#### บทที่ 4

#### กลยุทธ์การตลาดกับงานบริการของห้องสมุดประชาชน

**ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดต่อการพัฒนาการบริการของห้องสมุด**

    ในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร “การตลาดบริการ” เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ไม่เว้นแม้แต่ในองค์กรใด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ธนาคาร ห้างสรรพสินค้าหรือแม้แต่องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรเช่นห้องสมุด เนื่องจากในปัจจุบันทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญกับวามพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ และความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้นได้นั้น ย่อมเป็นผลมาจากการบริการที่ลูกค้าได้รับจากสถาบันหรือองค์กรผู้ให้บริการนั้น ในส่วนของห้องสมุด ซึ่งอยู่ในฐานะ “องค์กรที่ให้บริการสารสนเทศ” สิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมากที่สุดจากห้องสมุดคือ **“คุณภาพของการบริการสารสนเทศ”** ซึ่งหมายถึง **การคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ใช้
ต้องการและจำเป็น ไม่ใช่สิ่งที่บรรณารักษ์คิดว่าจำเป็น** ฉะนั้น บรรณารักษ์ผู้ให้บริการสารสนเทศ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่า **”คุณภาพของงานบริการ คือความพึงพอใจของผู้ใช้ และผู้ให้บริการต้องให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้”** บรรณารักษ์จึงจำเป็นจะต้องใช้ยุทธวิธี เทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่รวดเร็ว ทันสมัย และเพื่อให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงในยุคสังคมสารสนเทศนี้ภารกิจเกี่ยวกับการบริการสารสนเทศ จึงเป็นหน้าที่ของบรรณารักษ์ ที่ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและวิธีการดำเนินงานให้เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อแก้ปัญหาและลดความยุ่งยากในการเข้าถึงสารสนเทศ  และเมื่อบรรณารักษ์ต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติและการทำงานในรูปแบบใหม่ **“หลักการตลาด”** จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ โดยเชื่อกันว่า **“การตลาด”** จะมีส่วนช่วยในการพัฒนางานบริการของห้องสมุด ให้ก้าวหน้าและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้นหลักการตลาดที่นำมาใช้ในงานบริการสารสนเทศ เรียกสั้นๆ ว่า **“กลยุทธ์การตลาด”**

การบริหารเชิงกลยุทธ์หรือการจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญมากต่อทุกองค์กร องค์ใดมีการบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีภาพลักษณ์ที่ดีมีผลงานโดดเด่น ซึ่งศุมรรษตรา แสนวา และคณะ(2552) ได้กล่าวถึงเทคนิควิธีในการบริหารจัดการห้องสมุดให้เป็นองค์การคุณภาพนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด แต่ปัจจุบันมีห้องสมุดในประเทศไทยน้อยแห่งที่ใช้การวางแผนกลยุทธ์เมื่อเทียบกับต่างประเทศจะเห็นได้ชัดเจนกว่าว่าต่างประเทศได้ใช้แผนกลยุทธ์เป็นหลักขององค์การ ถ้าไม่มีการวางแผนกลยุทธ์การทำงานจะเป็นแบบไปเรื่อยๆ ไม่มีความชัดเจน มองไม่เห็นว่าอยากเป็นอะไร การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการจัดการที่ไม่ตายตัวตลอดเวลา มีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เมื่อห้องสมุดมีการจัดการเชิงกลยุทธ์แล้วคุณภาพด้านต่าง ๆ จะตามมา

**การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

 ห้องสมุดประชาชนเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สำคัญ ซึ่งผู้รับผิดชอบในการบริหารห้องสมุดจะต้องมีการบริหารจัดการให้ห้องสมุดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้จนเกิดความพึงพอใจ กล่าวคือ จะต้องจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้มีชีวิตชีวา สะอาดร่มรื่นสวยงาม มีกิจกรรมเชิงรุกที่หลากหลายและเคลื่อนไหวตลอดเวลา ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ทันสมัยและรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย มีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนผู้รับบริการสามารถเข้าถึงโอกาสการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต และได้รับบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ทำให้รักการอ่านรักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต นำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ต่อไป การพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชนมีชีวิต จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอต้องดำเนินการให้ปรากฎผลเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

