ)

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		เท่ากับ 20 ปี			
		4.33	4.22	3.91	3.87
มากกว่า 60 ปี	3.87				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 3.91$) มีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{X} = 4.33$) และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ($\bar{X} = 4.22$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามระดับการศึกษา

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.651	0.326	0.667	0.514
	ภายในกลุ่ม	381	186.033	0.488		
	รวม	383	186.684			
2. การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.185	0.093	0.246	0.782
	ภายในกลุ่ม	381	143.760	0.377		
	รวม	383	143.945			
3. การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.170	0.085	0.183	0.832
	ภายในกลุ่ม	381	176.195	0.462		
	รวม	383	176.365			
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.243	0.122	0.241	0.786
	ภายในกลุ่ม	381	192.556	0.505		
	รวม	383	192.800			
5. การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	0.956	0.478	0.759	0.469
	ภายในกลุ่ม	381	239.784	0.629		
	รวม	383	240.740			

ตาราง 11 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.273	0.136	0.350	0.705
	ภายในกลุ่ม	381	148.671	0.390		
	รวม	383	148.943			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 2

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านการประกอบอาชีพ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ ของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.505	0.376	0.770	0.545
	ภายในกลุ่ม	379	185.179	0.489		
	รวม	383	186.684			
2. การกำหนดโครงสร้าง ประสบการณ์ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.248	0.312	0.828	0.508
	ภายในกลุ่ม	379	142.697	0.377		
	รวม	383	143.945			
3. การออกแบบประสบการณ์ที่มี ต่อตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	2.352	0.588	1.281	0.277
	ภายในกลุ่ม	379	174.013	0.459		
	รวม	383	176.365			
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	3.874	0.969	1.943	0.103
	ภายในกลุ่ม	379	188.926	0.498		
	รวม	383	192.800			
5. การสร้างนวัตกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	4	5.130	1.283	2.063	0.085
	ภายในกลุ่ม	379	235.610	0.622		
	รวม	383	240.740			

ตาราง 12 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.336	0.584	1.510	0.199
	ภายในกลุ่ม	379	146.607	0.387		
	รวม	383	148.943			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 3

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ ของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.295	0.324	0.662	0.619
	ภายในกลุ่ม	379	185.390	0.489		
	รวม	383	186.684			
2. การกำหนดโครงสร้าง ประสบการณ์ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.941	0.485	1.295	0.271
	ภายในกลุ่ม	379	142.004	0.375		
	รวม	383	143.945			
3. การออกแบบประสบการณ์ที่มี ต่อตราสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	1.526	0.382	0.827	0.509
	ภายในกลุ่ม	379	174.839	0.461		
	รวม	383	176.365			
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	2.238	0.560	1.113	0.350
	ภายในกลุ่ม	379	190.561	0.503		
	รวม	383	192.800			
5. การสร้างนวัตกรรมอย่าง ต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	4	3.468	0.867	1.385	0.239
	ภายในกลุ่ม	379	237.272	0.626		
	รวม	383	240.740			

ตาราง 13 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.756	0.439	1.130	0.342
	ภายในกลุ่ม	379	147.188	0.388		
	รวม	383	148.943			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 4

2.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ปรากฏดังตารางที่ 14-18

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ โดยภาพรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	4.11	0.726	มาก
2. ด้านผู้ให้บริการ	4.23	0.741	มาก
3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.92	0.781	มาก
4. ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม	4.23	0.658	มาก
รวม	4.12	0.656	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.23$) และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความทันสมัยของทรัพยากรสารสนเทศ	4.04	0.836	มาก
2. ความเพียงพอของทรัพยากรสารสนเทศ	4.02	0.883	มาก
3. ทรัพยากรสารสนเทศมีเนื้อหาหลากหลายและครอบคลุม	4.08	0.864	มาก
4. การเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศมีความสะดวก	4.04	0.868	มาก
5. ความสมบูรณ์และคุณค่าของทรัพยากรสารสนเทศพิเศษ เช่น เอกสารโบราณ หนังสือหายาก แผนที่เก่า	4.22	0.838	มาก
6. ทรัพยากรสารสนเทศสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.13	0.812	มาก
7. ความสะดวกในการใช้บริการพิเศษ ได้แก่ บริการเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) บริการจัดแจ้งการพิมพ์ และบริการข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ (CIP)	4.18	0.789	มาก
8. ความสะดวกในการใช้บริการ Smart Library	4.15	0.833	มาก
รวม	4.11	0.726	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสมบูรณ์และคุณค่าของทรัพยากรสารสนเทศพิเศษ เช่น เอกสารโบราณ หนังสือหายาก แผนที่เก่า ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บริการพิเศษ ได้แก่ บริการเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) บริการจัดแจ้งการพิมพ์ และบริการข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือ (CIP) ($\bar{X} = 4.18$) และความสะดวกในการใช้บริการ Smart Library ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ทักษะความรู้ ความสามารถในการตอบคำถาม ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ให้บริการ	4.21	0.810	มาก

ตาราง 16 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ	4.22	0.799	มาก
3. ความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.21	0.873	มาก
4. ความเอาใจใส่ ดูแลผู้ให้บริการ	4.25	0.836	มาก
5. ความเสมอภาคในการให้บริการ	4.31	0.748	มาก
6. ความรวดเร็วและกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.20	0.840	มาก
7. ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.20	0.883	มาก
8. ความน่าไว้วางใจในการจัดการปัญหาให้แก่ผู้ใช้	4.26	0.841	มาก
รวม	4.23	0.741	มาก

จากตาราง 16 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือความเสมอภาคในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมา ได้แก่ ความน่าไว้วางใจในการจัดการปัญหาให้แก่ผู้ใช้ ($\bar{X} = 4.26$) และความเอาใจใส่ ดูแลผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุด (OPAC)	4.11	0.793	มาก
2. ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ	3.99	0.872	มาก
3. ประสิทธิภาพของสัญญาณ Wi Fi	3.78	0.978	มาก
4. การสนทนากับผู้ให้บริการผ่านระบบ VDO Call	3.72	0.96	มาก
5. ระบบนำทางและระบบช่วยค้นหาหนังสือผ่านหน้าจอขนาดใหญ่	3.86	0.962	มาก
6. ระบบ Smart Card ได้แก่ ระบบประตูกันทางเข้าออก ลิฟท์เกอร์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต	3.87	0.957	มาก
7. ความเป็นปัจจุบันของเว็บไซต์	3.92	0.896	มาก
8. เนื้อหา ความถูกต้อง และความสวยงามของเว็บไซต์	3.95	0.884	มาก
9. การเชื่อมโยงเว็บไซต์กับแหล่งความรู้อื่น	3.90	0.885	มาก
10. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการให้บริการ	3.96	0.919	มาก

ตาราง 17 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
11. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการให้บริการ	4.00	0.904	มาก
รวม	3.92	0.781	มาก

จากตาราง 17 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุด (OPAC) ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.00$) และประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริการพื้นที่นั่งอ่าน พื้นที่ทำงานร่วมกัน และพื้นที่ในการเรียนรู้	4.27	0.841	มาก
2. ความเหมาะสมของเวลาทำการ	4.12	0.994	มาก
3. ความเงียบสงบภายในหอสมุดแห่งชาติ	4.50	0.701	มาก
4. การเดินทางมายังหอสมุดแห่งชาติมีความสะดวก	4.16	0.926	มาก
5. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในอาคาร ได้แก่ อุดมภูมิ แสงสว่าง ความสะอาด	4.41	0.777	มาก
6. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายนอกอาคาร ได้แก่ ความสะอาด ความร่มรื่น	4.42	0.721	มาก
7. ความเพียงพอของพื้นที่จอดรถ	3.85	1.089	มาก
8. ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบป้องกันสาธารณภัย	4.22	0.806	มาก
9. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย ได้แก่ ทางลาดขึ้นลง ลิฟต์บันไดสำหรับรถเข็นวีลแชร์ และลิฟต์มีเสียงบอกชั้น	4.20	0.828	มาก
10. แพนผัง และสัญลักษณ์แสดงจุดบริการต่างๆ	4.11	0.864	มาก
11. การปรับแต่งพื้นที่สำหรับบริการที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เช่น ช่วงที่มีการระบาดของไวรัสโควิด 19	4.27	0.791	มาก
รวม	4.23	0.658	มาก

จากตาราง 18 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.23) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความเงียบสงบภายในหอสมุดแห่งชาติ (\bar{X} = 4.50) รองลงมา ได้แก่ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายนอกอาคาร ได้แก่ ความสะอาด ความร่มรื่น (\bar{X} = 4.42) และสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในอาคาร ได้แก่ อุณหภูมิ แสงสว่าง ความสะอาด (\bar{X} = 4.41) ตามลำดับ

2.5 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพและความถี่ในการใช้บริการ ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 19-26

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.418	2.139	4.150	0.007*
	ภายในกลุ่ม	380	195.878	0.515		
	รวม	383	202.296			
2. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.291	2.097	3.908	0.009*
	ภายในกลุ่ม	380	203.934	0.537		
	รวม	383	210.225			
3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	9.180	3.060	5.188	0.002*
	ภายในกลุ่ม	380	224.116	0.590		
	รวม	383	233.296			
4. ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.516	0.839	1.954	0.120
	ภายในกลุ่ม	380	163.150	0.429		
	รวม	383	165.666			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	5.632	1.877	4.479	0.004*
	ภายในกลุ่ม	380	159.287	0.419		
	รวม	383	164.919			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมไม่พบความแตกต่าง

