

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้บริหาร และบรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวย การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างลูกค้าห้องสมุดมารวยด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ คือ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาสภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย และพัฒนาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าห้องสมุดมารวย โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยสภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน หัวหน้าห้องสมุดมารวย และบรรณารักษ์ห้องสมุดมารวย รวมถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 นโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดมารวยไม่มีนโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่มีการดำเนินการให้บริการลูกค้าตามแนวทางการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้กำหนดอย่างชัดเจนไว้ในภารกิจข้อที่ 4 คือ “ให้บริการด้านการเปิดเผยข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมทั้งการให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องการลงทุนอย่างทั่วถึง” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2546: 10) รวมถึงมีวิสัยทัศน์และภารกิจของสาขางาน คือ สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน เป็นกรอบในการให้บริการสารสนเทศ ได้แก่ การเป็นศูนย์ข้อมูลและศูนย์ความรู้ เกี่ยวกับการเงินและการลงทุนให้กับประชาชน และผู้ประกอบการวิชาชีพหลักทรัพย์

“วิสัยทัศน์ของสถาบัน ก็คือ เป็นแหล่งให้ความรู้เพื่อพัฒนาคณะสองกลุ่มใหญ่ คือ หนึ่ง กลุ่มวิชาชีพ ผู้ประกอบวิชาชีพ มีหน้าที่ให้ความรู้เพื่อพัฒนาให้เขามีความรู้ ทักษะ และจรรยาบรรณ ในวิชาชีพตามมาตรฐานสากล สองก็คือ พัฒนาประชาชนทั่วไปให้มีความรู้ในเรื่องการเงินและการลงทุนอย่างถูกต้อง เพื่อที่เขาจะได้เลือกช่องทางในการลงทุน และตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม การจะให้ความรู้กับทั้งสองกลุ่มนี้ เมื่อเรามีเนื้อหาที่มีผู้ให้ความรู้ ก็ต้องมีศูนย์ด้วย ศูนย์รวมในเรื่องข้อมูลและความรู้ให้กับทั้งสองกลุ่มเข้ามาหาความรู้ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งห้องสมุดเป็นทั้งศูนย์ข้อมูลและศูนย์ความรู้ แหล่งความรู้สำหรับคนทั้งสองกลุ่มใหญ่” (จิราพร คุสุวรรณ, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2547)

การดำเนินงานของห้องสมุดมารวยมุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้บริการแบบมืออาชีพ

“การดำเนินงานมุ่งไปสู่ลูกค้า ก็คือ ผู้ใช้มาหาเรา ผู้ให้บริการด้านหน้าที่พบปะกับผู้ใช้ ต้องตอบคำถามได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลเชิงเทคนิค ข้อมูลเชิงฐานข้อมูล ข้อมูลเชิงความรู้ การให้บริการลูกค้า การตอบคำถาม การพิมพ์งาน การขอข้อมูลทุกอย่าง นอกจากเป็นการบริการ ณ จุดบริการเดียวแล้ว ต้องเป็นลักษณะมืออาชีพ” (สุจิตร์ สุวภาพ, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2547)

ผลการวิจัยพบว่าห้องสมุดมารวยนอกจากจะไม่มีนโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว ยังไม่มีการแจ้งนโยบายการให้ความสำคัญกับลูกค้าให้พนักงานของห้องสมุดมารวยรับทราบอย่างเป็นทางการ แต่พนักงานของห้องสมุดมารวยรับรู้ได้จากแผนงานที่ห้องสมุดมารวยกำหนดขึ้นเพื่อสอดคล้องกับภารกิจและนโยบายหลักของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงวิสัยทัศน์และภารกิจของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน เช่น การขยายเวลาให้บริการ การจัดหาผลิตภัณฑ์ และการจัดบริการซึ่งล้วนมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

“แผนงานที่ออกมาให้ความสำคัญกับลูกค้ามาก คือลูกค้ามีความต้องการอะไรจะสนองความต้องการของลูกค้าค่อนข้างมาก เช่นเมื่อก่อนไม่ได้เปิดเสาร์อาทิตย์ แต่ลูกค้าส่วนใหญ่อยากใช้เสาร์อาทิตย์ ห้องสมุดก็เปิดเสาร์อาทิตย์ เมื่อก่อนเสาร์อาทิตย์ เปิดถึงบ่ายสามโมง จันทร์ถึงศุกร์เปิดถึงหกโมงครึ่ง เมื่อมีผู้ใช้บริการที่อยากให้อ่านเวลามากขึ้น

ก็ขยายเวลามากขึ้นตามนั้น เท่าที่ทราบเน้นให้บริการลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการค่อนข้างมาก รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรที่กว้างขวางเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า มีระดับหลายระดับมากขึ้น เน้นบริการที่สนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด” (ศุจินน สุภโสภาส, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2547)

สอดคล้องกับความคิดเห็นของบรรณารักษ์ที่ว่า “ห้องสมุดจะให้ความสำคัญกับผู้ใช้อย่างมาก ทั้งการจัดหนังสือ ทรัพยากรที่จัดหาเข้ามา การจัดชั้น การจัดทุกอย่าง โต๊ะเก้าอี้ ไม่ว่าจะทำอะไรอย่างหนึ่งต้องคำนึงถึงผู้ใช้ไว้ก่อน รวมถึงเวลาเปิด เวลาปิดทำการ ค่าใช้จ่าย ค่าทำบัตรสมาชิก” (ภาวสุ สิริสิงห, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2547)

นอกจากนี้ห้องสมุดมารวยยังให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดแก่ลูกค้า เพื่อให้มีลูกค้ามาใช้บริการของห้องสมุดมารวยมากยิ่งขึ้น

“ห้องสมุดให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามาก คือให้บริการลูกค้าให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด และดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการห้องสมุดมากที่สุด” (กนกกาญจน์ อินทร์นา, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2547)

1.2 การดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ผลการวิจัยพบ

ว่าการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านพนักงาน ด้านภาพลักษณ์ ด้านงบประมาณ ด้านปัญหาและอุปสรรค และด้านการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ดังนี้

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การปรับนโยบายการจัดหาและให้บริการ

ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย เทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ

1) การปรับนโยบายการจัดหาและให้บริการผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย เป็นส่วนหนึ่งของแผนการปรับปรุงห้องสมุดตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ห้องสมุดมารวย 2547) ตั้งแต่กรกฎาคม 2547 ห้องสมุดมารวยได้ดำเนินการจัดหาและให้บริการผลิตภัณฑ์ตามบทบาทและภารกิจใหม่ในสองลักษณะ คือ

(1) ในฐานะห้องสมุดเฉพาะ ด้านตลาดทุน ตลาดเงิน หลักทรัพย์และธุรกิจหลักทรัพย์ ห้องสมุดได้จัดหาและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นสาระความรู้ ตำราวิชาการ วารสาร ในเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจหลักทรัพย์ เศรษฐศาสตร์ การบริหารธุรกิจ การเงิน การธนาคาร เทคโนโลยีสารสนเทศและสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักทรัพย์

(2) ในฐานะแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน ห้องสมุดได้จัดหาและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นสาระบันเทิง วรรณกรรม หนังสือดีที่อ่าน เพื่อสร้างวัฒนธรรมรักการอ่านให้แก่เยาวชนและประชาชน โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลักบรรณารักษ์จะนำเสนอรายการทรัพยากรสารสนเทศให้แก่คณะกรรมการสรรหา ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ผู้แต่ง ข้อมูลทางบรรณานุกรม ราคา ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ และหมายเหตุ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แบบนำเสนอรายการทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการจัดหาของห้องสมุดมารวย

ลำดับ ที่	ชื่อหนังสือ / ผู้แต่ง	บรรณานุกรม	ราคา	ข้อเสนอแนะจาก ห้องสมุด	หมายเหตุ
1	The Toyota Way : 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer / Jeffrey K. Liker	(2004) New York: McGraw-Hill 330 p.	950 บาท	ติดอันดับ 1 ใน 10 หนังสือขายดีของ Asia Book	ผู้ให้บริการ แนะนำให้ จัดซื้อ

ในการจัดหาผลิตภัณฑ์บรรณารักษ์ขึ้นนโยบายการจัดหาและให้บริการ ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยเป็นเกณฑ์ และพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตามหลักวิชาชีพ แม้ว่า บรรณารักษ์จะไม่มีความรู้ด้านตลาดทุนมากนัก แต่สามารถใช้แหล่งข้อมูลอื่น เช่น บทวิจารณ์ หนังสือ รายชื่อหนังสือ รวมถึงความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเพื่อการจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตาม นโยบาย

“ความรู้ด้านตลาดทุนของเราอาจยังไม่มากพอต้องเข้าไปดูตามเว็บไซต์ว่า หนังสือในหัวข้อนี้มีอะไรใหม่บ้าง มีอะไรน่าสนใจ มีอะไรเป็นหนังสือขายดี แล้วก็ตามหาหนังสือพิมพ์ ตามร้านหนังสือ อีกส่วนหนึ่งคือสอบถามจากผู้ใช้งานว่าการหนังสือประเภทไหน เป็นพิเศษ” (ภาวสุ สิริสิงห, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2547)

2) เทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ห้องสมุดมารวยได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ดังนี้

(1) ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ส่วนหนึ่งของระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ที่นอกจากจะจัดเก็บข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดมารวยจัดทำมาให้บริการแล้ว ระบบห้องสมุดอัตโนมัติยังมีระบบจัดเก็บข้อมูลสมาชิกและประวัติการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งห้องสมุดมารวยนำมาใช้จัดกิจกรรม 20 อันดับสมาชิกที่มีจำนวนการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศสูงสุด โดยประกาศรายชื่อสมาชิกบนเว็บไซต์ของห้องสมุดมารวยและมอบของที่ระลึกให้กับสมาชิกที่ได้รับการจัดอันดับ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกกลุ่มดังกล่าวมาใช้บริการของห้องสมุดมารวยต่อไป