 สภาพของห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้ทำการสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็น(Needs Assessment : NA) จากผู้ใช้บริการห้องสมุด บรรณารักษ์ ครู คณะกรรมการห้องสมุด คณะกรรมการสถานศึกษา ตัวแทนนักศึกษาสายสามัญ และตัวแทนนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2551 ประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถาม และการพิจารณาข้อมูลเชิงประจักษ์พบปัญหาด้านต่างๆที่สำคัญคือบุคลากรที่ทำหน้าที่บรรณารักษ์ไม่ได้จบสาขาบรรณารักษ์โดยตรง ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในงานห้องสมุด อาคารสถานที่เก่าทรุดโทรม สภาพแวดล้อมไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดให้เข้าใช้บริการ สื่อประเภทหนังสือมีน้อยไม่ทันสมัย และสื่อประเภทเทคโนโลยีมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของห้องสมุด ไม่มีกิจกรรมเชิงรุกที่เข้าถึงผู้รับบริการ ผู้บริหารที่ผ่านมาให้ความสำคัญต่องานห้องสมุดประชาชนแต่ยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลการพัฒนาห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วง 5 ปีย้อนหลังพบว่าห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ได้คัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการพิเศษใด ๆ ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย(สำนักงาน กศน.) จึงทำให้ห้องสมุดไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เป็นห้องสมุดที่ไม่มีชีวิต ส่งผลให้ประชาชนที่ใช้บริการไม่เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ ทำให้ไม่สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเอากลยุทธ์การตลาดมาประยุกต์ใช้ในงานห้องสมุดสามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ดังเช่นผลการวิจัยของสุพัฒน์ ส่องแสงจันทร์ และ เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข(2550: 99-100) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การตลาดในห้องสมุดพบว่าผู้บริหารห้องสมุดทุกแห่งเห็นว่าการตลาดมีความสำคัญและจำเป็นต่อห้องสมุดในปัจจุบันเป็นอย่างมาก การประยุกต์เอาแนวคิดการตลาดมาใช้ ในงานห้องสมุด จะสามารถแก้ปัญหา และพัฒนากิจกรรมบริการต่างๆได้ ซึ่งการนำเอากลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบราชการไทยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ(ก.พ.ร.) ซึ่งได้สนับสนุนและส่งเสริมให้ส่วนราชการต่างๆ นำเอาการตลาด(Marketing in Public Sector) มาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ ทั้งนี้เพราะการตลาดเป็นเครื่องมือบริหารที่มีมุมมองการบริหารแบบนักการตลาดที่มุ่งเอาลูกค้าเป็นจุดเริ่มต้นของการขายสินค้าและบริการ หากการบริหารภาครัฐมีการประยุกต์ใช้มุมมองแบบธุรกิจเอกชน แนวคิดการตลาดจะใช้ผู้รับบริการหรือประชาชนเป็นโจทย์ในการพัฒนางานบริการให้ตอบสนองความต้องการความคาดหวัง เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือประชาชนให้ได้มากที่สุด (จิรประภา อัครบวร,2551:16)

 ดังนั้นในฐานะผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้รับมอบหมายให้การบริหารจัดการห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาตั้งแต่ปลายปีงบประมาณ 2550 ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหาคือห้องสมุดประชาชนไม่มีคุณภาพ ไม่มีชีวิตด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงต้องการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และขยายผลการพัฒนาไปยังห้องสมุดประชาชนอำเภอในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้เป็นห้องสมุดมีชีวิต ผลการศึกษาครั้งนี้จะส่งผลให้ ผู้ใช้บริการห้องสมุดประชาชน ได้รับบริการจากแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ครู และผู้เรียนทั้งระบบและนอกระบบ สามารถใช้ห้องสมุดประชาชนเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้ตามหลักสูตร ผู้บริหารสถานศึกษา หรือผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สามารถนำเอากลยุทธ์การตลาดไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดมีชีวิตได้ ชุมชนได้แหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพที่สามารถช่วยพัฒนาตนเองและครอบครัวให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากวิจัย ไปกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชน ให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