เพื่อให้ทราบว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกันคู่ใดที่มีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน จึงนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผลปรากฏดังตารางที่ 20-22

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.37	4.14	3.97	3.92
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.37	-	0.227	0.404*	0.456*
21-40 ปี	4.14		-	0.176*	0.228
41-60 ปี	3.97			-	0.052
มากกว่า 60 ปี	3.92				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{X} = 4.37$) มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 3.97$) และอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{X} = 3.92$) และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ($\bar{X} = 4.14$) แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ($\bar{X} = 3.97$) ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.53	4.24	4.15	4.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.53	-	0.295*	0.383*	0.538*

ตาราง 21 (ต่อ)

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		เท่ากับ 20 ปี			
		4.53	4.24	4.15	4.00
21-40 ปี	4.24		-	0.088	0.243
41-60 ปี	4.15			-	0.155
มากกว่า 60 ปี	4.00				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{X} = 4.53$) มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ($\bar{X} = 4.24$) อายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 4.15$) และอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{X} = 4.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	21-40 ปี	41-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		เท่ากับ 20 ปี			
		4.17	3.98	3.74	3.65
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.17	-	0.185	0.434*	0.523*
21-40 ปี	3.98		-	0.249*	0.338*
41-60 ปี	3.74			-	0.090
มากกว่า 60 ปี	3.65				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($\bar{X} = 4.17$) มีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 3.74$) และอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{X} = 3.65$) และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ($\bar{X} = 3.98$) แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ($\bar{X} = 3.74$) และอายุมากกว่า 60 ปี ($\bar{X} = 3.65$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.247	0.124	0.233	0.792
	ภายในกลุ่ม	381	202.049	0.530		
	รวม	383	202.296			
2. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.667	0.334	0.607	0.546
	ภายในกลุ่ม	381	209.558	0.550		
	รวม	383	210.225			
3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.218	0.109	0.178	0.837
	ภายในกลุ่ม	381	233.078	0.612		
	รวม	383	233.296			
4. ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.061	1.030	2.399	0.092
	ภายในกลุ่ม	381	163.606	0.429		
	รวม	383	165.666			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.380	0.190	0.440	0.644
	ภายในกลุ่ม	381	164.539	0.432		
	รวม	383	164.919			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 6

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านการประกอบอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.587	1.147	2.198	0.069
	ภายในกลุ่ม	379	197.709	0.522		
	รวม	383	202.296			

ตาราง 24 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
2. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.062	0.766	1.401	0.233
	ภายในกลุ่ม	379	207.163	0.547		
	รวม	383	210.225			
3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	4	7.367	1.842	3.089	0.016*
	ภายในกลุ่ม	379	225.929	0.596		
	รวม	383	233.296			
4. ด้านสถานที่และ สภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.417	0.354	0.817	0.515
	ภายในกลุ่ม	379	164.249	0.433		
	รวม	383	165.666			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	3.236	0.809	1.897	0.110
	ภายในกลุ่ม	379	161.683	0.427		
	รวม	383	164.919			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 7 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมไม่พบความแตกต่าง

เพื่อให้ทราบว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันคู่ใดมีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันจึงนำมาทดสอบเป็นรายคู่ ผลปรากฏดังตารางที่ 25

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกตามสถานภาพด้านการประกอบอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

สถานภาพด้านการ ประกอบอาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน	พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	อาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
		4.03	4.00	3.94	3.66	3.92
นักเรียน/นักศึกษา	4.03	-	0.033	0.096	0.372*	0.112

ตาราง 25 (ต่อ)

สถานภาพด้านการ ประกอบอาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน	พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	อาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
		4.03	4.00	3.94	3.66	3.92
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.00		-	0.063	0.339*	0.079
พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	3.94			-	0.276*	0.016
อาชีพอิสระ/ธุรกิจ ส่วนตัว	3.66				-	0.260
อื่นๆ	3.92					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.66$) มีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 4.03$) ผู้ใช้บริการที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.00$) และผู้ให้บริการที่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.94$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.829	1.207	2.317	0.057
	ภายในกลุ่ม	379	197.468	0.521		
	รวม	383	202.296			
2. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.347	0.587	1.070	0.371
	ภายในกลุ่ม	379	207.878	0.548		
	รวม	383	210.225			

ตาราง 26 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.965	0.741	1.220	0.302
	ภายในกลุ่ม	379	230.331	0.608		
	รวม	383	233.296			
4. ด้านสถานที่และ สภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.633	0.408	0.943	0.439
	ภายในกลุ่ม	379	164.033	0.433		
	รวม	383	165.666			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.514	0.629	1.467	0.212
	ภายในกลุ่ม	379	162.405	0.429		
	รวม	383	164.919			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 8

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 27-32

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุด แห่งชาติ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	Pearson Correlation	p-values	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
1. การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	0.676**	0.000	เดียวกัน	สูง
2. การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า	0.814**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก
3. การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	0.854**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก
4. การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	0.886**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

ตาราง 27 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	Pearson Correlation	p-values	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
5. การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	0.848**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก
รวม	0.914**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้บริกรมีความพึงพอใจสูงมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 9

ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
1. จัดเก็บข้อมูลผู้บริการด้วยการให้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้ด้วยบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) อย่างสม่ำเสมอ	0.395**	0.000	เดียวกัน	ต่ำ
2. ปรับปรุงข้อมูลของผู้บริการให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ	0.431**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
3. จัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้บริการอย่างชัดเจน เช่น บริการสำหรับประชาชน นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย	0.576**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
4. สำรวจความต้องการใช้สารสนเทศจากผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ	0.592**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง

ตาราง 28 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
5. ติดตามและตอบข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)	0.608**	0.000	เดียวกัน	สูง
รวม	0.676**	0.000	เดียวกัน	สูง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการวิเคราะห์โลก
ประสบการณ์ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการวิเคราะห์โลก
ประสบการณ์ของลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้บริภกรมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูง

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการกำหนดโครงสร้าง
ประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ประกาศวิสัยทัศน์และภารกิจไว้อย่างชัดเจนผ่าน ทางเว็บไซต์ของหอสมุดแห่งชาติหรือช่องทางอื่น	0.607**	0.000	เดียวกัน	สูง
2. การจัดบริการมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และ ภารกิจที่หอสมุดแห่งชาติได้ประกาศไว้	0.702**	0.000	เดียวกัน	สูง
3. การบริการมีจุดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์.	0.668**	0.000	เดียวกัน	สูง
4. หอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ	0.575**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
5. บริการส่วนใหญ่ของหอสมุดแห่งชาติไม่มีการ เรียกเก็บค่าใช้จ่าย	0.357**	0.000	เดียวกัน	ต่ำ
6. ทรัพยากรสารสนเทศพร้อมให้บริการ	0.675**	0.000	เดียวกัน	สูง

ตาราง 29 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
7. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และความ เชี่ยวชาญในการให้บริการ	0.676**	0.000	เดียวกัน	สูง
8. พื้นที่ให้บริการกว้างขวางและเพียงพอกับจำนวนผู้ เข้าใช้บริการ	0.561**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
9. เทคโนโลยีสารสนเทศและสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพร้อมในการให้บริการ	0.666**	0.000	เดียวกัน	สูง
10. จัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกได้อย่าง เหมาะสม	0.657**	0.000	เดียวกัน	สูง
รวม	0.814**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 29 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ทรัพยากรสารสนเทศที่จัดบริการมีหลากหลาย ประเภท ทั้งตัวเล่มและรูปแบบดิจิทัล	0.742**	0.000	เดียวกัน	สูง
2. ทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้	0.723**	0.000	เดียวกัน	สูง
3. จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ ผู้ใช้บริการทั่วไปและผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย	0.702**	0.000	เดียวกัน	สูง

ตาราง 30 (ต่อ)

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
4. จัดบริการเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi Fi)	0.578**	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
5. จัดเทคโนโลยีที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกแก่ ผู้ให้บริการ เช่น ระบบนำทาง การสนทนาผ่าน VDO Call ระบบช่วยค้นหาหนังสือ และระบบ Smart Card	0.671**	0.000	เดียวกัน	สูง
6. แผนที่หอสมุด บ้ายบอกทาง และสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงไว้อย่างชัดเจน	0.646**	0.000	เดียวกัน	สูง
7. สื่อประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย มี ความเหมาะสม	0.714**	0.000	เดียวกัน	สูง
8. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและมีจิตบริการ (Service Mind)	0.696**	0.000	เดียวกัน	สูง
รวม	0.854**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 30 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

