การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุด วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*

พมลพร ทองโรจน์**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาถึงการใช้และความต้องการของผู้ใช้ต่อการบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2) เพื่อศึกษาถึงการให้บริการและการส่งเสริมการใช้บริการ ตลอดจนแนวทางในการแก้ปัญหาของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (3)เพื่อศึกษาถึงหลักการบริการการตลาดที่ของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้นำมาใช้โดยการประยุกต์ให้เข้ากับหลักการตลาด และนำมาใช้ในงานบริการ

ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจุดประสงค์ในการใช้บริการห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครองเพื่ออ่านหนังสือนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการห้องสมุดฯ มากที่สุดในช่วงค่าเฉลี่ยสองถึงสามครั้งต่อสัปดาห์ และนิยมใช้ทรัพยากรสารสนเทศสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือทั่วไปมากที่สุดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ วารสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือทั่วไปมากที่สุด และไม่มีความพึงพอใจต่อบริการคอมพิวเตอร์ที่มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความประสงค์ให้ห้องสมุดฯ จัดลานกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน โดยมีคำแนะนำให้ห้องสมุดฯจัดเก้าอี้ที่นั่งสบาย และมีเพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการแสดงความคิดเห็นว่าห้องสมุดฯควรมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ห้องสมุดฯ ได้นำมาใช้ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ห้องสมุดฯ มีการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ให้มีความทันสมัย

---

* *บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง "การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม" (The Use of Service Marketing to Promote Develop Library Service at Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University) โดยงานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนอุดหนุนและส่งเสริมการวิจัย จากวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม งบประมาณปี พ.ศ. 2556*

** *บรรณารักษ์, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*

ปัจจัยด้านบุคคล (People) ห้องสมุดฯ มีบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ห้องสมุดฯ มีบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หอสมุดแห่งชาติได้จัดสถานที่ให้บริการที่เป็นสัดส่วน สะอาด มีความเงียบสงบเหมาะสมกับการใช้บริการ

คำสำคัญ : การตลาดบริการ/ การตลาดในงานบริการสารสนเทศ /การตลาดกับห้องสมุด/ ห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง

The Use of Service Marketing to Promote Develop Library Service at Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University*

Pamonporn Thongroach**

Abstract

This Research : The Use of Service Marketing to Promote Develop Library Service at Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University. This study has three objectives: (1) to study the utilization and demand of the users of Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University, (2) to study the services and activities provided by Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University as well as to discover problems and barriers the solutions for the improvement of the library, (3) to examine the marketing strategies adopted by the Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University In this study, questionnaires were used for data collection. In addition, the findings indicate that thepurposes of the respondents for utilizing the library were reading books, magazines, and newspapers. The frequency of library usage was 2-3 times per week. The kinds of highest information material used most were the general books. The findings also showed that most of the respondents were satisfied with the library services especially the printed materials including magazines, newspapers, and general books. Conversely, the

* *This article is a part of the research, entitled "The Use of Service Marketing to Promote Develop Library Service at Library of College of Politics and Governance Mahasarakham University" under the financial support of Collage of Politic and Governance, Mahasarakham University, fiscal year 2013.*
** *Librarian., College of Politics and Governance, Mahasarakham University.*

respondents were not satisfied with computer services because there were not enough computers to serve the users. Moreover, most of the activities that the respondents would like the library to launch were the reading promotion activities and they suggested that the library arrange for the chairs which would be comfortable and adequate for the library's users. The opinions raised from librarians and library service staff suggested that the library has staff responsible for public relations directly. The service marketing mix used at Library of College of Politics and Governance were Product, the library has developed and updated printing material; People, the library staff were helpful and friendly with the users which maintained users' satisfaction; Process, the library staff had worked efficiently and Physical evidence, the library had provided the good environment, that was clean and silent which was suitable for the users'.