(2) ระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ห้องสมุดมารวยได้จัดส่งรายการทรัพยากรสารสนเทศใหม่ ข่าวสาร กิจกรรมของห้องสมุด ถึงลูกค้าผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3) การปรับปรุงสถานที่ให้บริการ ห้องสมุดมารวยได้ปรับปรุงสถานที่ให้บริการในเดือนสิงหาคม – กันยายน 2547 เพื่อให้ห้องสมุดมารวยเป็นศูนย์กลางการให้บริการสารสนเทศแก่ชุมชน สามารถอำนวยความสะดวกในการเข้าใช้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเต็มที่ และสามารถรองรับจำนวนลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4.2

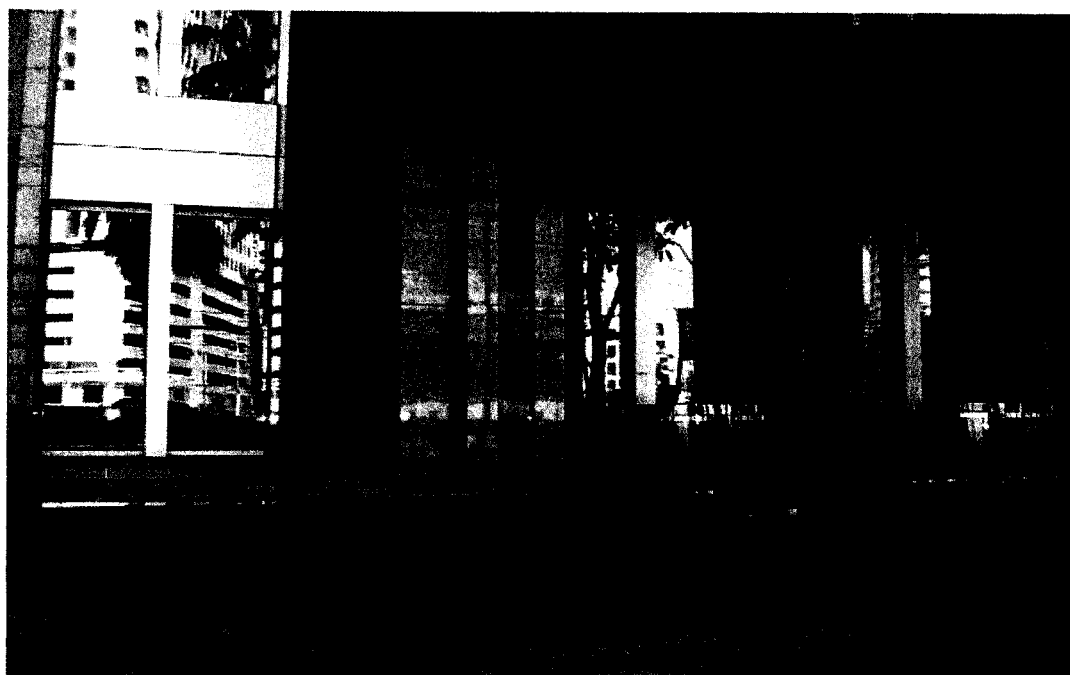
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเปรียบเทียบความสามารถในการรองรับจำนวนลูกค้าของห้องสมุดมารวย

	เดิม	ใหม่
จำนวนลูกค้าต่อเดือน	6,300 คน	18,000 คน
จำนวนลูกค้าต่อชั่วโมง	21 คน	42 คน
จำนวนที่นั่ง	110 ที่นั่ง	220 ที่นั่ง

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ห้องสมุดมารวย (2547) “แผนการปรับปรุงห้องสมุด
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” กรุงเทพมหานคร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
หน้า 4-5

การปรับปรุงสถานที่ให้บริการของห้องสมุดมารวยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์
เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสถึงควมมีประสิทธิภาพ ความทันสมัยของระบบสารสนเทศ ความสะดวก
รวดเร็ว ในการเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ นอกจากนี้ได้มีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะสม
มีการสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ รวมถึงการสร้างความสนใจให้กับผู้สััญจรด้วยการปรับ
โครงสร้างภายนอกให้สามารถมองเห็นบรรยากาศภายในห้องสมุดมารวย (ตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย ห้องสมุดมารวย 2547: 3-4)

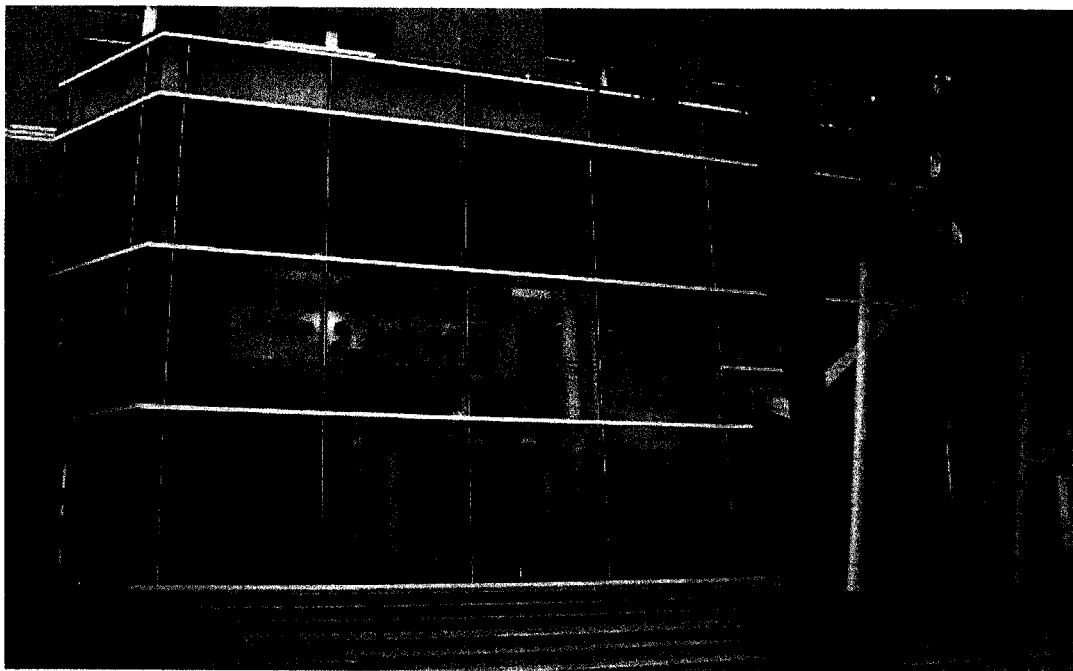
“ตลาดหลักทรัพย์อยากจะเสริมสร้างให้เยาวชนไทย มีนิสัยรักการอ่านฝ่ายจัดการก็เลย
นึกถึงรูปแบบห้องสมุดที่ทันสมัย มีบรรยากาศที่เป็นมิตร คนเห็นแล้วอยากมาเข้า มองเข้ามาดูแล้ว
ทันสมัย สีสดใส บรรยากาศดูแล้วน่ามานั่ง” (จิราพร อุสุวรรณ, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2547)



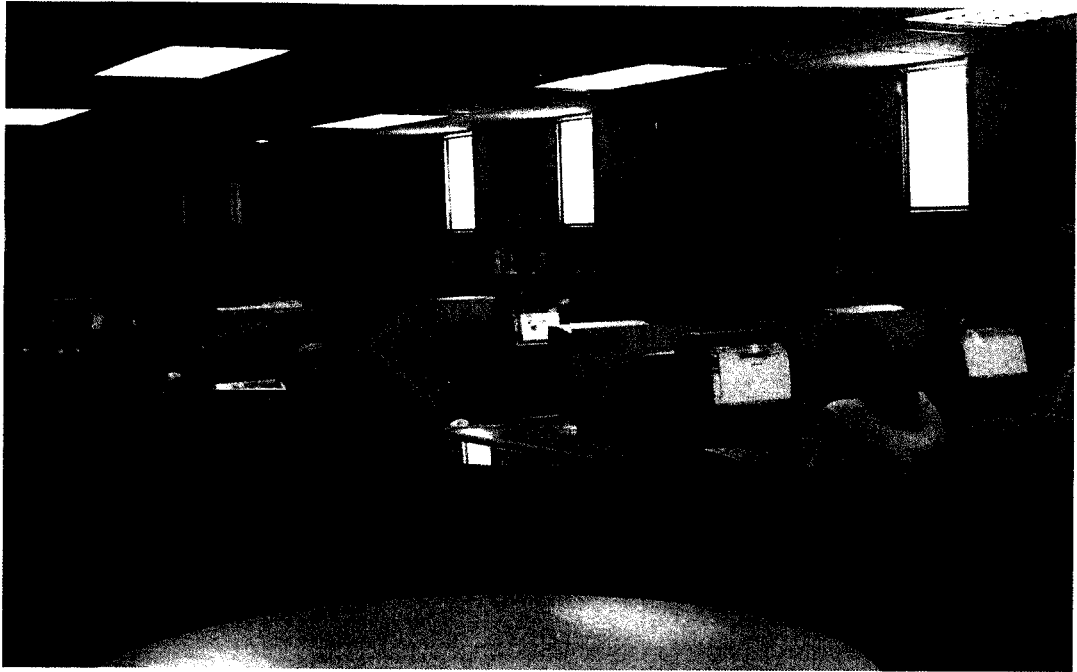
ภาพที่ 4.1 ด้านหน้าอาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก่อนการปรับปรุงให้เป็นทางเข้า
ห้องสมุดมารวย