ตาราง 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
1. บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติแบบออนไลน์ (OPAC) ตามห้องบริการต่างๆ	0.750**	0.000	เดียวกัน	สูง
2. การบริการที่มีลักษณะเป็นแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)	0.728**	0.000	เดียวกัน	สูง
3. บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าตามห้องบริการต่างๆ	0.770**	0.000	เดียวกัน	สูง
4. บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)	0.747**	0.000	เดียวกัน	สูง
5. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line, Youtube)	0.718**	0.000	เดียวกัน	สูง
6. ผู้ให้บริการอยู่ประจำเคาน์เตอร์ พร้อมให้บริการ	0.672**	0.000	เดียวกัน	สูง
7. ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ได้	0.748**	0.000	เดียวกัน	สูง
8. เว็บไซต์มีความทันสมัย มีระบบนำทางที่สะดวกและใช้งานง่าย	0.790**	0.000	เดียวกัน	สูง
9. หอสมุดแห่งชาติจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้ผู้บริการได้มีส่วนร่วม	0.723**	0.000	เดียวกัน	สูง
10. ท่านมีความประทับใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติจนอยากกล่าวถึงหรือบอกต่อแก่ผู้อื่น	0.742**	0.000	เดียวกัน	สูง
รวม	.886**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 31 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการกำหนดออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

ตาราง 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
1. พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	0.762**	0.000	เดียวกัน	สูง
2. พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น ทรัพยากรดิจิทัล	0.775**	0.000	เดียวกัน	สูง
3. พัฒนาการบริการให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น บริการออนไลน์ต่างๆ	0.761**	0.000	เดียวกัน	สูง
4. นำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ	0.777**	0.000	เดียวกัน	สูง
5. สร้างความแตกต่างและมีความสร้างสรรค์ในการให้บริการ	0.780**	0.000	เดียวกัน	สูง
รวม	0.848**	0.000	เดียวกัน	สูงมาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 32 พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ดังนี้

ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คือ หอสมุดแห่งชาติควรนำหนังสือใหม่ ออกให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ควรมีบริการยืมคืนหนังสือออกไปได้ นำหนังสือหายากสแกนทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และเผยแพร่ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์

ทรัพยากรสารสนเทศที่ได้เก็บรักษาไว้ให้มากขึ้น ผู้ให้บริการบางคนควรยิ้มแย้มแจ่มใส ควรเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสืบค้นและปรับปรุงระบบ Wi-Fi ให้มีประสิทธิภาพ ควรเพิ่มจุดปลั๊กไฟ พื้นที่นั่งอ่าน พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) พื้นที่จอดรถ จุดบริการน้ำดื่มหรือร้านอาหาร ขยายเวลาเปิดให้บริการ และปรับปรุงอุณหภูมิภายใน แสงสว่าง และความสะอาดของห้องน้ำให้ดีขึ้น



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผลการวิจัย
6. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน

5. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
8. ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติแตกต่างกัน
9. การบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในทางบวก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้อำนวยการกลุ่ม จำนวน 1 คน และหัวหน้างาน จำนวน 2 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน และผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน เลือกโดยวิธีเจาะจง (Purposive Selection) 2) ข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติในช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม 2565 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำนวน 384 คน สุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หากคุณภาพของเครื่องมือโดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีคะแนนระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำไปทดลองสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 ราย นำผลที่ได้มาปรับแก้ข้อคำถามอีกครั้งก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2.2 แบบสอบถาม ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามการวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบ

แบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติ และตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หากคุณภาพของเครื่องมือโดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิการบริหารงานหอสมุดแห่งชาติและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งพบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีคะแนนระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.99 ซึ่งมากกว่าค่าความเที่ยงที่กำหนดไว้คือ 0.70 (ชไมพร กาญจนกิจสกุล, 2555, น. 121-122)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอโครงการวิจัยคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G 511/2564E วันที่ให้การรับรองคือ 17 มกราคม 2565 และได้ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากหอสมุดแห่งชาติในการเก็บข้อมูลวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเดือนเมษายน 2565 และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยตนเองตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ระหว่างเดือน เมษายน-พฤษภาคม 2565

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการถอดไฟล์บันทึกเสียงและข้อมูลที่ได้จดบันทึกมาตรวจสอบความถูกต้อง นำมาจัดแยกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและจำแนกเนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้ อ่านเนื้อหาทั้งหมดและเลือกบันทึกประเด็นหลักมาจัดกลุ่มเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ตามกรอบแนวคิดการวิจัย วิเคราะห์และตีความเนื้อหาที่ได้ สรุปและนำเสนอด้วยการบรรยายความ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยการหาค่าสถิติ ดังนี้

4.2.1 ข้อคำถามชนิดตรวจรายการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณค่าความถี่และร้อยละ

4.2.2 ข้อคำถามชนิดมาตราประมาณค่าเกี่ยวกับสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนของคำตอบ 5 ระดับ

4.2.3 นำผลการคำนวณทางสถิติมาแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น. 103)

4.2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ใช้สถิติ F-test เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD

4.2.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ด้วยการหาค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

4.2.6 นำข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามปลายเปิด นำมาสรุปประเด็น

4.3 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยาย

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

หอสมุดแห่งชาติมีสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้า 5 ด้าน ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 209 คน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน สถานภาพด้านการประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน และมีความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แน่นอน จำนวน 232 คน

1.2 สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ พบว่า สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า รองลงมา ได้แก่ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยแต่ละด้านพบผลการวิจัย ดังนี้

1.2.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ จัดเก็บข้อมูลผู้ให้บริการด้วยการให้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้ด้วย

บัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) อย่างสม่ำเสมอ รองลงมา ได้แก่ ปรับปรุง ข้อมูลของผู้ใช้บริการให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ และจัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้ใช้บริการ อย่างชัดเจน เช่น บริการสำหรับประชาชน นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ผลการวิจัยตรงกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าหอสมุดแห่งชาติมีการ จัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการจากการลงทะเบียนที่จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ โดยจัดเก็บจากบัตร ประจำตัวประชาชน นอกจากนี้ยังมีการจัดเก็บสถิติรายห้องของแต่ละห้องบริการ การจัดเก็บสถิติ ประเภทออนไลน์จากการกดถูกใจแฟนเพจ รวมทั้งบริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) ของ หอสมุดแห่งชาติ และการจัดเก็บสถิติการให้บริการ ISSN ISBN และจัดแจ้งการพิมพ์ ผ่าน e-Service ระบบสารสนเทศทางด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมเพื่อประชาชนทางอิเล็กทรอนิกส์

1.2.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น ต่อการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การบริการส่วนใหญ่ของหอสมุดแห่งชาติไม่มีการเรียกเก็บ ค่าใช้จ่าย รองลงมา ได้แก่ พื้นที่ให้บริการกว้างขวางและเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ และ หอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ในส่วนของ การศึกษาเชิงคุณภาพพบผลคล้ายกัน คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าหอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ และให้บริการแก่ประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.2.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความ คิดเห็นต่อการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น และมีจิตบริการ (Service Mind) รองลงมา ได้แก่ จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ ใช้บริการทั่วไปและผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในสภาพ สมบูรณ์พร้อมใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ ข้อมูลหลักกล่าวว่ามีการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรเรื่องจิตบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็น อารยสถาปัตย์สำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรสารสนเทศที่มีสภาพสมบูรณ์ พร้อมให้บริการ เนื่องจากมีกลุ่มสงวนรักษาหนังสือในการซ่อมและบำรุงรักษาทรัพยากร สารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ

1.2.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการ ออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการอยู่ประจำเคาน์เตอร์ พร้อมให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถ

แก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ได้ และท่านมีความประทับใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติ จนอยากกล่าวถึงหรือบอกต่อแก่ผู้อื่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าผู้ให้บริการสามารถติดต่อสอบถามกับผู้ให้บริการได้ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ จุดเคาน์เตอร์ตามห้องบริการต่างๆ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

1.2.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา ได้แก่ นำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ และพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น ทรัพยากรดิจิทัล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ผลการวิจัยตรงกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าหอสมุดแห่งชาติมีกลุ่มวิจัยและพัฒนาห้องสมุดสำหรับวิจัยเกี่ยวกับองค์กร รวมทั้งพัฒนาคู่มือและการให้บริการ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ เช่น ระบบ Smart Library ผ่านหน้าจอขนาดใหญ่สำหรับค้นหาหนังสือ ระบบ VDO Call สำหรับติดต่อสอบถามผู้ให้บริการ ระบบ Smart Card สำหรับใช้บริการภายในหอสมุดด้วยบัตรเดียว นอกจากนี้ยังมีบริการสารสนเทศในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การแปลงทรัพยากรสารสนเทศที่มีคุณค่าให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เผยแพร่บนเว็บไซต์ การนำคิวอาร์โค้ดหนังสือหายากมากต่อยอด บริการข้อมูลเนื้อหาออนไลน์ (Content) หนังสือดีมีให้ฟัง และ VDO On Demand ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ดังนี้

2.1 อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 1 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า และการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องไม่พบความแตกต่าง

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการวิเคราะห์โลก

ประสบการณ์ของลูกค้านั้นแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้าแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