Keyword : Service Marketing/ Marketing in Information Service/ Marketing and Library /Library of College of Politics and Governance

บทนำ

บทบาทของห้องสมุด คือการเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ของนักเรียน นิสิต นักศึกษา คณาจารย์ นักวิจัย รวมถึงประชาชนทั่วไปในชุมชน และภารกิจสำคัญที่ทำให้ห้องสมุดตอบสนองความต้องการของบุคคลเหล่านั้นคือ “งานบริการ” เพราะหัวใจหลักของงานห้องสมุดก็คือ “การให้บริการ” นั่นเอง การบริการ (Services) เป็นงานที่ค่อนข้างซับซ้อน หลากหลาย ละเอียดอ่อน และมักจะเกี่ยวข้อง กับผู้คน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในฐานะที่ทุกคนถือว่าเป็นผู้บริโภคด้วยกันทั้งนั้น การให้บริการของห้องสมุด เกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการก่อตั้งห้องสมุดเลยก็ว่าได้ เพราะถ้าหากห้องสมุดไม่มีงานบริการหรือไม่มีการให้บริการสารสนเทศใด ๆ ก็คงไม่ต่างจากห้องที่จัดเก็บหนังสือไว้ โดยไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์แต่อย่างใด ศาสตราจารย์คุณหญิงแม้นมาส ชวลิต (สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย,2549, http://www.tla.or.th/about_us/standard.htm) นายกสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย ได้มีประกาศของสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เรื่องมาตรฐานห้องสมุด พ.ศ. 2549 ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการ จัดการศึกษาเพื่อพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งความรู้และการเรียนรู้ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่2) พ.ศ.2545 เพื่อการตอบสนองการเรียนรู้ด้วยตนเอง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความต้องการของบุคคลและสังคม เพื่อส่งเสริมคุณภาพและพัฒนาห้องสมุดให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีเกณฑ์และแนวทางการบริหารจัดการห้องสมุดสู่มาตรฐานสากล สมาคม

ห้องสมุดแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จึงกำหนดมาตรฐานห้องสมุดโดยเฉพาะในหมวดที่ 7 **การบริการ** ห้องสมุดควรมีบริการพื้นฐาน และบริการอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ในรูปแบบที่หลากหลาย มีระเบียบการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการทุกกลุ่มเป้าหมายได้รับการบริการอย่างเสมอภาค สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการนำกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการจัดบริการและกิจกรรมห้องสมุดเชิงรุก

ในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การตลาดบริการ เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการดำเนินธุรกิจ ไม่เว้นแม้แต่ในองค์กรใด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า หรือแม้แต่องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรเช่นห้องสมุด เนื่องจากในปัจจุบันทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ และความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้นได้นั้น ย่อมเป็นผลมาจากการบริการที่ลูกค้าได้รับจากสถาบันหรือองค์กรผู้ให้บริการนั้น ในส่วนของห้องสมุด ซึ่งอยู่ในฐานะ องค์กรที่ให้บริการสารสนเทศ สิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมากที่สุดจากห้องสมุดคือ คุณภาพของการบริการสารสนเทศ ซึ่งหมายถึง การคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการและจำเป็น ไม่ใช่สิ่งที่บรรณารักษ์คิดว่าจำเป็น ฉะนั้น บรรณารักษ์ผู้ให้บริการสารสนเทศ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่า คุณภาพของงานบริการ คือความพึงพอใจของผู้ใช้ และผู้ให้บริการต้องให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ บรรณารักษ์จึงจำเป็นจะต้องใช้ยุทธวิธี เทคนิควิธีการ ต่าง ๆ ที่รวดเร็ว ทันสมัย และเพื่อให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงในยุคสังคมสารสนเทศนี้ ภารกิจเกี่ยวกับการบริการสารสนเทศ จึงเป็นหน้าที่ของบรรณารักษ์ ที่ต้องปรับเปลี่ยนบทบาท และวิธีการดำเนินงานให้เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อแก้ปัญหาและลดความยุ่งยากในการเข้าถึงสารสนเทศ และเมื่อบรรณารักษ์ต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติและการทำงานในรูปแบบใหม่ หลักการตลาด จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ โดยเชื่อกันว่า การตลาด จะมีส่วนช่วยในการพัฒนางานบริการของห้องสมุด ให้ก้าวหน้าและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