ภาพที่ 4.2 ทางเข้าห้องสมุดมารวยก่อนการปรับปรุง



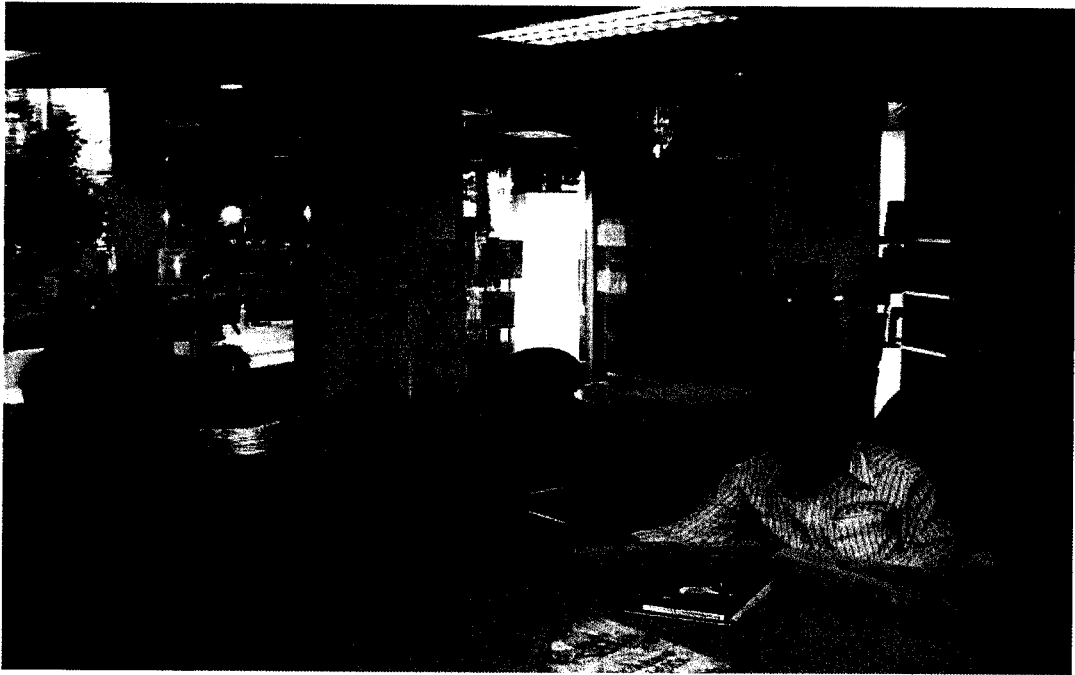
ภาพที่ 4.3 ทางเข้าห้องสมุดมารวยภายหลังการปรับปรุง



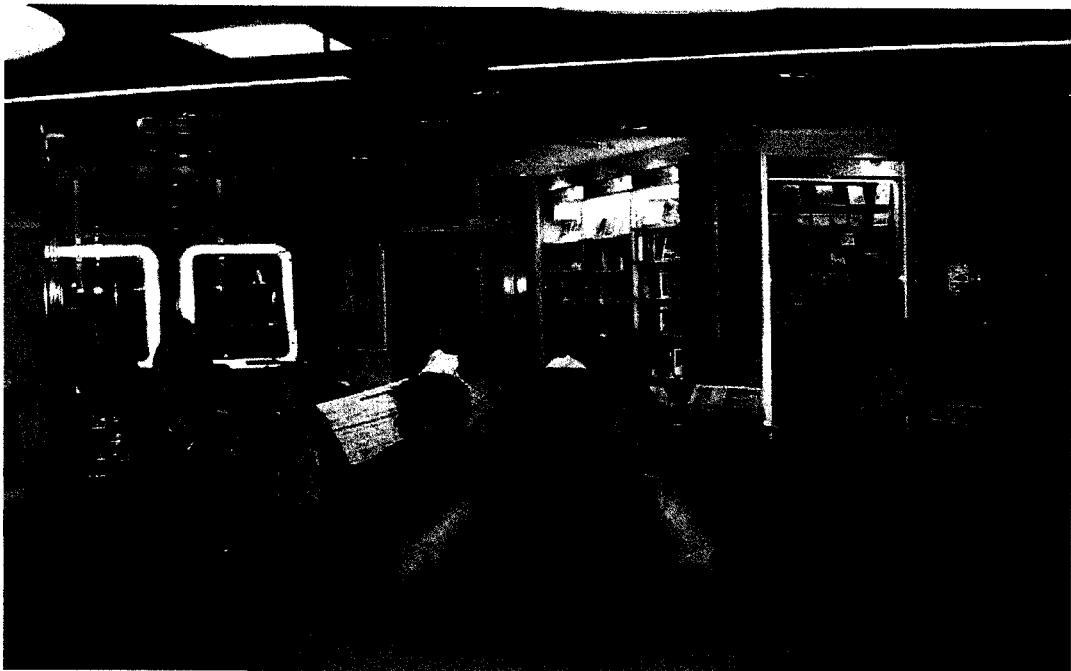
ภาพที่ 4.4 บริการสืบค้นสารสนเทศของห้องสมุดมารวยก่อนการปรับปรุง



ภาพที่ 4.5 บริการสืบค้นสารสนเทศของห้องสมุดมารวยภายหลังการปรับปรุง



ภาพที่ 4.6 สถานที่นั่งอ่านในห้องสมุดมารวยก่อนการปรับปรุง



ภาพที่ 4.7 สถานที่นั่งอ่านในห้องสมุดมารวยภายหลังการปรับปรุง

1.2.2 ด้านบริการ ได้แก่ การปรับระเบียบข้อบังคับของห้องสมุดมารวย

การปรับเวลาให้บริการ และการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

1) การปรับระเบียบข้อบังคับของห้องสมุดมารวย เพื่อเอื้อประโยชน์และ
 ใจลูกค้า ได้แก่ การยกเลิกค่าเช่าใช้บริการห้องสมุดมารวย การปรับลดค่าสมาชิก
 ห้องสมุดมารวย การยกเลิกข้อกำหนดเรื่องผู้รับรอง การปรับลดค่าปรับ และการเพิ่มจำนวน
 ทรัพยากรสารสนเทศที่ให้มี

(1) การยกเลิกค่าเช่าใช้บริการห้องสมุดมารวย จากเดิมเรียกเก็บใน
 สองอัตรา คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คนละ 50 บาทต่อปี และบุคคลทั่วไปคนละ 100 บาทต่อปี

(2) การปรับลดค่าสมาชิกห้องสมุดมารวย โดยกำหนดอัตราค่าสมาชิก
 ห้องสมุดมารวยใหม่ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 อัตราค่าสมาชิกห้องสมุดมารวย ตามระเบียบการใช้ห้องสมุดตลาดหลักทรัพย์แห่ง
 ประเทศไทย พ.ศ. 2548

สถานภาพของผู้สมัคร สมาชิกห้องสมุดมารวย	ค่าประกันความ เสียหาย		ค่าบัตรสมาชิก		ค่าธรรมเนียม รายปี	
	เดิม	ใหม่	เดิม	ใหม่	เดิม	ใหม่
1. พนักงานบริษัทจดทะเบียน บริษัทสมาชิก ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรที่ เกี่ยวข้อง	500 บาท	500 บาท	100 บาท / ปี	100 บาท / 2 ปี	100 บาท / ปี	-
2. นักลงทุน และบุคคลทั่วไป	3,000 บาท	1,500 บาท	100 บาท / ปี	100 บาท / 2 ปี	200 บาท / ปี	-
3. นักเรียน นิสิต นักศึกษา	3,000 บาท	300 บาท	100 บาท / ปี	100 บาท / 2 ปี	200 บาท / ปี	-

หมายเหตุ พ.ศ. 2548 ช่วงเริ่มต้นของการปรับลดอัตราค่าสมาชิกห้องสมุดมารวย

(3) การยกเลิกข้อกำหนดเรื่องผู้รับรอง ในการสมัครสมาชิกห้องสมุด
มารวยโดยให้ผู้สมัครสามารถรับรองตนเอง

(4) การปรับลดค่าปรับ การคืนทรัพยากรสารสนเทศเกินกำหนด สำหรับ
สมาชิกภายนอก 20 บาทต่อวันต่อรายการ เป็น 10 บาทต่อวันต่อรายการ

(5) การเพิ่มจำนวนทรัพยากรสารสนเทศที่ให้ยืม สมาชิกภายนอก จาก
เดิมยืมได้จำนวน 2 รายการ ปรับเป็นยืมได้ 4 รายการ

2) การปรับเวลาให้บริการ ห้องสมุดมารวยได้ปรับขยายวันและเวลาในการ
ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศที่มีทั้งความรู้และความบันเทิงได้ทุกวัน
ไม่เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์และวันหยุดทำการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ เปิด
ให้บริการ เวลา 08.30 - 23.00 น. ตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2547 และปรับขยายเวลาบริการใหม่ เป็น
วันอาทิตย์ - วันพฤหัสบดี เปิดบริการ เวลา 08.30 - 23.00 น. วันศุกร์ - วันเสาร์ เปิดบริการ เวลา
08.30 - 24.00 น. ตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน 2548

3) การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ห้องสมุดมารวยได้ประเมินความ
พึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าทั้งแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ ดังนี้

(1) แบบเป็นทางการ

ก. การจัดทำแบบสอบถาม ห้องสมุดมารวยจัดทำแบบสอบถามเพื่อ
ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการปีละ 2 ครั้ง หัวข้อที่ประเมินได้แก่ ความพึงพอใจ
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ความประทับใจในการบริการเพื่อการรักษาสິงที่ลูกค้าพึงพอใจ
ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไข นอกจากนี้มีการสำรวจความต้องการทรัพยากรสารสนเทศใน
ด้านต่าง ๆ เพื่อการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และนำข้อมูล
จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหารวมถึงหาวิธีป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น
เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

“แต่ครั้งที่สำรวจจากผู้ใช้ ทำให้ได้รู้ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะของผู้ใช้
เพราะฉะนั้นรูปแบบที่ถามถึง คือการนำแบบสอบถามมาประเมินทุกครั้ง” (สุจิตร์ สุภาพ,
สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2547)