2.2 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 2

2.3 สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 3

2.4 ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 4

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม รองลงมา ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกด้าน โดยแต่ละด้านพบผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสมบูรณ์และคุณค่าของทรัพยากรสารสนเทศพิเศษ เช่น เอกสารโบราณ หนังสือหายาก แผนที่เก่า รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บริการพิเศษ ได้แก่ บริการเลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN) บริการจัดแจ้งการพิมพ์ และบริการข้อมูลทาง บรรณานุกรมของหนังสือ (CIP) และความสะดวกในการใช้บริการ Smart Library ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.2 ด้านผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเสมอภาคในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ความน่าไว้วางใจในการจัดการปัญหาให้แก่ผู้ใช้ และความเอาใจใส่ ดูแลผู้ให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.3 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุด (OPAC) รองลงมา ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการให้บริการ และประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.4 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเงียบสงบภายในหอสมุดแห่งชาติ รองลงมา ได้แก่ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายนอกอาคาร ได้แก่ ความสะอาด ความร่มรื่น และสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในอาคาร ได้แก่ อุณหภูมิ แสงสว่าง ความสะอาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ดังนี้

4.1 อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 5 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมไม่พบความแตกต่าง โดยด้านทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี อายุระหว่าง 41-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 6

4.3 สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 7 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผู้ให้บริการ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมไม่พบความแตกต่าง โดยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว และผู้ให้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสถานภาพด้านการประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 8

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสพการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า การบริหารประสพการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารประสพการณ์ลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 9 โดยสรุปแต่ละด้าน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้า พบว่า การบริหารประสพการณ์ลูกค้าด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสพการณ์ลูกค้าด้านการวิเคราะห์โลกประสพการณ์ของลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูง

5.2 การกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า พบว่า การบริหารประสพการณ์ลูกค้าด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสพการณ์ลูกค้าด้านการกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

5.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

5.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการกำหนดออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

5.5 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นสูงมาก

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ ดังนี้

ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คือ หอสมุดแห่งชาติควรนำหนังสือใหม่ออกให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ควรให้บริการยืมคืนหนังสือออกไปได้ นำหนังสือหายากสแกนทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และเผยแพร่ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรสารสนเทศที่ได้เก็บรักษาไว้ให้มากขึ้น ผู้ให้บริการบางคนควรยิ้มแย้มแจ่มใส ควรเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสืบค้นและปรับปรุงระบบ Wi-Fi ให้มีประสิทธิภาพ ควรเพิ่มจุดปลั๊กไฟ พื้นที่นั่งอ่าน พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) พื้นที่จอดรถ จุดบริการน้ำดื่มหรือร้านอาหาร ขยายเวลาเปิดให้บริการ และปรับปรุงอุณหภูมิภายใน แสงสว่าง และความสะดวกสบายของห้องน้ำให้ดีขึ้น

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญที่พบจากผลการวิจัยมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้าและข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดสามลำดับแรก ได้แก่ การบริการส่วนใหญ่ของหอสมุดแห่งชาติไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย พื้นที่

ให้บริการกว้างขวางและเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ และหอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือ ตรงกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าหอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ และให้บริการแก่ประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของหอสมุดแห่งชาติตามแนวความคิดการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าในด้านกรกำหนดโครงสร้างประสิทธิภาพของลูกค้าที่ผู้ให้บริการต้องสร้างจุดเด่น จุดแข็ง หรือจุดครองใจของสินค้าหรือบริการที่จะทำให้ลูกค้านึกถึงหรือจดจำได้ และส่งมอบคุณค่านั้นให้ตรงตามที่ได้กำหนดไว้ (ประพันธ์ศักดิ์ รัชไชยวรรณ, 2565, 4 มกราคม; Schmitt, 2003, pp. 25-30) การกำหนดโครงสร้างประสิทธิภาพในประเด็นดังกล่าวจึงเป็นจุดที่สร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งหอสมุดแห่งชาติมีจุดเด่น คือ เป็นห้องสมุดระดับชาติ ศูนย์ประสานงานกับหอสมุดแห่งชาติประเทศอื่นๆ มีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ กว้างขวาง มีพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) และพื้นที่ในการเรียนรู้ (Learning Space) มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสะอาด บรรยากาศร่มรื่นที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้และสัมผัสได้ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ, 2564) ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยของงานวิจัยของ เพ็ญพรรณ จารุสาร (2557) เกี่ยวกับสภาพการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าของห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทย ที่พบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทยมีการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า ด้านที่มีการดำเนินการมากที่สุด คือ การกำหนดโครงสร้างประสิทธิภาพลูกค้า การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า และการออกแบบประสิทธิภาพที่มีต่อจุดเด่นของห้องสมุด และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของห้องสมุดซึ่งสะท้อนการจัดบริการและสร้างประสิทธิภาพแก่ผู้ใช้ของ เริงใจ เขียวอ่อน และ แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562) ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารประสิทธิภาพลูกค้า คุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการประเภทอื่น งานวิจัยของพีรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคนอื่น ๆ (2562) ซึ่งพบว่า การบริหารประสิทธิภาพลูกค้านั้นสามารถจัดการผ่านปัจจัยด้านการบริการ ราคา ช่องทางบริการ การส่งเสริมการขาย พนักงาน กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ สภาพบรรยากาศภายในสถานที่ให้บริการและคุณค่าของลูกค้าจะสะท้อนผ่านมิติต่างๆ ได้แก่ คุณค่าเชิงสังคม อารมณ์ คุณภาพ และเศรษฐศาสตร์

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ

2.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งจากสภาพปัจจุบันหอสมุดแห่งชาติได้มีการจัดบริการสารสนเทศช่องทางออนไลน์มากขึ้นกว่าในอดีต อาจมีส่วนส่งผลให้ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มคนอายุน้อยเข้าถึงการบริการมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุ และจากผลสำรวจของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2565, น. 10) ได้ชี้ให้เห็นว่าประชาชนที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก จากสถิติพบว่าประชาชนอายุระหว่าง 15-24 ปี มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่มีอายุ 40-59 ปี จึงทำให้ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าแตกต่างกัน ผลการวิจัยที่พบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุฟ, คามาถ และอิคบอล (Rouf et al., 2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของธนาคาร พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้คุณภาพบริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของพอร์เตอร์และดอนธู (Porter & Donthu, 2006) ที่พบว่า คนอายุน้อยกว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งานและการใช้ประโยชน์มากกว่าคนมีอายุ แต่ทั้งนี้ยังมีงานวิจัยบางงานกลับไม่พบความแตกต่างในตัวแปรอายุ คือ งานวิจัยของชินิชฐา นามอ่อน (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างของประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับในการใช้บริการจากลูกค้าที่มีเพศ และอายุต่างกัน และงานวิจัยของ ลัดดา ชูใจ และคนอื่น ๆ (2558) ศึกษาคุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจที่พักแรมในประเทศไทย พบว่าลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้บริการด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์

2.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการเข้าใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการเข้าใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และขัดแย้งกับผลการวิจัยของ ลัดดา ชูใจ และคนอื่น ๆ (2558) ที่พบว่าปัจจัยระดับการศึกษาของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า จากการศึกษาภาพรวมของสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาตินั้น ผลปรากฏออกมาว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นประสบการณ์ในทางบวกของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการสัมผัสกับ

ประสบการณ์ที่ดีคล้ายคลึงกัน จึงไม่พบความต่างในตัวแปรดังกล่าว และเมื่อเทียบกับผลการวิจัยก่อนหน้าพบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุฟ, คามาล และอิคบอล (Rouf et al., 2018) ที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการรับรู้คุณภาพบริการของธนาคาร นอกจากนี้ตัวแปรสถานภาพด้านการประกอบอาชีพสอดคล้องกับงานวิจัยของชินชานามอ่อน (2559) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความประทับใจเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้าไม่แตกต่างกัน และความถี่ในการใช้บริการ พบในผลการวิจัยของ สุมาลี ชุนขจี (2556) ที่ความคิดเห็นของประชาชนที่มีความถี่ในการเข้าใช้บริการห้องสมุดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

3. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าหอสมุดแห่งชาติได้มีการปรับปรุงพื้นที่ให้ทันสมัย บรรยากาศภายนอกอาคารมีความร่มรื่น มีพื้นที่สีเขียวจากต้นไม้ พื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีระบบป้องกันสารอันตรายที่เหมาะสม มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ส่วนสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในอาคารมีความสงบ มีการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นห้องต่างๆ พื้นที่กว้างขวาง อากาศถ่ายเท อุณหภูมิภายในมีความเหมาะสม มีแสงสว่างจากแสงธรรมชาติ และจากแสงไฟฟ้า มีป้าย แผ่นผังแสดงจุดบริการต่างๆ อย่างชัดเจน (ยุวเรศ อธิธิชัยวัฒนา และคนอื่นๆ, 2561) มีพื้นที่การทำงาน (Working Space) และพื้นที่ในการเรียนรู้ (Learning Space) ที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ รวมทั้งเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ (Assistive Technology) (วิภาณันท์ ล้างาม และคนอื่นๆ, 2561) จากผลการวิจัยที่พบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ปานผดุง (2559); เริงใจ เชี่ยวอ่อน และ แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2562); วัฒนทา ไคร์ครวญ และ กลีบแก้ว จันทรหงษ์ (2561) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการจะรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาใช้บริการ หากสถานที่ออกแบบอย่างสวยงาม ทันสมัย มีแสงสว่างและอุณหภูมิเพียงพอ และพื้นที่ให้บริการมีความสะอาด บรรยากาศมีความเงียบสงบ เหมาะกับการศึกษาค้นคว้าจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและความพึงพอใจได้