การบริการสารสนเทศในห้องสมุดจึงไม่ควรที่จะหยุดนิ่งอีกต่อไป หากควรจะมีกลวิธี หรือวิธีการที่สามารถดึงดูดให้ผู้ใช้บริการหันมาสนใจ ประทับใจ และนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ โดยกลวิธีนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาร่วมในการดำเนินงาน พร้อมกับผสมผสานทั้งการสื่อสารสมัยใหม่ ผนวกกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย จากที่เคยเป็นเพียงห้องสมุดที่อยู่กับที่รอผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการโดยห้องสมุดเป็นเพียงฝ่ายตั้งรับ แต่หากเราปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการสารสนเทศเชิงรุกโดยนำหลักการ

ตลาด หรือหากลยุทธ์ ใหม่ ๆ มาปรับใช้ในองค์กร ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ และดึงดูดผู้ใช้บริการให้เข้ามามีส่วนร่วมโดยที่เราสามารถนำเสนอสารสนเทศที่ทันสมัยและรวดเร็ว ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงตลอดเวลาในทุก ๆ ที่ หากห้องสมุดมหาวิทยาลัยจะพิจารณาและนำหลักการตลาดมาเพื่อใช้ในการส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุด ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของหลักการตลาดก็คือคำนึงถึงผู้ใช้หรือลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งผู้ใช้หรือลูกค้านี่ก็คือ กลุ่มเป้าหมาย (Target market) โดยนักการตลาดจะใช้ กลยุทธ์ในการบริการทั้ง 7 ประการในการนำมาซึ่งการให้บริการการตลาดที่เป็นเลิศ การตลาดใช้ระบบที่ถือว่าผู้ใช้หรือลูกค้าคือกลุ่มเป้าหมาย (Target market) เป็นศูนย์กลางของระบบโดยนักการตลาดจะใช้กลยุทธ์หลักทางด้านบริการ 7 กลุ่มในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้หรือลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับ ราคา ที่เหมาะสมด้วยการจัดจำหน่ายบริการ ที่สร้างความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์โดยอาศัย การส่งเสริมการตลาด ช่วยแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ผู้ใช้หรือลูกค้าทราบ จูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจซึ่งการจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้นต้องอาศัย บุคคล ในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนหรือ กระบวนการในการทำงานที่เป็นระเบียบ และมี หลักฐานทางกายภาพ หรือสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ผู้ใช้และกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547, น.26) นอกจากนี้กิจการต้องจัดการกับกำลังการผลิตงานบริการ เพื่อให้เกิดความสมดุลกับความต้องการ ห้องสมุดก็จะกลายเป็นห้องสมุดมีชีวิต ที่ผู้ใช้บริการประทับใจ ผู้ให้บริการก็มีความสุข สมกับที่การบริการ คือหัวใจของห้องสมุดนั่นเอง

มาตรฐานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ตอนที่ 6 การบริการ บริการต้องมุ่งเสริมให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกประเภท และส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ต้องหาวิธีการ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยและโทรคมนาคมที่จำเป็น เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศอย่างรวดเร็วและครบถ้วนตามความต้องการ ทั้งบริการที่ให้เปล่าและบริการที่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ห้องสมุดในฐานะแหล่งข้อมูลความรู้อีกแห่งหนึ่ง ตั้งขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งให้บริการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ซึ่งเปิดให้บริการแก่ผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้โดยทั่วไป ขยายแหล่งบริการเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ทำการศึกษาค้นคว้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการ ถ้าพิจารณาในส่วนของงานบริการแล้วจะพบว่า หลักการที่สำคัญของงานบริการ หรือหัวใจของงานบริการ ก็คือ การจัดการบริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด การจัดการบริการต่าง ๆ ภายในห้องสมุดนั้นก็มีหลายรูปแบบทั้งที่เหมือนและแตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของมหาวิทยาลัย และการใช้