ข. การจัดผู้รับความคิดเห็น ห้องสมุดมารวยได้จัดตั้งผู้รับความคิดเห็นไว้บริเวณชั้น 1 ของห้องสมุดเพื่อรับคำแนะนำและข้อร้องเรียนจากลูกค้า โดยกำหนดเปิดผู้รับความคิดเห็นทุกวันจันทร์ และบรรณารักษ์งานบริการจะจัดทำสรุปส่งถึงหัวหน้าห้องสมุดมารวยทุกเดือนเพื่อพิจารณาหาทางแก้ไข

(2) แบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การสนทนาระหว่างการให้บริการกับลูกค้า การพบปะพูดคุยขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการห้องสมุด โดยบรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวยมีความคิดเห็นว่าวิธีการประเมินความพึงพอใจแบบไม่เป็นทางการนอกจากจะได้รับข้อมูลที่ชัดเจนตรงตามประเด็นความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง

“การได้พูดคุยกับผู้ใช้ก็ทำให้รู้จักผู้ใช้มากขึ้น เข้าไปคุยกับผู้ใช้ว่าต้องการอะไร เรื่องที่คุยก็จะเน้นว่าควรหาอะไรเข้ามาเพิ่มเติม พยายามพูดคุยกับผู้ใช้ไม่ใช่รอให้ผู้ใช้เข้ามาถามอย่างเดียว ต้องคอยสังเกตด้วย คอยถามความต้องการของผู้ใช้” (ภาวสุ สิริสิงห, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2547)

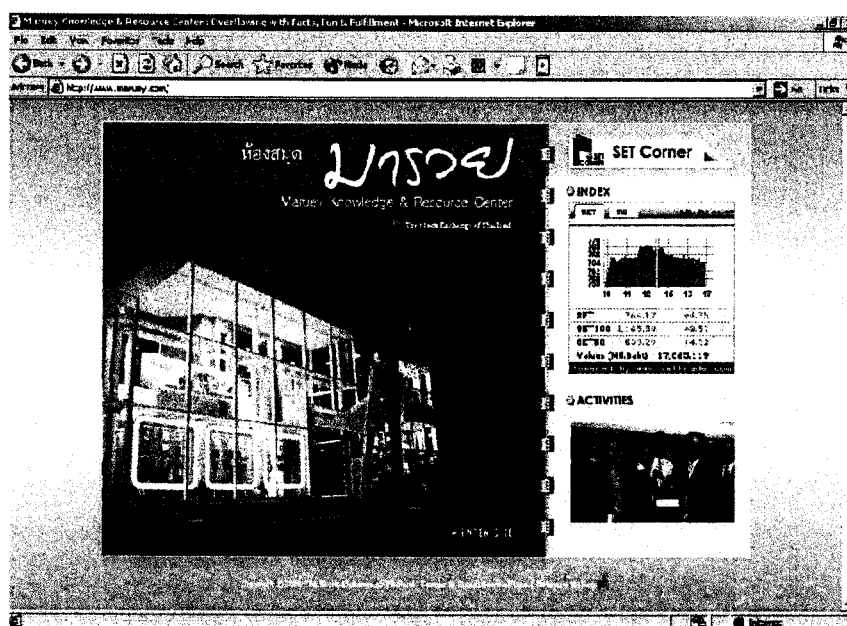
1.2.3 ด้านพนักงาน ผลวิจัยพบว่า ห้องสมุดมารวยเน้นการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการบริการของห้องสมุดมารวย ทั้งในด้านความรู้ในวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ขั้นพื้นฐานในเนื้อหาวิชาตลาดเงิน ตลาดทุน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการของห้องสมุดมารวย

วิธีการพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวย ได้แก่

- 1) การส่งพนักงานเข้ารับการอบรมตามหลักสูตรเพื่อการพัฒนาทักษะของพนักงานตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดขึ้น
- 2) การส่งพนักงานเข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะทางวิชาชีพกับสถาบันภายนอก
- 3) การศึกษาดูงานตามหน่วยงาน และองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2.4 ด้านภาพลักษณ์ เป็นการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม

1) การประชาสัมพันธ์ นอกจากการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม ข้อมูล ข่าวสารของห้องสมุดมารวย ผ่านรายการเสียงตามสายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การจัดทำเว็บไซต์ www.maruey.com ประชาสัมพันธ์ในสิ่งพิมพ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาทิ วารสารตลาดหลักทรัพย์ รายงานประจำปี เดือน ห้องสมุดมารวย ได้มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิก และลูกค้าที่ได้แจ้งความประสงค์ขอรับบริการข่าวสารจากห้องสมุดมารวยไว้ทางระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยข้อมูลที่ห้องสมุดมารวยจัดส่งประกอบด้วย รายการทรัพยากรสารสนเทศใหม่ กิจกรรมของห้องสมุดมารวย และกิจกรรมของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนให้อย่างสม่ำเสมอ



ภาพที่ 4.8 เว็บไซต์ของห้องสมุดมารวย (www.maruey.com)

2) การจัดกิจกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย กิจกรรมที่ได้จัดขึ้นได้แก่

(1) การจัดมุมความรู้ตลาดทุน (SET corner) เป็นการจัดกิจกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาทั้งในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นองค์กรที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน โดยมีมหาวิทยาลัยขอนแก่นเข้าร่วมโครงการเป็นสถาบันแรก เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2547



ภาพที่ 4.9 มุมความรู้ตลาดทุน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

(2) การจัดสัมมนาเชิงวิชาการ เป็นการจัดกิจกรรมร่วมกับชมรมห้องสมุด เฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อแนะนำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้จัก กับห้องสมุดมารวย และใช้บริการของห้องสมุดมารวยในอนาคต

“บรรณารักษ์ที่เข้ามาฟังการสัมมนา เข้ามาชมนิทรรศการในห้องสมุดจะเป็นคนกลางที่สามารถไปบอกนักศึกษา หรือนักเรียน ได้ว่าห้องสมุดที่นี่มีอะไรบ้าง ห้องสมุดพยายามจะประชาสัมพันธ์ผ่านบรรณารักษ์ค่ะ” (ภาวสุ สิริสิงห, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2547)

1.2.5 ด้านงบประมาณ ในปีงบประมาณ 2547-2548 ห้องสมุดมารวยได้รับการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานจำนวน 3,100,000 บาท ซึ่งเพียงพอต่อการดำเนินงานในรอบปีงบประมาณนั้น รวมทั้งเงินงบประมาณปรับปรุงด้านกายภาพของห้องสมุดมารวยจำนวน 17,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.4 (สุจิตร์ สุวภาพ, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2547; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ห้องสมุดมารวย 2547: 10)

ตารางที่ 4.4 งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรประจำปี 2547-2548

หมวดเงินงบประมาณ	จำนวน (บาท)	วัตถุประสงค์
<u>งบประมาณประจำปี</u>		
1. งบประมาณการจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการสารสนเทศ	2,500,000	เพื่อการจัดหาผลิตภัณฑ์และการบริการสารสนเทศทั้งในรูปของสิ่งพิมพ์ และฐานข้อมูลออนไลน์ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. งบประมาณการพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวย	300,000	เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานทั้งในด้านของความรู้ทางวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์ ความรู้ด้านตลาดทุน ความรู้ด้านการบริการ รวมถึงการฝึกทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานห้องสมุด เช่น การฝึกทักษะทางภาษา และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย
3. งบประมาณการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	300,000	เพื่อบำรุงรักษาระบบสารสนเทศให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
<u>งบประมาณปรับปรุงห้องสมุด</u>		
1. งบประมาณปรับปรุงสถานที่	10,000,000	เพื่อปรับปรุงห้องสมุดมารวยตามแผนการปรับปรุงห้องสมุดตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. งบประมาณจัดซื้อคอมพิวเตอร์	7,000,000	เพื่อการบริการสืบค้นสารสนเทศ

1.2.6 ด้านปัญหาและอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ผลการวิจัย

พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ได้แก่ ด้านพนักงานของห้องสมุดมารวย และด้านลูกค้าของห้องสมุดมารวย

1) ด้านพนักงานของห้องสมุดมารวย ผลการวิจัยพบว่าห้องสมุดมารวยมีปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ พนักงานไม่เพียงพอ พนักงานขาดความรู้ความสามารถ และขาดการพัฒนาพนักงานในส่วนของพนักงานที่เป็นพนักงานชั่วคราว

(1) พนักงานไม่เพียงพอ เมื่อพนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้ามีจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ในบางครั้งห้องสมุดมารวยไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง หรือทำให้ลูกค้าต้องใช้เวลาในการรอรับบริการ

“การอยู่เคาน์เตอร์สองคนน้อยเกินไป อย่างเช่นผู้ใช้คนนี้ไม่รู้จริง ๆ อยากไปหาให้ แต่ก็ทำไม่ได้ บางทีบรรณารักษ์ที่อยู่เวรทำไม่ทันจริง ๆ ก็ต้องพร้อมที่จะลุกขึ้นมาช่วยเวลาที่มีคนเยอะ ๆ มีคนเข้ามาถามเยอะ ๆ หรือบางทีมีชาวต่างชาติเข้ามา คนหนึ่งต้องไปดูแลชาวต่างชาติ ซึ่งตรงนั้นจะว่างไป จะไม่ปล่อยให้เคาน์เตอร์บริการว่าง ถ้าบรรณารักษ์คนหนึ่งไปดูแลชาวต่างชาติหรืออาจมีบางคนมาถามคำถามที่ต้องใช้เวลาในการตอบ ต้องมีบรรณารักษ์อีกคนคอยดูแลคนอื่น” (ภาวสุ สิริสิงห, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2547)

นอกจากนี้การที่พนักงานของห้องสมุดต้องทำงานอื่นตามความรับผิดชอบควบคู่กับงานบริการทำให้ในบางครั้งสมาชิกไม่ประทับใจในการบริการของห้องสมุดมารวย ดังความคิดเห็นของ EM8 ซึ่งเป็นสมาชิกภายนอก