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ

4.1 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของหอสมุดแห่งชาติโดยภาพรวมแตกต่างกัน

อาจกล่าวได้ว่าอายุที่ต่างกันจะมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งประสบการณ์นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทน, เซน และ ยาง (ธีรวิวี วราธรไพบูลย์ และ ปริญ ลักษิตามาศ, 2561; Tan et al., 2017;) ที่พบว่าประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดีจะทำให้มีความพึงพอใจสูงมาก

4.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตาม ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจะเห็นได้ว่าผลการวิจัยที่พบดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าซึ่งไม่พบความแตกต่างของความคิดเห็นจากตัวแปรดังกล่าวเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเมื่อผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการให้บริการของหอสมุดแห่งชาติย่อมสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น ทั้งนี้มีผลการวิจัยที่พบคล้ายกัน ได้แก่ งานวิจัยของ รุฟ, คามาล และอิคบอล (Rouf et al., 2018)) ที่พบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ และงานวิจัยของประภาพร รูปสวยดี (2550) ที่พบว่าผู้ใช้บริการห้องสมุดที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน งานวิจัยของจันทร์เพ็ญ แก้วมุกดา (2550) ที่พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของห้องสมุดไม่แตกต่างกัน แต่ในขณะเดียวกันก็มีความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยบางงาน คือผลการวิจัยของพิมพ์ใจ สุวรรณโยธิน (2555) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องสมุดแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรความถี่ในการใช้บริการ มีงานวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน (มะลิ จ้อยง, 2552)

5. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อมีการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดสำคัญของการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่เน้นกระบวนการ

ศึกษาและทำความเข้าใจลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ตามหลักการที่ว่าหากผู้รับบริการได้รับรู้หรือสัมผัสกับประสบการณ์ที่ดี ตรงกับความต้องการและความคาดหวัง ย่อมส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า สร้างความแตกต่างและนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจหรือการบริการขององค์กรนั้นๆ (ธีรวัฒน์ โอภาสบุตร และ พลอยชนก พรสวรรค์, 2563; Schmitt, 2003; Schmitt & Zarantonello, 2013;) ผลการวิจัยที่พบดังกล่าวนี้คล้ายกับงานวิจัยของพิมพ์ลภัส ฦ.วิชัย และ อัจฉรียา ศักดิ์นรงค์ (2560) พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านการวิเคราะห์โลกประสบการณ์ ด้านการออกแบบประสบการณ์ ด้านการออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า ด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของแมนซูร์ เอเว่น และอะโลมิไบเดน (Mansoor et al., 2020; สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2564) ที่พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมากกับความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยอีกหลายงานที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจและพบว่าการสร้างประสบการณ์ในบริการทางตรงและทางอ้อม การสร้างประสบการณ์ที่ดี การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของลูกค้า และลูกค้าประเมินสินค้าและบริการที่ได้รับนั้นจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจมีผลต่อความจงรักภักดี และการบอกต่อของผู้ใช้บริการ (ชยุตม์กันต์ พงศ์จิรกร, พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, ทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร, และ ธงชัย ศรีวรรณนะ, 2563; ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ และ ปริญ ลักษิตามาต, 2561; พิมพ์ลภัส ฦ.วิชัย และ อัจฉรียา ศักดิ์นรงค์, 2560; พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคนอื่น ๆ, 2562; สุวิษฐา เฉลิมแดน และคนอื่น ๆ, 2553; Tan et al., 2017;) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การนำแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามาประยุกต์ในการบริการของหอสมุดแห่งชาติ จะช่วยให้การบริการมีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของหอสมุดได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยพบว่าสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งในการจัดบริการของหอสมุดแห่งชาติ อย่างไรก็ตามก็ยังมีผลการวิจัยบางประเด็นที่น่าสนใจนำไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการบริการของหอสมุดให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามตัวแปรอายุ พบว่าผู้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

และมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน หอสมุดจึงควรมีการศึกษาผู้ใช้จำแนกตามกลุ่มอายุ ในเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับนำไปปรับปรุงบริการให้ตอบสนองและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย

1.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้ามาประยุกต์ในการจัดบริการ หอสมุดแห่งชาติจึงควรนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยอาจกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของหอสมุดแห่งชาติ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริการที่ต่อยอดจากแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้วยแนวคิดอื่นเพิ่มเติม เช่น การออกแบบบริการ (Service Design)

บรรณานุกรม

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). สำรองการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2565 (ไตรมาส 1). สืบค้นจาก http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2565/report_ict_q1_65.pdf
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). แผนแม่บทส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ของไทย พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- ชินษฐา นามอ่อน. (2559). ประสบการณ์การใช้กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (*Customer Experience Management: CEM*) ของ เทวาศรม หัวหิน รีสอร์ท. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, เพชรบุรี.
- ไข่มุกด์ วิกรัยศักดิ์, และ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์วิน. (2562, มีนาคม-เมษายน). ความสำคัญของประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดในโลกอนาคต. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 12(2), 537-554.
- จันทร์เพ็ญ แก้วมุกดา. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของห้องสมุดประชาชนในจังหวัดนครนายก. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ).
- จันทิมา เขียวแก้ว. (2550, มกราคม-มิถุนายน). CRM&CEM เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศ. *วารสารห้องสมุด*, 51(1), 49-64.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2551). เจตคติและความพึงพอใจในการให้บริการ (พิมพ์ครั้งที่ 12). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินตนา บุญบงการ. (2539). การสร้างจิตสำนึก การให้บริการกับการปรับปรุงการบริหารภาครัฐ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.
- จุฑารัตน์ ปานผดุง. (2559, มกราคม-เมษายน). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของฝ่ายหอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 27(1), 123-132.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก: โพรเจ็คท์ ไฟฟ์ -ไฟว์.
- ชยุตม์กันต์ พงศ์จิรกร, พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, ทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร, และ ธงชัย ศรีวรรณะ. (2563,

กรกฎาคม-ธันวาคม). ความสัมพันธ์ของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหาร
 ประสิทธิภาพลูกค้า ความผูกพันเชิงลึกของลูกค้าและการประเมินตราสินค้าที่ให้บริการ ต่อ
 ความไว้วางใจในตราสินค้าในธุรกิจคลินิกเสริมความงาม. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิ
 โรฒ, 11(2), 89-111.

ชาย โพธิ์สีดา. (2564). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
 ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก. (2549). กลยุทธ์การบริหารประสิทธิภาพของลูกค้า. กรุงเทพฯ:

BrandAgebooks.

แต่รี่ควีน. (ม.ป.ป.). เกี่ยวกับบริษัท. สืบค้นจาก <https://www.dairyqueenthailand.com/aboutus>
 ธีรวันท์ โอภาสบุตร, และ พลอยชนก พรสวรรค์. (2563, กรกฎาคม-ธันวาคม). การบริหาร

ประสิทธิภาพลูกค้า ความท้าทายบนระยะห่างในการเปลี่ยนผ่านสู่ฐานวิถีใหม่. วารสาร
 นิเทศสยามปริทัศน์, 19(2), 169-180.

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์, และ ปริญญา ลักษิตามาศ. (2561, กันยายน-ธันวาคม). ความสัมพันธ์ระหว่าง
 ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อเฟรนไชส์ในประเทศไทย.
 วารสารปัญญาภิวัตน์, 10(3), 28-41.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2559a). แบนด์ กับการสร้างประสิทธิภาพเชิงบวกให้แก่ลูกค้า. สืบค้น
 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637909>

บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2559b). แบนด์ กับการสร้างประสิทธิภาพเชิงบวกให้แก่ลูกค้า(จบ).
 สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/638182>

ประพันธ์ศักดิ์ รักษ์ไชยวรรณ. (2565, 4 มกราคม). ความเข้มข้นของการตลาดสีเขียว ตอนที่ 2.
 กรุงเทพธุรกิจ, น. 24.

ประภาพร รูปสวยดี. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องสมุดประชาชนจังหวัด
 สุพรรณบุรี. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา,
 พระนครศรีอยุธยา.

พรทิพย์ ยี่มิวิไล. (2549). การใช้บริการสำนักหอสมุดแห่งชาติ. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย, และ จีระศักดิ์ ทัพผา. (2563, มกราคม-มิถุนายน). แนวคิด
 เกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. วารสารวิชาการ
 สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 26(1), 59-66.