งาน ซึ่งการบริการหน้าที่หลักที่มีความคล้ายคลึงกัน เช่น การให้บริการยืม – คืน สารสนเทศ เช่น ตำรา สิ่งพิมพ์ หนังสือเรียนทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ กฤตภาคข่าว จดหมายข่าว ให้บริการที่นั่งอ่าน ซึ่งห้องสมุดได้จัดให้มีบริเวณที่นั่งอ่านหนังสือ และทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง รวมทั้งได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการอ่านโดยจัดให้มีมุมศึกษางานบริการวิชาการต่าง ๆ ที่ทางห้องสมุดได้เล็งเห็นแล้วว่าจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดประโยชน์จากการอ่านบทความ ข่าวสารต่าง ๆ ที่ทางห้องสมุดได้จัดทำไว้ให้ บริการช่วยค้นคว้าและตอบคำถาม เป็นการให้บริการช่วยในการสืบค้นหาข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ภายในห้องสมุด ในฐานข้อมูลออนไลน์ต่าง ๆ ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ ตลอดจนแนะนำการใช้บริการของห้องสมุดให้กับผู้ใช้บริการ ให้บริการด้านโสตทัศนวัสดุ เช่นบริการอินเทอร์เน็ต ซีดีข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ในสาขาวิชา งานบริการจัดชั้นหนังสือเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาหนังสือด้วยตนเองภายในห้องสมุด งานบริการของห้องสมุดนั้นเน้นเป้าหมายเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกสบายในการค้นคว้าหาสารสนเทศ และได้รับความพึงพอใจในการให้บริการต่าง ๆ ทั้งนี้ ความจำเป็นในการให้บริการจึงมีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ห้องสมุดจึงควรมีการดำเนินการวางแผนพัฒนาด้านการบริการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการมากยิ่งขึ้นในกลุ่มของผู้ที่ต้องการใช้งานสารสนเทศสาขาดังกล่าว การบริการภายในห้องสมุดนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากน้อยเพียงใด สิ่งสำคัญที่ขาดไปไม่ได้เลยก็คือ การเล็งเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการ ในส่วนนี้การที่จะทำอย่างไรให้ผู้ใช้บริการเพิ่มจำนวนอย่างกว้างขวาง

ผู้วิจัยในฐานะบรรณารักษ์ สังกัดห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของทางห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทั้งในส่วนของงานบริการพื้นฐาน และการบริการเชิงรุก กับผู้ใช้บริการ สังกัดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่ายังมีหลาย ๆ งานบริการที่ผู้ใช้บริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครองยังใช้น้อย หรือยังไม่เคยใช้บริการเลย ซึ่งสาเหตุนี้เองทำให้ผู้วิจัยมองเห็นว่าควรที่จะมีส่วนช่วยในการผลักดันให้เกิดการใช้งานต่าง ๆ เพื่อให้บริการที่ทางห้องสมุดนำมาให้บริการนั้นบรรลุเป้าหมาย มีการใช้บริการอย่างเหมาะสม และเพื่อให้ทราบถึงบริการที่ผู้ใช้บริการใช้ และไม่ใช้ สาเหตุของการไม่ใช้คืออะไร สาเหตุของการใช้คืออะไร และทำอย่างไรบริการที่ไม่ใช้จะมีคนเข้ามาใช้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้งานของผู้ใช้ และให้ผู้ใช้ทราบถึงความสำคัญของงานบริการที่ทางห้องสมุดได้นำมาจัดบริการ และใช้บริการในทุก ๆ ด้านอย่าง

เหมาะสม พร้อมทั้งจะนำหลักการตลาดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการบริการ เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้จริง ซึ่งในส่วนขององค์กรใด ๆ หากมีการนำหลักการตลาดดังกล่าวมาปรับใช้อย่างถูกวิธี และนำมาใช้ในการบริการการตลาดอย่างจริงจังแล้ว มักจะเกิดความสำเร็จในองค์กร และเกิดผลกำไร แต่ในปัจจุบันการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มิได้หวังผลกำไรและได้นำหลักการบริการการตลาดมาใช้ในการประยุกต์ใช้ในหน่วยงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จมีอยู่มาก การประสบความสำเร็จของหน่วยงานที่ไม่ได้หวังผลกำไร โดยนำหลักการดังกล่าวมาใช้สามารถประเมินได้จากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งต่างกับองค์กรบางแห่ง ที่ประเมินผลจากผลกำไร และผลตอบแทนทางด้านธุรกิจ และด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยได้มองเห็นช่องทางการส่งเสริมเพื่อให้หน่วยงานมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน และเกิดผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เพิ่มจำนวนผู้ใช้ขึ้นอีกด้วย ในขณะเดียวกันการที่ห้องสมุดจะประสบความสำเร็จในการดำเนินการได้นั้น ตัวผู้ให้บริการเองจะต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว พึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการบริการต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการใช้และความต้องการของผู้ใช้ต่อการบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