“ที่เคาน์เตอร์ เจ้าหน้าที่ที่กำลัง่วนกับงาน เหมือนไม่ได้เป็นหน่วยต้อนรับ เลยทำให้การบริการไม่ค่อยประทับใจเท่าไร”

(2) พนักงานขาดความรู้ความสามารถ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ ทำให้ไม่มีความสามารถเพียงพอในการให้บริการ การตอบคำถาม การรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้า และก่อให้เกิดความผิดพลาดในการบริการ

“การให้บริการขึ้นอยู่กับภูมิความรู้ของผู้ให้บริการด้วย เจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์จะสามารถให้บริการได้เป็นอย่างดี แต่เจ้าหน้าที่ด้อยประสบการณ์อาจให้บริการผิดพลาดได้ ก็มักจะได้พบมาแล้วว่าการตอบคำถามที่ไม่ถูกต้อง และจำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขคำตอบให้ถูก” (สุนนา ไพโรจน์ดา, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2547)

ความคิดเห็นของบรรณารักษ์สอดคล้องกับความคิดเห็นของลูกค้า ภายนอกที่ว่าพนักงานของห้องสมุดมารวยขาดความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคิดเห็นว่าพนักงานของห้องสมุดมารวยขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการ โดย EM 2 ได้กล่าวไว้ว่า

“เคยเห็นสมาชิกบางท่าน เหมือนกับโทรมาต่ออายุหนังสือแล้วไม่ต่อให้ จะปรับเขา ลักษณะการรับมือของเจ้าหน้าที่ เข้าใจนะครับว่าอาจไม่ได้อบรมตรงนี้มาโดยตรง ไม่มีการอบรมการรับมือกับลูกค้ารายที่รับมียาก เลยทำให้ไม่ค่อยมั่นใจเท่าไรว่ามีความถูกต้อง”

(3) ขาดการพัฒนาพนักงานในส่วน of พนักงานที่เป็นพนักงานชั่วคราวปัญหาและอุปสรรคที่พบส่วนหนึ่งเกิดจากพนักงานชั่วคราวของห้องสมุดมารวยไม่ได้รับสิทธิในการฝึกอบรมและพัฒนาในหลักสูตรต่าง ๆ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรทางวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์ ห้องสมุดมารวยจึงต้องใช้วิธีการฝึกทักษะจากการเรียนรู้ในงาน (on the job training) ทำให้เกิดข้อจำกัดด้านความสามารถในการเรียนรู้ เพราะพนักงานของห้องสมุดมารวยแต่ละคนมีพื้นฐานความรู้ไม่เท่ากันส่งผลให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ผิดพลาด ดังบทสัมภาษณ์ผู้ช่วยบรรณารักษ์ซึ่งเป็นพนักงานชั่วคราวที่แสดงความคิดเห็นว่า

“พนักงานชั่วคราวต้องให้บริการเหมือนกัน ก็ต้องให้ความรู้แก่นักลงทุนเหมือนกัน แต่ไม่ได้ไปอบรมเลย ควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ ไม่ควรที่จะรับมาแล้วให้เขาเรียนรู้ด้วยตัวเอง เพราะว่าทุกคนมีความรู้ไม่เท่ากัน พื้นฐานของทุกคนไม่เท่ากัน บางคนมีพื้นฐานคอมพิวเตอร์มาบ้างก็จริง แต่มาอยู่กับองค์กรใหญ่ ๆ อย่างนี้ เหมือนไม่รู้อะไรเลย จากการที่เคยเรียนรู้มา แต่พอมาอยู่ตรงนี้ เหมือนกับต้องมาเรียนรู้ใหม่ทั้งหมด ที่นี้มีข้อเสียอยู่อย่างหนึ่งซึ่งไม่เข้าใจเหมือนกันว่าทำไมไม่ให้พนักงานชั่วคราวได้รับการฝึกอบรม” (กนกกาญจน์ อินทร์นา, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2547)

2) ด้านลูกค้าของห้องสมุดมารวย ความหลากหลายทั้งในด้านของระดับการศึกษา และอาชีพ นอกจากนี้ลูกค้าแต่ละรายมีพฤติกรรมการใช้ห้องสมุด ความต้องการ ความคาดหวัง ความสามารถในการใช้ห้องสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน การให้บริการลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับห้องสมุดมารวย

“เนื่องจากลูกค้ามีหลากหลาย ความต้องการต่างกันก็ทำให้ต้องทำงานหนักขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการ เมื่อเกิดปัญหาที่ต้องดูตามสภาพ เช่น ปัญหาไหนที่เกิดกับลูกค้าก็ต้องแก้ไขให้เป็นที่พอใจมากที่สุด” (สุจินน สุภโสภาส, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2547)

ความคิดเห็นของบรรณารักษ์สอดคล้องกับความคิดเห็นของลูกค้าภายนอกที่ยืนยันความต้องการคำแนะนำ ความช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวกในการใช้ห้องสมุด และการสนับสนุนให้ได้รับสารสนเทศตามความต้องการจากพนักงานของห้องสมุดมารวย

EM6 ให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า “เจ้าหน้าที่ห้องสมุดเหมือนกับผู้ชี้ทางให้กับคนไม่รู้ในเรื่องการลงทุน หรือผู้ที่เริ่มต้นหาข้อมูล เช่น SET SMART มีข้อมูลเยอะมาก แต่ละข้อมูลนำไปใช้ประโยชน์อะไรบ้าง ถ้าคนไม่รู้เรื่องเลย แล้วเข้ามาบอกมี SET SMART ก็ไม่รู้ดีกว่าคืออะไร แล้วใช้ประโยชน์อย่างไร เจ้าหน้าที่บอกเขาได้เลยว่ามีโปรแกรมอะไรบ้างและใช้ประโยชน์อย่างไร”

“เคยเจอนักศึกษาปริญญาโท มาทำวิทยานิพนธ์ มาหาข้อมูล แต่ว่าบางคนเรียนด้านการเงินก็จริงแต่ไม่เคยรู้เรื่องหุ้นมาก่อน ก็ไม่รู้ว่าจะหาข้อมูลยังไงเห็นมีเจ้าหน้าที่แนะนำให้” EM6 กล่าวเพิ่มเติมจากประสบการณ์ที่พบ

1.2.7 ด้านการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยพบว่า แม้ห้องสมุดมารวยจะได้ดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า 4 ด้านให้กับลูกค้าไปบ้างแล้ว แต่ในอนาคตห้องสมุดมารวยมีแผนการเพิ่มคุณค่าในแต่ละด้าน ดังนี้

- 1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปรับปรุงฐานข้อมูลบรรณานุกรม และการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ ให้มีความถูกต้อง ง่ายต่อการใช้งาน และสามารถค้นคืนได้สะดวกรวดเร็ว
- 2) คุณค่าด้านบริการ
 - (1) ฐานข้อมูลสมาชิกห้องสมุดมารวย ปรับปรุงให้ถูกต้อง ทันสมัย และสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลสมาชิกไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกอย่างสูงสุด
 - (2) บริการส่งเสริมการอ่านและการใช้ห้องสมุด โดยการจัดกิจกรรม เช่น กิจกรรมตามวันพิเศษ การแนะนำหนังสือ
- 3) คุณค่าด้านพนักงาน ได้แก่ พัฒนาพนักงานห้องสมุดมารวยให้มีทักษะและความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ
- 4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมารวยผ่านสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ และสถาบันการศึกษา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า 4 ด้านให้กับลูกค้าของห้องสมุดมารวย คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านพนักงาน และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ สรุปผลดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งาน และความน่าเชื่อถือ ด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ดังนี้

2.1.1 ความสามารถในการใช้งาน ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีความคิดเห็นตรงกันว่าผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมีคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งาน เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่ลูกค้ามาใช้บริการของห้องสมุดมารวย คือ ความต้องการใช้สารสนเทศด้านตลาดเงิน ตลาดทุน และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในหลักทรัพย์ โดยลูกค้าภายในสามารถนำผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยไปใช้ในการทำงาน และลูกค้าภายนอกสามารถนำผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยไปใช้ในการลงทุน ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยที่ลูกค้าส่วนใหญ่สามารถนำไปใช้งานได้มากที่สุด คือ หนังสือวิชาการภาษาอังกฤษ

จุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย คือ ผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่หายาก และไม่มีให้บริการในห้องสมุดอื่น เช่น วารสารวิชาการฉบับย้อนหลัง หนังสือด้านการเงิน เอกสารของตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศที่ได้มาจากการร่วมมือในการแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างองค์กร และในระยะหลังห้องสมุดมารวยได้จัดให้มีผลิตภัณฑ์ประเภทสื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านวิชาการควบคู่กับความบันเทิง เช่น ดีวีดี และภาพยนตร์เกี่ยวกับตลาดหุ้น

นอกจากนี้พบว่าอุปสรรคต่อความสามารถในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ได้แก่ การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ด้านการปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือ เนื่องจากห้องสมุดมารวยมุ่งเน้นความสวยงามของลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และได้เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเลขเรียกหนังสือไปไว้ด้านหลังทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าทำให้ไม่สะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย

“ระยะหลังเห็นว่าห้องสมุดเอาป้ายเลขเรียกหนังสือไปไว้ข้างหลัง ไม่รู้ว่าเกี่ยวกับประเด็นความสวยงามด้วยหรือเปล่า ขอบอกตามตรงหาหนังสือยากมากที่สันมีชื่อหนังสือให้ดูแต่ก็เสียเวลา” EM3 ให้ความคิดเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

EM7 กล่าวเสริมว่า “ผมเองก็เจอปัญหาคล้าย ๆ กัน บางทีหารายการหนังสือมาจากบ้าน จดเลขหมู่จะอะไรมาพร้อม พอมาถึงเข้าจริง ๆ ก็ต้องมาไล่หาที่ชั้นอยู่ดี”