- พัลลภา ปิติสันต์, ชัญญา เหลียวรุ่งเรือง, สมบุญ เกียรติรุ่งเรืองดี, และ วรวิทย์ ศัลยวุฒิ. (2554, กันยายน). การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า. *For Quality*, 18(167), 94-96.
- พิมพ์ใจ สุวรรณโยธิน. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการห้องสมุดเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พิมพ์วิภา ไพ เปรมสมิทธิ และคนอื่น ๆ. (2555). คู่มือฝึกอบรมบรรณารักษ์. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ภัทส ญ.วิชัย, และ อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์. (2560, พฤษภาคม-สิงหาคม). ส่วนประสมทางการตลาดบริการและการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มโรงแรมแกรนด์เซนต์เตอร์พอยต์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(2), 68-90.
- พีรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุกเพชร, และ โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล. (2562, มกราคม-เมษายน). การบริหารประสบการณ์ลูกค้า คุณค่า และความพึงพอใจลูกค้าในธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ: ความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(1), 107-122.
- เพ็ญพรรณ จารุสาร. (2557). การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยไทย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- มยุรา สาลี, และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในคุณภาพบริการ *Mobile Banking (MyMo)* ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16 ประจำปีการศึกษา 2564, ปทุมธานี.
- มะลิ จ้อยกง. (2552). ความพึงพอใจของสมาชิกห้องสมุดประชาชนต่อการให้บริการของห้องสมุดประชาชนสังกัดศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดอ่างทอง. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.
- มาลี ลำสกุล. (2555). ความรู้เกี่ยวกับการบริการสารสนเทศ. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุวเรศ อธิธิชัยวัฒนา, ศุภวรรษตรา แสนวา, และ สมชาย วรปัญญาไกร. (2561, มกราคม-มิถุนายน). ความคิดเห็นของผู้ใช้และผู้ให้บริการต่อการมีส่วนร่วมการตลาดในการบริการของหอสมุดแห่งชาติ. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 11(1), 1-13.
- เรใจ เขียวอ่อน, และ แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี. (2562, มกราคม-เมษายน). พฤติกรรม ความ

- ต้องการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ห้องสมุด มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษของผู้ใช้บริการ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(1), 26-34.
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2562, มกราคม-เมษายน). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และ ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2(1), 92-106.
- ลัดดา ชูใจ, นำชัย ทนุผล, และ มัลลิกา ศิริพิศ. (2558, พฤษภาคม-สิงหาคม 2558). คุณภาพของการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจที่พักรวมในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2), 2857-2874.
- วิวัฒนา ไคร์ครวญ, และ กल्पิณี จันทร์หงษ์. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศของห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี กรุงเทพมหานคร. วารสารพยาบาลทหารบก, 19, 194-202.
- วิภาณันท์ ลำงาม, สมชาย วรปัญญาไกร, และ ศุภวรรษตรา แสนวา. (2561, มกราคม-มิถุนายน). การพัฒนากลยุทธ์การบริการสารสนเทศของสำนักหอสมุดแห่งชาติ. วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 11(1), 43-59.
- ศิริประภา ศรีวิโรจน์. (2562, พฤษภาคม-สิงหาคม). การบริหารประสบการณ์ลูกค้าสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อธุรกิจได้จริงหรือ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 9(2), 35-43.
- ศิริวรรณ แจ่มใจดี, และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์. (2560, กันยายน-ธันวาคม). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของศูนย์ The Style by TOYOTA. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 7(3), 356-365.
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2564, มกราคม-มิถุนายน 2564). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และการบอกต่อในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 10(1), 198-213.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2554a). มาตรฐานการกำหนดตำแหน่ง บรรณารักษ์. สืบค้นจาก https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/3-

8-003-0.pdf

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2554b). มาตรฐานการกำหนดตำแหน่ง ปฏิบัติงาน
ห้องสมุด. สืบค้นจาก [https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_](https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/4-8-015-0.pdf)
[specification/4-8-015-0.pdf](https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/4-8-015-0.pdf)

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2554c). มาตรฐานกำหนดตำแหน่ง ภาษาโบราณ.
สืบค้นจาก [https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_](https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/3-8-010-0.pdf)
[specification/3-](https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/3-8-010-0.pdf)
[8-010-0.pdf](https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/job_specification/3-8-010-0.pdf)

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2552). เทคนิคการให้บริการทรัพยากรสารสนเทศ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์.
กรุงเทพฯ: สำนักหอสมุดแห่งชาติ.

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2561). แผนพัฒนางานหอสมุดแห่งชาติ พ.ศ.2561-2564. กรุงเทพฯ:
สำนักหอสมุดแห่งชาติ.

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (2564). รายงานประจำปี 2563 สำนักหอสมุดแห่งชาติ. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (ม.ป.ป.-a). บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ. สืบค้นจาก [https://www.nlt.go.](https://www.nlt.go.th/service?id=29)
[th/service?id=29](https://www.nlt.go.th/service?id=29)

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (ม.ป.ป.-b). บริการสื่อสิ่งพิมพ์. สืบค้นจาก [https://www.nlt.go.th/](https://www.nlt.go.th/service?id=26)
[service?id=26](https://www.nlt.go.th/service?id=26)

สำนักหอสมุดแห่งชาติ. (ม.ป.ป.-c). หอสมุดแห่งชาติ. สืบค้นจาก <https://www.nlt.go.th/>

สุมาลี ชุนขจี. (2556). ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของห้องสมุดประชาชน "เฉลิม
ราชกุมารี" จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.

สุวรรณ อภัยวงศ์. (2542). การตลาดในงานบริการสารสนเทศ. มหาสารคาม: คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.

สุวิชญา เฉลิมแดน, อติศักดิ์ จันทระภาเลิศ, และ ภูริศ ศรสุทร. (2553, ตุลาคม). การศึกษาการ
ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ของลูกค้าที่มีผลต่อการบอก
ต่อของธุรกิจการท่องเที่ยวแพคเกจแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 5(1), 49-58.

เอมมิกา แดงรอด, และ ประสพชัย พสุนนท์. (2558, พฤษภาคม-สิงหาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึง
พอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ

เซอร์เคิล ราชพฤกษ์. วารสารวิชาการ *Veridian E-Journal, Silpakorn University* ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2), 1783-1795.

Aramburo, A. S. (2019). The future of national libraries. *Alexandria*, 29(3), 225-227.

Duncan, T. (2008). *Principles of advertising & IMC* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Hair, J. F., Wolfinbarger, M. F., Ortinau, D. J., & Bush, R. P. (2008). *Essentials of marketing research*. Boston: McGraw-Hill.

International Organization for Standardization. (2010). ISO 9241-210 Ergonomics of human-system interaction Part 210: Human-centred design for interactive systems. Retrieved from <https://richardcornish.s3.amazonaws.com/static/pdfs/iso-9241-210.pdf>

Khan, A. G., Lima, R. P., & Mahmud, S. (2021, February). Understanding the service quality and customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: using a structural equation model. *Global Business Review*, 22(1), 85-100.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed). New Jersey: Pearson Education International.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

Mansoor, M., Awan, T. M., & Alobidyeen, B. (2020). Structure and measurement of customer experience management. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 6(4), 171-182.

Meyer, C., & Schwager, A. (2007, February). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(2), 116-157.

Nanosoft & Solution. (ม.ป.ป.). การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า. สืบค้นจาก <https://www.nanosoft.co.th/tips-business/85.php>

Porter, E., & Donthu, N. (2006, September). Using the technology acceptance model to explain how attitudes determine internet usage: the role of perceived access barriers and demographics. *Journal of Business Research*, 59(9).

Rouf, A., Kamal, M., & Iqbal, M. M. (2018). Customers' perception of service quality of banking sectors in Bangladesh. *International Journal of Law and Management*,

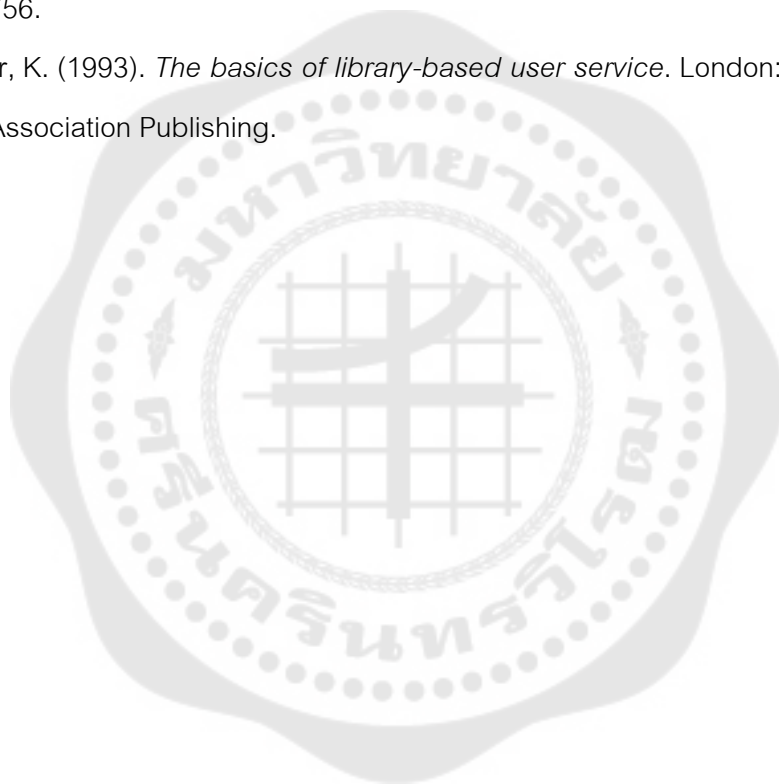
60(4), 922-933.

Schmitt, B. H. (2003). *Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing. *Review of Marketing Research*, 10, 25-61.

Tan, T.-S., Chen, T.-L., & Yang, P. H. (2017, June). User satisfaction and loyalty in a public library setting. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 45(5), 741-756.

Whittaker, K. (1993). *The basics of library-based user service*. London: Library Association Publishing.