**กลยุทธ์การตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาใช้ในการพัฒนา**

กลยุทธ์การตลาดสำหรับการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชน หมายถึงแผนการดำเนินงานของห้องสมุดประชาชนโดยใช้วิธีการตลาดเข้ามาช่วย เพื่อให้ห้องสมุดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างหลากหลาย โดยประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P’s ของบูมแอนด์บิทเนอร์(Boom & Bitner,1981 cited to Zeithaml & Bitner,2000) ประกอบด้วย

 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง หนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ อินเตอร์เนต กิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ และบริการอื่นที่บรรณารักษ์หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุดจัดให้ผู้ใช้บริการ

 2. ราคา (Price) หมายถึงค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ จัดหาหนังสือเอกสารสิ่งพิมพ์ไว้ใช้บริการห้องสมุดและค่าใช้จ่ายในการขอใช้บริการต่างๆ แต่เนื่องจากการบริการของห้องสมุดประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และห้องสมุดประชาชนอำเภอ 16 แห่ง เป็นการให้เปล่าโดยไม่คิดมูลค่า การวิจัยครั้งนี้จึงไม่เน้นส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องราคา

 3. สถานที่ตั้ง (place) หรือช่องทางการจำหน่าย หมายถึงช่องทางในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เช่น การบริการห้องสมุดเคลื่อนที่ไปยังชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

 4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึงการชักชวนให้มีการใช้บริการห้องสมุดมากขึ้นโดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การติดต่อเป็นส่วนบุคคล รวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร การสร้างความน่าเชื่อถือ และการพัฒนารูปแบบการให้บริการดียิ่งขึ้น

 5. บุคลากร (people) หมายถึง บรรณารักษ์หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุด หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องซึ่งได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานห้องสมุด จะต้องมีการฝึกอบรม ให้มีความรู้ ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับผู้ใช้บริการได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้

 6. กระบวนการบริการ (process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการห้องสมุดซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและประทับใจผู้ใช้บริการ (customer satisfaction) การทักทายและต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อห้องสมุด การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

 7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (physical evidence and presentation) เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการ โดยการสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมของบริการที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง และแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ในอาคารห้องสมุด การปรับปรุงภายในและภายนอกอาคาร การปรับปรุงภูมิทัศน์ และลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดใจผู้ใช้บริการได้ และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

**ประโยชน์ที่จากการพัฒนาคุณภาพห้องสมุด**

1.ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงหรือมีโอกาสการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ทำให้รักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาตนเองไปสู่บุคคลแห่งการเรียนรู้

2.ครู กศน.สามารถใช้ห้องสมุดประชาชนเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักสูตร ทั้งหลักสูตรศึกษาสายสามัญ และหลักสูตรสายอาชีพได้ตามความต้องการของผู้เรียน

3.ผู้บริหารสถานศึกษา หรือผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สามารถนำเอากระบวนการพัฒนาห้องสมุดประชาชนมีชีวิตโดยใช้กลยุทธ์การตลาด ตลอดจนสารสนเทศที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดมีชีวิต ตามสภาพของบริบท ปัญหา และศักยภาพของห้องสมุดแต่ละแห่งได้

4.ชุมชนได้แหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพที่สามารถช่วยพัฒนาตนเองและครอบครัวให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

 5.สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากวิจัย และกระบวนการพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชนมีชีวิตโดยใช้กลยุทธ์การตลาด ไปกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพห้องสมุดประชาชน ให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น