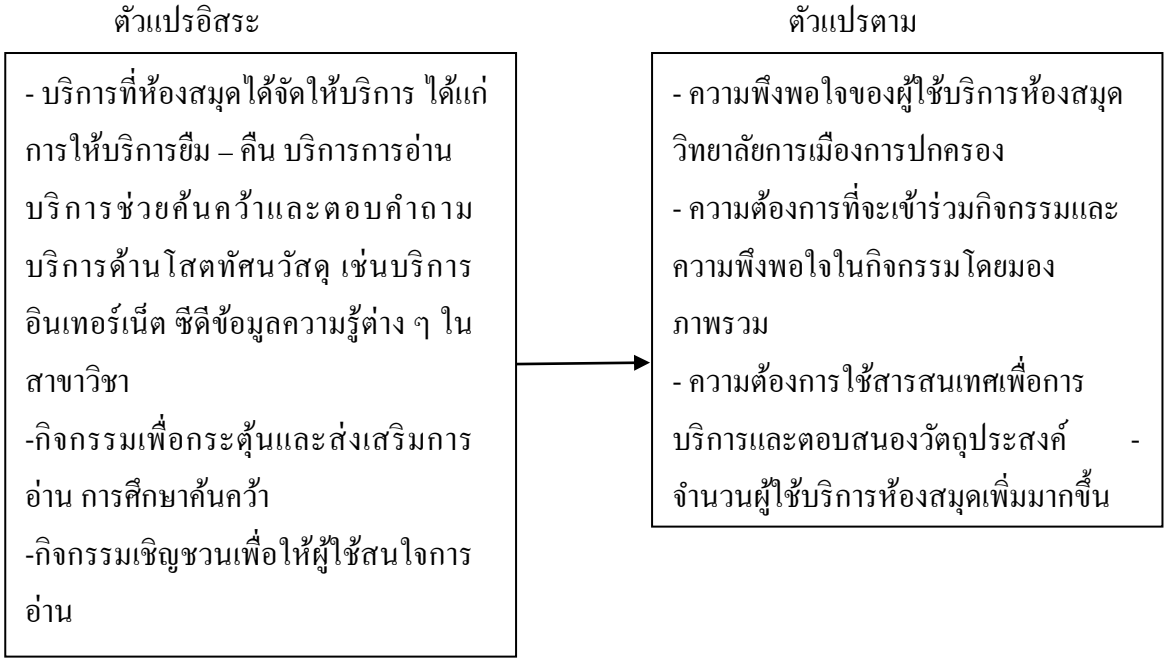
2. เพื่อศึกษาถึงการให้บริการและการส่งเสริมการใช้บริการ ตลอดจนแนวทางในการแก้ปัญหาของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. เพื่อศึกษาถึงหลักการบริการการตลาดที่ของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้นำมาใช้โดยการประยุกต์ให้เข้ากับหลักการตลาด และนำมาใช้ในงานบริการ

กรอบแนวคิดวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาการใช้และความต้องการใช้บริการของผู้ใช้ห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง เพื่อทราบถึงการใช้และความต้องการของผู้ใช้ต่อการบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อใช้ปรับปรุงการให้บริการโดยใช้หลักการ