ภาคผนวก ก
ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



ที่ อว 8718/

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

17 มกราคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตผลการพิจารณาโครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G- 511/2564E

เรียน นางสาว บุรฉกร จันทนราช

สิ่งที่ส่งมาด้วย ใบรับรองโครงการวิจัย SWUEC/E/G-511/2564

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ โครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G 511/2564E เพื่อรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ นั้น

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าว บัดนี้ คณะกรรมการฯ ให้การรับรองโครงการวิจัยดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2565 รายละเอียดดังนี้

Certificate Number SWUEC/E/G-511/2564
Date of Approval 17 มกราคม 2565 (อายุใบรับรองโครงการวิจัย 12 เดือน)
Date of Expiration 17 มกราคม 2566
Continuing Review ทุก 12 เดือน (ครบกำหนดส่งรายงานครั้งแรก วันที่ 17 มกราคม 2566)

ในการนี้ คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ขอความกรุณาให้ผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าของการวิจัยและต่ออายุการรับรองก่อนกำหนดวันหมดอายุ 30 วัน เพื่อให้เป็นไปตามวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs version 2.0) ของคณะกรรมการฯ ทั้งนี้รายละเอียดของเอกสารที่ให้การรับรองตามที่ปรากฏใน Certificate of Approval (Certificate Number SWUEC/E/G-511/2564) ที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(แพทย์หญิงสุรพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 12430
โทรสาร 0-2259-1822



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

ผู้วิจัย บุรุษกร จันทร์ราช

นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตร ศศม. (สารสนเทศศึกษา)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ โดยแบบสัมภาษณ์นี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า

ตอนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

คำนิยาม

1. การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ 5 ประเด็น ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า (Analyzing the experiential world of the customer)

1.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า (Building an experiential platform)

1.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Designing the brand experience)

1.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า (Structuring the customer interface)

1.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Engaging in continuous innovation)

2. หอสมุดแห่งชาติ หมายถึง สำนักหอสมุดแห่งชาติ สังกัดกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

3. ผู้ให้บริการ หมายถึง บรรณารักษ์ และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดของหอสมุดแห่งชาติ

4. ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่เข้าใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

ตอนที่ 1 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า

หอสมุดมีการดำเนินการหรือจัดการเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ในด้านต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร

1. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการ

1.1 มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการและจัดทำสถิติการเข้าใช้บริการหรือไม่ อย่างไร

1.2 มีการจัดทำช่องทางสำหรับผู้ใช้บริการเพื่อร้องเรียน เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็นหรือไม่ อย่างไร

1.3 จากข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นต่างๆ มีการนำมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการหรือไม่ อย่างไร

1.4 มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือไม่ อย่างไร

1.5 มีการสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือไม่ อย่างไร

2. วิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.1 จากวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ นั้น หอสมุดแห่งชาติได้ตระหนักหรือให้ความสำคัญกับเรื่องใดเป็นพิเศษ

2.2 จากภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการสำรวจ จัดหา รวบรวม จัดเก็บ และสงวนรักษาทรัพยากรสารสนเทศ มีการสำรวจหรือสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการก่อนหรือไม่ อย่างไร

2.3 จากภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการให้บริการและส่งเสริมการอ่าน หอสมุดแห่งชาติมีนโยบายการสร้างเสริมความพึงพอใจในการให้บริการหรือไม่ อย่างไร

2.4 การบริหารงานของหอสมุดแห่งชาติในปัจจุบันสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบหรือไม่ อย่างไร

2.5 มีการสร้างจุดเด่นหรือจุดแข็งของหอสมุดแห่งชาติหรือไม่ อย่างไร

3. การจัดการบริการสารสนเทศ

3.1 มีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภทหรือไม่ อย่างไร

3.2 มีการออกแบบสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกอาคารอย่างไร

3.3 มีเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับผู้ให้บริการหรือไม่ อย่างไร

3.4 มีการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการหรือไม่ อย่างไร

4. ช่องทางการติดต่อ

4.1 มีบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) หรือไม่ อย่างไร

4.2 ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสอบถามกับผู้ให้บริการได้อย่างไรบ้าง

4.3 มีช่องทางสำหรับขอรับบริการต่างๆ ที่นอกเหนือจากช่องปกติหรือไม่ อย่างไร

4.4 มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมในรูปแบบใด และผ่านช่องทางใดบ้าง

4.5 มีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมหรือไม่ อย่างไร เช่น การอบรม/ เผยแพร่ความรู้, นิทรรศการ, กิจกรรมตามเทศกาล และอื่นๆ

5. การพัฒนาองค์กร

5.1 มีการศึกษา วิจัยด้านการบริการ ด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศหรือไม่ อย่างไร

5.2 มีการปรับตัวด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร

5.3 มีการจัดบริการหรือกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการหรือไม่ อย่างไร

5.4 มีการออกแบบนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับการให้บริการหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า

หอบสมุดพบปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติงาน/การดำเนินการในด้านต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร

1. ด้านการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการ

1.1 การจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการและจัดทำสถิติการเข้าใช้บริการ

1.2 การจัดทำช่องทางสำหรับผู้ใช้บริการเพื่อร้องเรียน เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็น

1.3 การนำข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นต่างๆ มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ

1.4 การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1.5 การสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

2. ด้านวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.1 การตระหนักหรือให้ความสำคัญต่อวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบของ หอบสมุดแห่งชาติ

2.2 ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการสำรวจ จัดหา รวบรวม จัดเก็บ และสงวน รักษาทรัพยากรสารสนเทศ

2.3 ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการให้บริการและส่งเสริมการอ่าน

2.4 การบริหารงานของหอบสมุดแห่งชาติให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความ รับผิดชอบ

2.5 การสร้างจุดเด่นหรือจุดแข็งของหอบสมุดแห่งชาติ

3. ด้านการจัดการบริการสารสนเทศ

3.1 ทรัพยากรสารสนเทศ

3.2 การออกแบบสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอก

อาคาร

3.3 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับผู้ใช้บริการ

3.4 การส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการ

4. ด้านช่องทางการติดต่อ

4.1 บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

4.2 การติดต่อสอบถามระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ

4.3 ช่องทางสำหรับขอรับบริการต่างๆ ที่นอกเหนือจากช่องปกติ

4.4 การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรม

4.5 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วม เช่น การอบรม/เผยแพร่ความรู้, นิทรรศการ, กิจกรรมตามเทศกาล และอื่นๆ

5. ด้านการพัฒนาองค์กร

5.1 การศึกษา วิจัยด้านการบริการ ด้านบรรณารักษ์และสารสนเทศ

5.2 การปรับตัวด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน

5.3 การจัดบริการหรือกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ

5.4 การออกแบบนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับการให้บริการ



ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

คำชี้แจง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบริหารประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ 5 ประเด็น ดังนี้
 - 1.1 การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า (Analyzing the Experiential World of the Customer) เช่น การจัดเก็บข้อมูลผู้ให้บริการด้วยการให้ลงทะเบียน จัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้บริการอย่างชัดเจน การติดตามและตอบข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะ
 - 1.2 การกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ลูกค้า (Building an Experiential Platform) เช่น ความน่าเชื่อถือของหอสมุดแห่งชาติ การให้บริการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
 - 1.3 การออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า (Designing the Brand Experience) เช่น การจัดทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายประเภท การจัดเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริการ
 - 1.4 การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า (Structuring the Customer Interface) เช่น บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) บริการตอบคำถามและช่วยค้นหาตามห้องบริการต่างๆ และช่องทางออนไลน์ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้ผู้บริการได้มีส่วนร่วม

1.5 การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Engaging in continuous innovation) เช่น พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ สร้างความแตกต่างและมีความสร้างสรรค์ในการให้บริการ

2. หอสมุดแห่งชาติ หมายถึง สำนักหอสมุดแห่งชาติ สังกัดกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิตกรุงเทพมหานคร

3. ความพึงพอใจ หมายถึง ทักษะคติทางบวกของผู้ใช้บริการต่อบริการสารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ด้านผู้ให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

4. ทรัพยากรสารสนเทศ หมายถึง หนังสือทั่วไป หนังสือประเทศไทยและหนังสือนานาชาติ หนังสือหายาก นวนิยาย ราชกิจจานุเบกษา วารสารและหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์และงานวิจัย หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ห้องสมุดดิจิทัล (D-Library) หนังสืออักษรเบรลล์ หนังสือเสียง สื่อโสตทัศนวัสดุ และเอกสารโบราณ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หมายเลขการรับรอง SWUEC/E/G-511/2564 วันที่ออกใบรับรอง 17/01/2565 วันที่ใบรับรองหมดอายุ 17/01/2566

ข้อมูลผู้วิจัย

นางสาวบุร็สกร จันทรราช เบอร์โทร: 084-3386947

Email: burassakron.chanthanaraj@g.swu.ac.th นิสิตระดับปริญญาโท สาขาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21 – 40 ปี

41 – 60 ปี

มากกว่า 60 ปี

2. ระดับการศึกษา (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

3. สถานภาพด้านการประกอบอาชีพ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ความถี่ในการใช้บริการ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 วัน
- สัปดาห์ละ 1 วัน เดือนละ 1-2 วัน
- ไม่แน่นอน