ตลาด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้วิจัยจะศึกษาจากกลุ่มผู้ใช้บริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง เพื่อต้องการทราบรายละเอียดของบริการต่าง ๆ ที่ได้จัดบริการให้กับผู้ใช้ โดยศึกษาจากรูปแบบบริการและความต้องการใช้ของผู้ใช้ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ใช้ประสบขณะใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการใช้และปรับปรุงการให้บริการโดยใช้หลักการตลาด ซึ่งจะทำให้บริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มีความน่าสนใจและเป็นการดึงดูดผู้ใช้รายอื่นที่ยังไม่เคยใช้บริการห้องสมุด ให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น มีตัวแปรดังกรอบแนวคิดต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาได้เลือกใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งมีวิธีดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
3. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จะใช้ประชากรจากผู้ให้บริการ ได้แก่ บรรณารักษ์ของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มีจำนวน 2 คน และกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการ โดยใช้เกณฑ์การสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2556 – ตุลาคม 2556 จำนวน 200 คน

แหล่งข้อมูลสารสนเทศที่ใช้ในการศึกษา

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยสารสนเทศที่ให้ความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ได้ศึกษาจากหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การตลาดบริการ การส่งเสริมการใช้ห้องสมุด

2. แหล่งข้อมูลสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ งานวิจัยด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ บทความที่เขียนโดยบรรณารักษ์ผู้ปฏิบัติงานในห้องสมุดต่าง ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดโดยใช้หลักการตลาด

การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการจากเอกสารการวิจัย ตำรา และบทความด้านการตลาดและห้องสมุด

2. กำหนดกรอบ เนื้อหา ความคิด และขอบเขตในการสร้างเครื่องมือ จัดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือ เพื่อใช้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญแก้ไขตามความเหมาะสมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาและนำมาปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ใช้ห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

6. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาตรวจหาความเชื่อมั่น

7. ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จะใช้ประชากรจากผู้ให้บริการ ได้แก่ บรรณารักษ์ของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มีจำนวน 2 คน และกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการ โดยใช้เกณฑ์การสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2556 – ตุลาคม 2556 จำนวน 200 คน

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

ด้านการใช้และความต้องการของผู้ใช้ต่อบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนิสิตระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือปริญญาโท/เอก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการห้องสมุดฯ เพื่ออ่านหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และค้นคว้าข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีสถานะเป็นนิสิตปริญญาตรีส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการหอสมุดแห่งชาติฯ ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความต้องการในการค้นคว้าข้อมูล โดยมักจะใช้บริการสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ และวารสาร ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มารุต สิงห์โทราช (2552) ที่ได้ศึกษาถึงการใช้หลักการตลาดเพื่อส่งเสริมงานบริการของหอสมุดแห่งชาติ รัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้บริการหอสมุดแห่งชาติฯ ส่วนใหญ่ มีการใช้ทรัพยากรสารนิเทศเพียงบางส่วนเท่านั้น โดยประเภทที่ใช้มากคือ หนังสือภาษาไทย บริการและกิจกรรมที่ได้จัดในห้องสมุดฯ ตลอดจนปัญหาและแนวทางการพัฒนาห้องสมุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบริการและทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ วารสาร หนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป บริการที่ไม่ได้สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ ได้แก่ บริการคอมพิวเตอร์ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โสตทัศนวัสดุและซีดีรอม มีความประสงค์ให้ห้องสมุดฯจัดกิจกรรมเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง การจัดให้บริการมุมหนังสืออ่านเล่น และห้องให้บริการที่สามารถนำเครื่องดื่มเข้ามาทานได้ ผลสำรวจแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้มีความคาดหวังให้ห้องสมุดฯ สามารถเป็นแหล่งความรู้ โดยผู้ใช้บริการสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ห้องสมุดฯ