ตอนที่ 2 สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

สภาพการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การวิเคราะห์โลกประสบการณ์ของลูกค้า					
หอสมุดมีการดำเนินการในประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด					
1. จัดเก็บข้อมูลผู้ให้บริการด้วยการให้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้ด้วยบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง (Passport) อย่างสม่ำเสมอ					
2. ปรับปรุงข้อมูลของผู้ใช้บริการให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ					
3. จัดบริการเฉพาะกลุ่มแก่ผู้บริการอย่างชัดเจน เช่น บริการสำหรับประชาชน นักเรียน					

สภาพการบริหารประสพการณ์ ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
นักศึกษา นักวิจัย					
4. สำรวจความต้องการใช้ สารสนเทศจากผู้ใช้บริการอย่าง สม่ำเสมอ					
5. ติดตามและตอบข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ หรือข้อคิดเห็นของ ผู้ให้บริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)					
การกำหนดโครงสร้างประสพการณ์ลูกค้า					
หอสมุดมีการดำเนินการใน ประเด็นต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด					
1. ประกาศวิสัยทัศน์และภารกิจไว้ อย่างชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์ของ หอสมุดแห่งชาติหรือช่องทางอื่น					
2. การจัดการบริการมีความสอดคล้อง กับวิสัยทัศน์และภารกิจที่หอสมุด แห่งชาติได้ประกาศไว้					
3. การบริการมีจุดเด่นและมีความ เป็นเอกลักษณ์					
4. หอสมุดแห่งชาติเป็นที่รู้จักและ มีความน่าเชื่อถือ					
5. บริการส่วนใหญ่ของหอสมุด แห่งชาติไม่มีการเรียกเก็บ ค่าใช้จ่าย					

สภาพการบริหารประสพการณ์ ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6. ทรัพยากรสารสนเทศพร้อม ให้บริการ					
7. ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และความ เชี่ยวชาญในการให้บริการ					
8. พื้นที่ให้บริการกว้างขวางและ เพียงพอกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ					
9. เทคโนโลยีสารสนเทศและสิ่ง อำนวยความสะดวกมีความพร้อม ในการให้บริการ					
10. จัดสภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกได้อย่างเหมาะสม					
การออกแบบประสพการณ์ที่มีต่อตราสินค้า					
หอสมุดมีการดำเนินการใน ประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด					
1. ทรัพยากรสารสนเทศที่ จัดบริการมีหลากหลายประเภท ทั้งตัวเล่มและรูปแบบดิจิทัล					
2. ทรัพยากรสารสนเทศอยู่ใน สภาพสมบูรณ์พร้อมใช้					
3. จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับผู้ใช้บริการทั่วไป และผู้ที่มีความบกพร่องทาง ร่างกาย เช่น ทางลาดขึ้นลง ลิฟต์ บันไดสำหรับรถเข็นวีลแชร์ และ ลิฟต์มีเสียงบอกชั้น					

สภาพการบริหารประสพการณ์ ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. จัดบริการเทคโนโลยีเครือข่าย อินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ตไร้ สาย (Wi Fi)					
5. จัดเทคโนโลยีที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เช่น ระบบนำทาง การสนทนาผ่าน VDO Call ระบบช่วยค้นหาหนังสือ และระบบ Smart Card					
6. แผนที่หอสมุด บ้ายบอกทาง และสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงไว้ อย่างชัดเจน					
7. สื่อประชาสัมพันธ์มีความ ชัดเจน เข้าใจง่าย มีความ เหมาะสม					
8. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น และมีจิตบริการ (Service Mind)					
การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า					
หอสมุดมีการดำเนินการใน ประเด็นต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด 1.บริการสืบค้นทรัพยากร สารสนเทศของหอสมุดแห่งชาติ แบบออนไลน์ (OPAC) ตามห้อง บริการต่างๆ					
2. การบริการที่มีลักษณะเป็นแบบ เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)					

สภาพการบริหารประสพการณ์ ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. บริการตอบคำถามและช่วยการ ค้นคว้าตามห้องบริการต่างๆ					
4. บริการตอบคำถามและช่วยการ ค้นคว้าช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line)					
5. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Twitter, Line, Youtube)					
6. ผู้ให้บริการอยู่ประจำเคาน์เตอร์ พร้อมให้บริการ					
7. ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหา ให้ผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ได้					
8. เว็บไซต์มีความทันสมัย มีระบบ นำทางที่สะดวก และใช้งานง่าย					
9. หอสมุดแห่งชาติจัดกิจกรรม พิเศษเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วน ร่วม					
10. ท่านมีความประทับใจต่อ บริการของหอสมุดแห่งชาติจน อยากกล่าวถึงหรือบอกต่อแก่ผู้อื่น					
การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง					
หอสมุดมีการดำเนินการใน					

สภาพการบริหารประสพการณ์ ลูกค้าของหอสมุดแห่งชาติ	ระดับสภาพการดำเนินงาน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ประเด็นต่อไปนี้นี้น้อยเพียงใด 1. พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการอย่างสม่ำเสมอ					
2. พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศให้ อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้อง กับการใช้บริการในปัจจุบัน เช่น ทรัพยากรดิจิทัล					
3. พัฒนาการบริการให้อยู่ใน รูปแบบที่ทันสมัยสอดคล้องกับ การใช้บริการในปัจจุบัน เช่น บริการออนไลน์ต่างๆ					
4. นำเทคโนโลยีสารสนเทศ สมัยใหม่มาประยุกต์ในการ ให้บริการ					
5. สร้างความแตกต่างและมีความ สร้างสรรค์ในการให้บริการ					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1
ข้อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ด้านทรัพยากรสารสนเทศ					
1. ความทันสมัยของทรัพยากร					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
สารสนเทศ					
2. ความเพียงพอของทรัพยากร สารสนเทศ					
3. ทรัพยากรสารสนเทศมีเนื้อหา หลากหลายและครอบคลุม					
4. การเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศมี ความสะดวก					
5. ความสมบูรณ์และคุณค่าของ ทรัพยากรสารสนเทศพิเศษ เช่น เอกสารโบราณ หนังสือหายาก แผน ที่เก่า					
6. ทรัพยากรสารสนเทศสอดคล้อง กับความต้องการของผู้ใช้บริการ					
7. ความสะดวกในการใช้บริการ พิเศษ ได้แก่ บริการเลข มาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) บริการเลขมาตรฐานสากล ประจำวารสาร (ISSN) บริการจัด แจ้งการพิมพ์ และบริการข้อมูลทาง บรรณานุกรมของหนังสือ (CIP)					
8. ความสะดวกในการใช้บริการ Smart Library					
ด้านผู้ให้บริการ					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. ทักษะ ความรู้ ความสามารถในการตอบคำถาม ให้คำปรึกษา และคำแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ให้บริการ					
2. ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ					
3. ความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี					
4. ความเอาใจใส่ ดูแลผู้ให้บริการ					
5. ความเสมอภาคในการให้บริการ					
6. ความรวดเร็วและกระตือรือร้นในการให้บริการ					
7. ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ					
8. ความน่าไว้วางใจในการจัดการปัญหาให้แก่ผู้ใช้					
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1. ระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศของหอสมุด (OPAC)					
2. ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ					
3. ประสิทธิภาพของสัญญาณ Wi Fi					
4. การสนทนากับผู้ให้บริการผ่านระบบ VDO Call					
5. ระบบนำทางและระบบช่วยค้นหา					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
หนังสือผ่านหน้าจอขนาดใหญ่					
6. ระบบ Smart Card ได้แก่ ระบบ ประตูกันทางเข้าออก ล็อกเกอร์ การ ใช้งานอินเทอร์เน็ต					
7. ความเป็นปัจจุบันของเว็บไซต์					
8. เนื้อหา ความถูกต้อง และความ สวยงามของเว็บไซต์					
9. การเชื่อมโยงเว็บไซต์กับแหล่ง ความรู้อื่น					
10. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ ให้บริการ					
11. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ใน การให้บริการ					
ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม					
1. บริการพื้นที่นั่งอ่าน พื้นที่ทำงาน ร่วมกัน และพื้นที่ในการเรียนรู้					
2. ความเหมาะสมของเวลาทำการ					
3. ความเงียบสงบภายในหอสมุด แห่งชาติ					
4. การเดินทางมายังหอสมุด แห่งชาติมีความสะดวก					
5. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ภายในอาคาร ได้แก่ อุณหภูมิ แสง					

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
สว่าง สะอาด					
6. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ภายนอกอาคาร ได้แก่ ความสะอาด ความร่มรื่น					
7. ความเพียงพอของพื้นที่จอดรถ					
8. ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบ ป้องกันสาธารณภัย					
9. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ บกพร่องทางร่างกาย ได้แก่ ทางลาด ขึ้นลง ลิฟต์บันไดสำหรับรถเข็นวีล แชร์ และลิฟต์มีเสียงบอกชั้น					
10. แผนผัง และสัญลักษณ์แสดงจุด บริการต่างๆ					
11. การปรับแต่งพื้นที่สำหรับบริการ ที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เช่น ช่วง ที่มีการระบาดของไวรัสโควิด 19					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	บุรัสกร จันทนราช
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤศจิกายน 2536
สถานที่เกิด	พระนครศรีอยุธยา
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสารสนเทศศึกษา จากมหาวิทยาลัยบูรพา