ผลการสำรวจความคิดเห็นของบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในห้องสมุดฯ ต่อสถานการณ์และอุปสรรคในงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดฯ มีความคิดเห็นว่าการให้บริการของห้องสมุดฯ ขาดการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาเพื่อนำเทคนิคการตลาดมาใช้งานที่รับผิดชอบ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ อภัยวงศ์ (2534) ที่ได้ศึกษาถึงการใช้กลยุทธ์การตลาดในงานบริการสารนิเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัย พบว่าผู้บริหารห้องสมุดและบรรณารักษ์งานบริการมีความเห็นในด้านปัญหาและอุปสรรคการนำกลยุทธ์การตลาดไปใช้ในงานบริการสารนิเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 เพียงด้านเดียว คือด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาเพื่อนำเทคนิคการตลาดมาใช้บรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ให้บริการห้องสมุดฯ มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าควรจะมีการส่งให้เจ้าหน้าที่เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการตลาดเพิ่มเติม รวมทั้งมีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้ห้องสมุดฯ ให้มากขึ้น ในประเด็นของห้องสมุดฯ แม้ว่าผู้บังคับบัญชาจะไม่ให้การสนับสนุนอย่างชัดเจนแต่ก็ไม่ได้มีข้อกีดกันเรื่องการประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด ผู้ปฏิบัติงานน่าจะมีการประยุกต์ใช้เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2546 : 12) โดยการสื่อบุคคล (Personal media) และสื่อคำพูด (Spoken words) เป็นเครื่องมือการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ และสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการ การติดป้ายประกาศ การบอกกล่าวผู้ใช้ด้วยวิธีการง่าย ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้เท่ากับเป็นการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดฯ ได้

หลักการตลาดบริการที่ห้องสมุดฯ ได้นำมาใช้อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ของ Philip Kotler ตามที่ ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2549) ได้กล่าวถึงประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายบริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) รวมทั้งวรรณกรรมที่ได้ทบทวน จากผลการวิจัยพบว่าห้องสมุดฯ ได้นำส่วนประสมการตลาดบริการมาประยุกต์ใช้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ห้องสมุดฯ ได้พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ โดยคำนึงถึงความทันสมัย และความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก ได้แก่ หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการหรือผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ของห้องสมุดฯ ทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ของห้องสมุดฯ จึงสามารถมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ ปัจจัยด้านบุคคล (People) จากผลการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการของบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจระดับมากต่อการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องของบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ให้บริการ กระบวนการปฏิบัติงานบางครั้งอาจขาดความต่อเนื่องในการให้บริการแก่ผู้ใช้ในบางส่วน ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อความสวยงามของห้องสมุดในการใช้บริการ แสดงให้เห็นถึงการจัดสร้างสภาพแวดล้อมของห้องสมุดฯ ที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการใช้บริการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างมาก ผู้ใช้บริการมีข้อเสนอแนะให้ห้องสมุดฯ จัดมุมนั่งอ่านหนังสือเพิ่มเติมที่สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก และจำนวนที่เพียงพอต่อการใช้งาน เป็นต้น

จากผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมการตลาดบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครองในปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตามเพื่อบรรลุความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ห้องสมุดฯ ควรมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้กลยุทธ์และส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่ายบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร คำประเทศ (2540) ที่ศึกษาถึงการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารงานห้องสมุดสถาบันการเงิน พบว่า ห้องสมุดสถาบันการเงินนิยมใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ในการให้บริการโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก สถานที่ โดยการตกแต่งห้องสมุดให้สะอาดเป็นระเบียบสวยงาม น่าเข้าใช้บริการ และกลยุทธ์เวลาโดยได้รวบรวมสารสนเทศไว้อย่างเป็นหมวดหมู่เพื่อความรวดเร็วในการค้นหาสารสนเทศของผู้ใช้บริการ ควบคู่ไปกับการให้บริการให้เสร็จตามที่ผู้ใช้ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ใช้บริการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์หรือทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ของห้องสมุดฯถือเป็นจุดแข็งในการให้บริการแก่ผู้ใช้ เนื่องจากห้องสมุดฯ ได้รับการจัดสรรหนังสือที่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งทางด้านวิชาการเฉพาะทางนอกจากนี้ยังมีหนังสือในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมอยู่ด้วย งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยเฉพาะทาง และทำให้ห้องสมุดฯ มีขีดความสามารถในการให้บริการทางด้านทรัพยากร

สารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ได้ตามความต้องการของผู้ใช้และผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก อย่างไรก็ตามห้องสมุดฯ ควรมีการพัฒนารูปแบบการจัดให้บริการเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้มากขึ้น เช่น การจัดหนังสือให้เป็นระเบียบตรงตามหมวดหมู่และจัดเรียงวารสารอย่างเป็นระบบตลอดจนเพิ่มประเภทของวารสารให้มีความหลากหลาย และมีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งมีความเหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม

2. ราคา (Price) ห้องสมุดฯ ควรเพิ่มความระมัดระวังและเน้นสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในบริการที่ผู้ใช้ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น บริการยืม-คืน โดยมีค่าปรับ ควรมีบริการแจ้งเตือนเมื่อใกล้ครบกำหนดคืนหนังสือ เพื่อไม่ให้เกิดค่าปรับขึ้น และเป็นบริการที่ช่วยเตือนให้ผู้ใช้ทราบล่วงหน้าอีกทางหนึ่งด้วย

3. การจัดจำหน่ายบริการ (Place) ห้องสมุดฯ ควรจัดทดลองเปิดให้บริการแก่ผู้ใช้นอกเวลาทำการปกติ เช่น เปิดให้บริการในช่วงที่มีการจัดสอบกลางภาค และปลายภาค โดยทำการขยายเวลาออกไปจากปกติเพื่อให้โอกาสให้ผู้ใช้บริการมากขึ้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ห้องสมุด ควรมีกิจกรรมที่สามารถทำการส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการมากขึ้น เช่น กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน กิจกรรมนันทนาการประจำเดือน การออกร้านหนังสือที่จัดขึ้นพร้อมกิจกรรมอื่น ๆ เช่นนิทรรศการประจำปี เพราะกิจกรรมสามารถสร้างความแปลกใหม่ และช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5. บุคคล (People) ได้แก่ ผู้บริหาร บรรณารักษ์ และเจ้าหน้าผู้ให้บริการในห้องสมุดฯ บุคคลเหล่านี้ควรได้รับการอบรมและพัฒนาความรู้ทางด้านการตลาด เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ทางด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ และสามารถนำมาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดควบคู่ไปกับการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรโดยสามารถใช้หลักส่วนประสมการตลาดบริการได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายบริการ การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ในการส่งเสริมการให้บริการแก่ผู้ใช้

6. กระบวนการ (Process) ห้องสมุดฯ ควรมีระเบียบภายในเกี่ยวกับนำสิ่งของเข้ามาภายในห้องสมุดฯ เช่น การให้ผู้ใช้บริการสามารถนำกระเป๋าพร้อมสัมภาระเข้ามาใช้บริการได้ โดยมีการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ก่อนออกจากห้องสมุดฯ ทุกครั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่กลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการมาทำการค้นคว้าและทำรายงาน รวมทั้งเป็นการดูแลทรัพย์สินของห้องสมุดฯ ด้วย

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ห้องสมุดควรจัดมุมโต๊ะเก้าอี้ให้เพียงพอและมีความเหมาะสมในการใช้บริการ การจัดสถานที่โดยมีการจัดสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่สามารถดึงดูดให้ผู้ใช้บริการประทับใจและอยากมาใช้บริการห้องสมุดบ่อยขึ้น เช่น การจัดสวนหย่อม การปลูกต้นไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น

การใช้หลักการตลาดบริการเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามโดยใช้ส่วนผสมการตลาดบริการ ช่วยให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติภายในห้องสมุดฯ สามารถวางแผนและให้บริการแก่ผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ จนถึงการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ให้หวนกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้ที่สามารถนำมาใช้ในการวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการให้บริการห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการวิจัยโดยใช้การทดลองจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและทำการสำรวจภายหลังกิจกรรมเพื่อจะได้นำหลักการตลาดมาประยุกต์ใช้ในงานบริการของห้องสมุดวิทยาลัยการเมืองการปกครอง และห้องสมุดอื่น ๆ

บรรณานุกรม

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2549). **การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์= Services marketing : concepts and strategies**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บังอร คำประเทศ. (2540). **การนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการบริหารห้องสมุดสถาบันการเงิน.** วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มารุต สิงห์โทราช. (2552). **การใช้หลักการตลาดเพื่อส่งเสริมงานบริการของหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก เชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระ ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย. มาตรฐานห้องสมุด 2549. [online] 28 กุมภาพันธ์ 2549 [อ้างเมื่อ 16 มกราคม 2556] จาก http://www.tla.or.th/about_us/standard.htm

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์ : ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.