“บางทีเล่มที่ได้ไป ก็ไม่ใช่เล่มที่อยากอ่าน “ EM5 แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเช่นเดียวกับ IM4 ซึ่งเป็นลูกค้าภายในที่กล่าวว่า “รู้สึกว่ายากกว่าเดิมต้องดึงตัวเล่มออกมาดู”

ทั้งนี้ลูกค้าภายในมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า สิ่งที่ถูกค่าให้ความสำคัญคือ ความง่ายในการค้นคืน เนื้อหา ความหลากหลาย และความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์ มากกว่าความสวยงามทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

“เวลาหาข้อมูล จะรู้ได้อย่างไรว่าข้อมูลอยู่ตรงไหน ความสวยงามหรืออะไรอย่างนี้ มาจากความง่าย แล้วปกไม่เ็นนี่คือความสวยงามมากกว่าการที่บาร์โค้ดอยู่ตรงนั้นแล้วเกะกะตา ความง่ายมาก่อน ความหลากหลาย เข้ามาถึงมีข้อมูลเยอะ ครบถ้วน เรื่องความสวยงามเป็นเรื่องสำคัญน้อยมากสำหรับคนที่หาข้อมูล เขาสนใจว่าข้อมูลมีไหม มีข้อมูลที่เขาคาดหวังเพิ่มเติมไหม มากกว่าความสวยงาม เพราะไม่ได้เข้าร้านทำผม “ IM8 ลูกค้าภายในให้ความคิดเห็น” เวลาอ่านหนังสือ ระบุลักษณะของหนังสือเป็นการให้ความสำคัญระดับรองลงมาจากเนื้อหาและตัวเรื่อง ไม่ได้เป็นปัจจัยแรก “ IM3 มีความคิดเห็นในทำนองเดียวกัน

“เราดูเนื้อหาเป็นหลัก ถ้าเนื้อหาไม่ใช่ หน้าตาอย่างไรก็ไม่น่าสนใจอยู่ดี”

IM4 กล่าวเสริม

2.1.2 ความน่าเชื่อถือ ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้เกิดความเชื่อถือในคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยด้วย

“เชื่อว่าเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ เพราะฉะนั้นข้อมูลที่อยู่ในนี้ต้องเกี่ยวกับตลาดทุน บริษัทจดทะเบียน ซึ่งเราใช้ประโยชน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในเชิงการศึกษา หรือข้อมูลภาคธุรกิจ” IM2 กล่าวถึงความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยประเด็นนี้ลูกค้าภายนอกอย่าง EM8 มีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า “ความเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ คนก่อนจะมาก็ต้องคิดอยู่แล้วว่า ต้องการอะไรเกี่ยวกับข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์จริง ๆ”

2.2 คุณค่าด้านบริการ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการบริการของห้องสมุดมารวยในประเด็นของ การส่งมอบบริการ และการบำรุงรักษาดังนี้

2.2.1 การส่งมอบบริการ ลูกค้าทั้งภายในและภายนอก มีความคิดเห็นว่าห้องสมุดมารวยมีการส่งมอบบริการที่สามารถการตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เนื่องจากการบริการของห้องสมุดมารวยมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และการลงทุนในหลักทรัพย์

ลูกค้าทั้งสองกลุ่มได้รับความสะดวกจากการส่งมอบบริการของ ห้องสมุดมารวยให้กับลูกค้า ได้แก่ การเปิดบริการทุกวันและการขยายเวลาเปิดบริการถึง 24.00 น. ในวันศุกร์และวันเสาร์ การให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์และระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น บริการต่ออายุทรัพยากรสารสนเทศ บริการจองทรัพยากรสารสนเทศ

EM1 เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการของห้องสมุดมารวยไม่ต่ำกว่าสัปดาห์ละ 3 ครั้งให้ความคิดเห็นว่า

“ความสะดวกในการใช้บริการนับว่ามาก เพราะถูกใจตรงที่มีบริการเสาร์อาทิตย์”

“พอขยายเวลามากขึ้น ระยะเวลาหลังเปิดวันเสาร์อาทิตย์ก็ดีขึ้นสะดวกกับคนที่ทำงาน” EM8 กล่าวเสริม

“ในส่วนของความสะดวกก่อนข้างสะดวกมาก เปิดวันเสาร์อาทิตย์ด้วย
ปรับเพิ่มเวลา ตรงนี้ดีมาก” EM4 ให้ความเห็น

ด้านความน่าเชื่อถือในการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวย พบว่าลูกค้า
ทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าห้องสมุดมารวยส่งมอบ
บริการที่มีความน่าเชื่อถือ และการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวยไม่มีจุดอ่อนในเรื่องของความ
ผิดพลาดแต่ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าในบางครั้งเกิดข้อข้องใจเกี่ยวกับความ น่าเชื่อถือ
ในการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวย อันเนื่องจากพบความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการส่งมอบ
บริการ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี เช่น บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดมารวย

EM1 ซึ่งมีประสบการณ์จากความผิดพลาดในการส่งมอบบริการของ
ห้องสมุดมารวย ได้ให้ความคิดเห็นว่า

“บางที่ยืมซีดีแล้วเครื่องร้อง เราก็ก็น้ำตกใจ เพราะต้องไปทำความเข้าใจ
กับเจ้าหน้าที่ ซีดีเก่าที่เคยยืมออกไปแล้วตอนออกอีกทีดัง ตรงนี้อาจให้ 100 เปอร์เซ็นต์”

2.2.2 การบำรุงรักษาลูกค้า ห้องสมุดมารวยได้บำรุงรักษาลูกค้าด้วยการ
จัดบริการเสริมให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ บริการ
ข่าวสารทันสมัย และบริการฝึกอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติซึ่งเริ่ม
จัดให้กับลูกค้าภายในก่อน ทั้งนี้ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นต่อการบำรุงรักษาลูกค้าด้วย
บริการเสริมต่าง ๆ ดังนี้

1) **บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ** ลูกค้ามารวยทั้ง
สองกลุ่มมีความคิดเห็นว่า การที่ห้องสมุดมารวยได้จัดบริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากร
สารสนเทศผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยระบุรายการทรัพยากรสารสนเทศที่สมาชิกจะ
ต้องนำมาคืนห้องสมุดมารวยในแต่ละวัน ส่งถึงสมาชิกตามที่อยู่ในระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
(E-mail address) ซึ่งได้แจ้งไว้กับห้องสมุดมารวย ดังตัวอย่างที่ 4.1 มีประโยชน์ เพราะบริการ
ดังกล่าวช่วยให้สมาชิกสามารถนำทรัพยากรสารสนเทศมาคืนห้องสมุดมารวยได้ตรงตามกำหนด
และช่วยลดปัญหาการเสียค่าปรับ อันเนื่องมาจากการลืมวันส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ นอกจากนี้
นี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าบริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ
ของห้องสมุดมารวยทำให้ลูกค้าภายนอกเกิดความเชื่อถือในห้องสมุดมารวยยิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง
ใบแจ้งเตือนในตัวอย่างที่ 4.1

ตัวอย่างที่ 4.1 ข้อความที่ใช้ในบริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด
มารวย

Form: Library

Subject: กำหนดส่งหนังสือ

เรียน คุณ _____

ตามที่ท่านได้ยืม ทรัพยากรสารสนเทศ จากห้องสมุดมารวย จำนวน _____ รายการ ดังต่อไปนี้

1. พิมพ์ชื่อเรื่อง
2. พิมพ์ชื่อเรื่อง
3. พิมพ์ชื่อเรื่อง

หนังสือ ดังกล่าว จะครบกำหนดคืนในวันที่ พิมพ์ตัวหนังสือสีแดง เช่น วันอังคารที่ 22 กุมภาพันธ์ 2548 หากท่านไม่สะดวกหรือขัดข้องประการใด กรุณาติดต่องานบริการสมาชิก ก่อนวันครบกำหนดคืน ที่หมายเลข 0-2229-2063 - 64

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ และขอขอบคุณที่ใช้บริการห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หมายเหตุ ค่าปรับการคืนเกินกำหนด 20 บาท/วัน/รายการ

Maruey Knowledge & Resource Center

The Stock Exchange of Thailand

Tel. 0-2229-2063 - 66

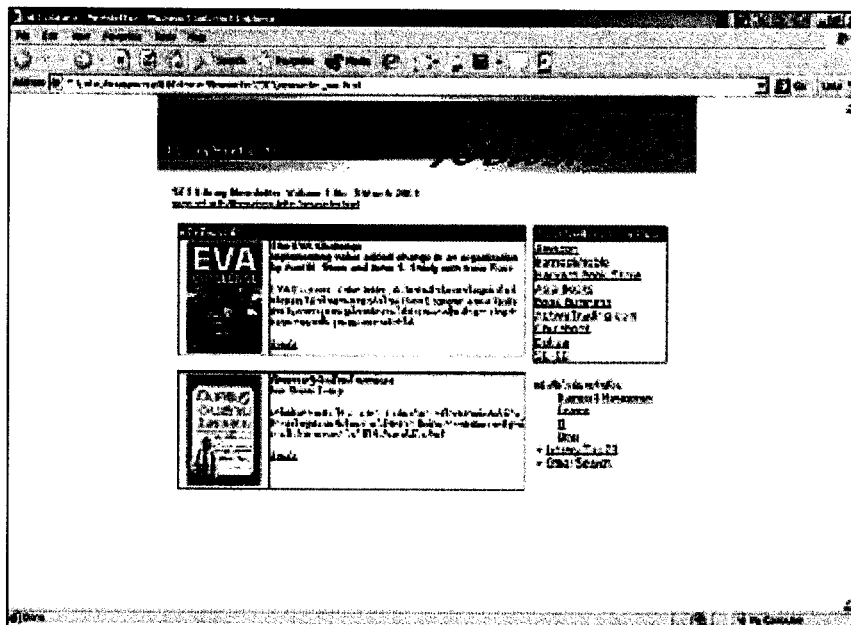
Fax: 0-2359-1007

E-mail: library@set.or.th

www.maruey.com

Your Investment Resources

2) บริการข่าวสารทันสมัย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นว่า การที่ห้องสมุดมารวยได้จัดทำจดหมายข่าวรายเดือนส่งถึงลูกค้าผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยจดหมายข่าวของห้องสมุดมารวยประกอบด้วย รายการทรัพยากรสารสนเทศใหม่ แนะนำหนังสือที่น่าสนใจ ข่าวสาร รวมถึงกิจกรรมของห้องสมุดมารวย มีประโยชน์ตรงตามความต้องการ และสร้างความสนใจให้มาใช้บริการ ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 จดหมายข่าวของห้องสมุดมารวย

3) บริการฝึกอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติ

เป็นส่วนหนึ่งของบริการแนะนำและส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดให้กับลูกค้า ห้องสมุดมารวยได้จัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าภายในก่อนในเบื้องต้น กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประสานงานประจำฝ่าย เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมรู้จักวิธีการค้นคืนทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดมารวย และสามารถให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ในฝ่ายเดียวกัน ลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าการดังกล่าวช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้งานระบบค้นคืนทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดมารวยได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น และส่งผลให้เกิดความสะดวกในการใช้งานหรือใช้บริการทรัพยากรสารสนเทศและการบริการของห้องสมุดมารวยอย่างมาก

IM7 ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า “คิดว่าเป็นประโยชน์มากสำหรับคนเข้าอบรม เพราะอย่างน้อยการได้รู้เทคนิค หรือวิธีการใช้โปรแกรมไว้บ้าง น่าจะช่วยให้หาหนังสือได้สะดวกและเร็วขึ้น แม้จะต้องถามเจ้าหน้าที่บ้าง แต่ไม่ใช่ทุกครั้งแบบนี้”

2.3 คุณค่าด้านพนักงาน ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นตรงกันว่าคุณค่าด้านพนักงานของห้องสมุดมารวยเกี่ยวข้องกับการเกิดคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย แต่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ รวมถึงความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานของห้องสมุดมารวย

ลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าพนักงานของห้องสมุดมารวยมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ และมีความสามารถในการตอบคำถาม เนื่องจากลูกค้าภายในและพนักงานของห้องสมุดมารวยเป็นลูกค้าขององค์กรเดียวกัน จึงมีลักษณะการประนีประนอมในการให้บริการ และไม่ใส่ใจกับข้อผิดพลาดที่อาจเกิดจากการให้บริการของพนักงานห้องสมุดมารวย

“ไม่ซีเรียสนะ เล็ก ๆ น้อย ๆ เรื่องวันที่ผิด คือ น้องเขาเอาวันที่วันยืมมาประทับให้พอรุ่งขึ้นก็โทรมาทวง ว่าพี่หนังสือที่ยืมครบกำหนดตั้งแต่เมื่อวาน ก็บอกว่าน้องพี่เพิ่งยืมมาเมื่อวานอะไรวันนี้ครบกำหนดคืนแล้วหรือ” IM5 ซึ่งมีประสบการณ์พบการผิดพลาดกล่าว

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดเห็นของ IM8 ที่ว่า “พวกเราง่าย ๆ นะ ประเด็นของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในแง่ของพนักงานตลาด เราคนกันเองเราจะไม่ถือสา”

ความคิดเห็นดังกล่าวต่างจากลูกค้าภายนอกซึ่งมีลักษณะการใช้บริการห้องสมุด เช่นเดียวกับลูกค้าในธุรกิจอื่น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเป็นลูกค้าตามอัตราค่าบริการที่ห้องสมุดมารวยกำหนดไว้ โดยลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าพนักงานของห้องสมุดมารวยยังขาดความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ รวมถึงความสามารถในการตอบคำถาม โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ทั้งนี้ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าคุณค่าด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือในบริการของห้องสมุดมารวย

“การให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ถือว่าสำคัญ ผมไม่แน่ใจว่าเจ้าหน้าที่ในส่วนที่ดูแลห้องสมุด มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการลงทุน หรือการใช้เครื่องมือเกี่ยวกับการลงทุนมากน้อยขนาดไหน น่าจะมีการอบรม เช่น SET SMART มีข้อมูลในนั้นเยอะมาก แต่ละข้อมูลนำไปใช้ประโยชน์อะไรบ้าง ถ้าคนไม่รู้เรื่องเลย แล้วเข้ามาบอกมี SET SMART ก็ไม่รู้ดีกว่าคืออะไร แล้วใช้ประโยชน์ยังไง ตรงนี้เป็นจุดอ่อน” EM 6 ให้ความคิดเห็น “ตอนเริ่มใช้ SET SMART ถามเจ้าหน้าที่ เขาบอกให้ลองมาคลิกตรงนั้นตรงนี้ ในความเป็นจริงผมต้องลองผิดลองถูกว่าอยู่ตรงไหน คือถ้าจะอธิบายให้เขา อย่างน้อย ๆ คุณต้องรู้มากกว่าเขา รู้สึอย่างนี้ ผมก็ไปเสี่ยงเอา ถ้าไม่ได้ชુંยากมากก็ไปลองเอาเอง” EM5 กล่าวจากประสบการณ์ที่ได้รับ

นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคิดเห็นว่าพนักงานของห้องสมุดมารวยบางคนไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการได้

“ความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับการรับมือกับสมาชิกด้วย คือไม่ได้เจอด้วยตัวเอง แต่เคยเห็นสมาชิกบางท่าน เหมือนกับโทรมาต่ออายุหนังสือแล้วไม่ต่อให้ จะปรับเขา ลักษณะการรับมือของเจ้าหน้าที่บางที เข้าใจว่าอาจไม่ได้อบรมมาโดยตรง ไม่มีการอบรมการรับมือกับลูกค้ารายที่รับมือยาก บางท่านก็ดูเป็นข้าราชการมาก เลยทำให้ไม่ค่อยมั่นใจเท่าไรว่ามีความถูกต้อง” EM2 ซึ่งเป็นผู้อยู่ในเหตุการณ์กล่าว

2.4 คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อคุณค่าด้านภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย

2.4.1 ภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มรับรู้ คือ ความน่าเชื่อถือในฐานะองค์กรแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่บุคคลทั่วไปรับรู้ คือ ภาพลักษณ์การเป็นหน่วยงานระดับชาติ เนื่องจากชื่อองค์กรที่มีคำว่า แห่งประเทศไทย

“ถ้าพูดถึงองค์กร คือแห่งประเทศไทยใช่ไหม พวกแห่งประเทศไทยทั้งหลาย มักจะมีที่เดียว คนจะให้ความเชื่อถือ” IM5 แสดงความคิดเห็น

ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการลูกค้าของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีกิจกรรมการบริการที่สะท้อนว่าให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน รวมถึงมุ่งเน้นภาพลักษณ์ของการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจหลักทรัพย์

ลูกค้าภายนอกในฐานะลูกค้าของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้ความคิดเห็นว่า

“ส่วนตัวผมว่าดีมาก เห็นการพัฒนาเปลี่ยนแปลง ค่อนข้างเยอะ และมีโครงการต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้คนเรียนรู้การลงทุน มาลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์มากขึ้น อย่างงาน SET in the City งาน Money Expo หรือการจัดสัมมนา รวมถึงสร้างบริษัทย่อย หลายบริษัทมาสนับสนุนการให้ข้อมูลสำหรับการลงทุน การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเห็นด้วยว่าดีมากครับ การให้ความรู้ การให้บริการทุกอย่างค่อนข้างดีอยู่แล้ว” EM6 ออกความเห็น

“รู้สึกว่ายี่สิบปีเน้นการให้บริการมากขึ้น เพราะเมื่อก่อนจะนึกไปว่าที่นี่เป็นหน่วยงานราชการ แต่ที่จริงแล้วไม่ใช่ ถ้าเปรียบเทียบกับภาพเดิม ๆ ผมว่าดีขึ้น” EM7 ให้การสนับสนุน

ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับลูกค้าภายในซึ่งอยู่ในฐานะพนักงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและผู้ให้บริการ

“ถ้าเกี่ยวกับส่วนงานที่ทำ รู้สึกว่าพยายามให้ความสนใจ ปกป้องผู้ลงทุนมากขึ้น ไม่ใช่อะไรที่แบบตรง ๆ สี่เหลี่ยม ดูจากผู้จัดการ พยายามที่จะทำอะไรก็ตามเพื่อให้เป็นประโยชน์ ถึงแม้ว่ากฎเกณฑ์จะเขียนไว้แบบนี้ คือพยายามดูว่าเจตนารมณ์ของกฎเกณฑ์คืออะไร ให้บริการ หรือว่าให้คำปรึกษาแนะนำกับใครก็ตาม บริษัทจดทะเบียน บริษัทสมาชิก เพื่อประโยชน์ เพื่อส่วนรวมมากขึ้น” IM2 ออกความคิดเห็น “ลูกค้าต้องมาก่อน” IM4 กล่าวสนับสนุน

2.4.2 ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าห้องสมุดมารวยมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีภาพลักษณ์ของความเป็นห้องสมุดเฉพาะที่รวบรวมทรัพยากรสารสนเทศและการบริการสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์อย่างครบถ้วน

EM1 แสดงความคิดเห็นไว้ว่า “ห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ น่าจะเป็นแหล่งข้อมูลทางการเงินการลงทุนใหม่ ที่นี้ข้อมูลผมเข้าใจว่าแตกต่างจากห้องสมุดอื่น ๆ ข้อมูลที่ทำมาตลอดผมว่าดี”

“ความเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ ก่อนจะมาก็คิดอยู่แล้วว่าต้องการอะไรเกี่ยวกับข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ คาดหวังอยู่แล้วว่าจะได้ข้อมูลอะไรเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์จริงๆ” EM8 กล่าวเสริมเช่นเดียวกับ EM6 ที่มีความคิดเห็นว่า “ห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ เป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดสำหรับการเริ่มต้นหาข้อมูลการลงทุน “

“เชื่อว่าเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์ เพราะฉะนั้นข้อมูลที่อยู่ในนี้ต้องเกี่ยวกับตลาดทุน บริษัทจดทะเบียน ซึ่งเราใช้ประโยชน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในเชิงการศึกษา หรือ

ว่าข้อมูลภาคธุรกิจ” IM2 ลูกค้าภายในมีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกได้แสดงความคิดเห็นว่าองค์ประกอบบางประการที่สนับสนุนให้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวยมีความน่าเชื่อถือ คือ สถานที่ตั้ง ครุภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมถึงพนักงานของห้องสมุดมารวย

“ภาพลักษณ์ของห้องสมุด ผมมองว่าค่อนข้างดีมากนะครับ คือมองจากภายนอก รู้สึกว่าเข้ามาอ่านหนังสือ รวมถึงอุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ หรือตัวพนักงานเอง ดูน่าเชื่อถือ” EM6
ออกความเห็น

ภาพลักษณ์ด้านการบริการลูกค้าของห้องสมุดมารวย ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าจากภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่บุคคลทั่วไปมองว่าเป็นหน่วยงานราชการ ส่งผลให้คนส่วนใหญ่ที่ไม่เคยมาใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการบริการลูกค้าของห้องสมุดมารวยเช่นเดียวกับห้องสมุดของหน่วยงานราชการ ที่มีวันและเวลาเปิดบริการตามหน่วยงานหลัก ทำให้บุคคลเหล่านั้นขาดโอกาสที่จะมาใช้ประโยชน์จากห้องสมุดมารวย

“เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้วยครับ เพราะคำว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดูเป็นทางการใช้ไหมครับ คนเขาก็ไม่ได้คาดหวังว่าที่นี่จะให้บริการแบบเป็นสาธารณะมากขึ้น แบบมีนอกเวลา” EM2 ให้ความเห็น

ทั้งนี้ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีความคิดเห็นตรงกันว่า ภาพลักษณ์การบริการลูกค้าของห้องสมุดมารวยมีความแตกต่างจากห้องสมุดทั่วไป คือ มีการให้ความสำคัญกับลูกค้า และมีกฎระเบียบในการเข้าใช้บริการที่ไม่เข้มงวด เช่น การอนุญาตให้นักลงทุนใช้โทรศัพท์ตั้งซื้อขายหลักทรัพย์ได้

ตอนที่ 3 ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าใน 4 ด้านคือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านพนักงาน และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งาน และความน่าเชื่อถือ ด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยดังนี้

3.1.1 ความสามารถในการใช้งาน ลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยดำเนินการเพิ่มคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีความสามารถในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมากยิ่งขึ้น ในเรื่องของ ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ปริมาณผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการจัดเก็บผลิตภัณฑ์

1) **ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์** ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยควรจัดหาทรัพยากรสารสนเทศให้ทันสมัยอยู่เสมอ ลูกค้าภายนอกได้ยกตัวอย่าง กรณีหนังสือที่วางจำหน่ายตามร้านหนังสือชั้นนำที่ต้องใช้ระยะเวลาเกือบ 2 ปี จึงจะได้รับการจัดหาเข้ามาให้บริการในห้องสมุดมารวย และกรณีหนังสือที่ได้รับการปรับปรุงเนื้อหาใหม่ แต่ห้องสมุดมารวยยังไม่ได้จัดหาฉบับพิมพ์ใหม่มาให้บริการ

2) **ปริมาณผลิตภัณฑ์** ลูกค้าภายนอกมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยควรเพิ่มปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการในห้องสมุดมารวยให้มากขึ้น ได้แก่ หนังสือ วิชาการภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์สำหรับสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและการวิเคราะห์หลักทรัพย์ เช่น Bloomberg

EM8 กล่าวว่า “ในแง่ห้องสมุดอย่างที่ทุกท่านเสริมเอาไว้ว่าการปรับปรุงข้อมูลที่ทันสมัยมากขึ้น ถ้ามาจะได้เจอข้อมูลใหม่ เพราะถ้าเจอข้อมูลเก่าจะทำให้เกิดความล้าช้า ควรอ่านหรือเปล่า อ่านเสร็จเราต้องไปหาข้อมูลใหม่อีกรอบหนึ่งทำให้ติดขัดในเรื่องการยืม และหนังสือเอาไปใช้ประโยชน์ไม่ได้เต็มที่”

“ผมดูหนังสือที่ Asia Book มาห้องสมุดหาไม่เจอ ประมาณสักปี สองปีถึงจะมี น่าเสียดาย” EM6 กล่าว “เหมือนผม เคยไปเดินร้านหนังสือ เช่น Asia Book, Kinokuniya หนังสือภาษาอังกฤษก็หลากหลาย หวังว่าคงมีที่ห้องสมุด แต่รอเป็นปีก็ยังไม่มีมา” EM1 กล่าวเสริม

3) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยควรมีทรัพยากรสารสนเทศที่มีความหลากหลาย เช่น การบริหารธุรกิจ การตลาด กฎหมาย ภาษีอากร รวมถึงหนังสืออ่านเล่น และสารบันเทิงต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดผลิตภัณฑ์เสริมให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับความต้องการใช้งานในหลายลักษณะ เช่น ห้องประชุม กลุ่มย่อย โต๊ะอ่านหนังสือเดี่ยว เก้าอี้นั่งสบายหรือโซฟา

EM1 แสดงความคาดหวังในเรื่องนี้ว่า “ถ้ามีโต๊ะที่นั่งส่วนตัว เป็นคอกผมว่าจัดไว้บ้างก็ดี อาจจะไม่ต้องมาก มีมุมที่นั่งโซฟาสบาย ๆ คือมีหลาย ๆ แบบ จะได้หลากหลาย”

“อยากให้มีห้องประชุมเล็ก ๆ ผมว่าที่นี้น่าจะเหมาะสำหรับคนที่อยากมาลงทุน อยากหาข้อมูล แต่บางครั้งเขาก็อยากหาคนที่แลกเปลี่ยนข้อมูลกันด้วยอาจเป็นห้องกระจก สมาชิกสามารถจอง มีการกำหนดเวลา บางคนไม่ได้มาอ่านหนังสืออย่างเดียว หรือเจอเพื่อนใหม่ อยากปรึกษาหารือกัน บางทีคุยกันเกรงใจด้วย ถ้ามีผมว่าค่อนข้างดีนะ เพราะว่าห้องสมุดที่อยู่ตามมหาวิทยาลัย ไม่ได้เน้นที่ให้อ่านหนังสืออย่างเดียว นอกจากอ่านแล้วเอาข้อมูลที่ได้มาปรึกษาหารือกันด้วย น่าจะได้ประโยชน์เพิ่มมากขึ้น” EM6 ระบุถึงสิ่งที่คาดหวัง

“เป็นมุมก็ได้แต่ควรจะได้เสียง” EM4 กล่าวเสริม

4) การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความคาดหวังในด้านการปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือ และด้านระยะเวลาในการจัดเก็บและให้บริการผลิตภัณฑ์

ด้านการปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือ ลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือให้เป็นไปตามระบบสากล เช่นเดียวกับห้องสมุดอื่น เพื่อความสะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย

ด้านระยะเวลาในการจัดเก็บและบริการผลิตภัณฑ์ ลูกค้าภายในมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยในฐานะห้องสมุดเฉพาะด้านตลาดทุน ควรจัดเก็บและบริการทรัพยากรสารสนเทศในสาขาดังกล่าวย้อนหลังหลายปี เพื่อประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยค้นคว้า รวมถึงเป็นแหล่งจดหมายเหตุด้านตลาดทุน

IM2 ได้กล่าวถึงระยะเวลาในการจัดเก็บและบริการที่คาดหวังว่า “ควรจะเก็บยาว ๆ นาน ๆ ไม่น่าจะเก็บแค่ 5 ปี 10 ปี ซ้อนหลัง นานแค่ไหนกลับมาค้นก็น่าจะมีให้ดู น่าจะเป็นเหมือนประวัติศาสตร์ ข้อมูลที่เอาไว้ทำรายงาน หรือวิทยานิพนธ์ได้ในอนาคต เท่าที่ทราบ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่างประเทศเก็บนานมาก นานแค่ไหนก็เก็บ”

3.1.2 ความน่าเชื่อถือ ลูกค้ายกทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยต้องมีนโยบายการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของลูกค้ายภายใน และเป็นประโยชน์ต่อการลงทุนของลูกค้ายภายนอก นอกจากนี้ลูกค้ายภายในยังให้ความคาดหวังต่อความถูกต้องของระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศอัตโนมัติของห้องสมุดมารวย โดยต้องการให้ห้องสมุดมารวยให้ความสำคัญกับความถูกต้องของข้อมูล

3.2 คุณค่าด้านบริการ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ายมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณค่าด้านการบริการของห้องสมุดมารวยในประเด็นของ การส่งมอบบริการ และการบำรุงรักษา

3.2.1 การส่งมอบบริการ ลูกค้ายทั้งภายในและภายนอกคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยจะสามารถส่งมอบบริการที่ตอบสนองความต้องการ สำหรับลูกค้ายภายใน คือ ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และสำหรับลูกค้ายภายนอก คือ ประโยชน์ต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ นอกจากนี้ ความถูกต้องในการส่งมอบบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้ายทั้งสองกลุ่มให้ความคาดหวัง เช่น ความถูกต้องในบริการยืม-คืน และความถูกต้องของบริการตอบคำถาม

ลูกค้ายภายนอกยังมีความคาดหวังที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ต้องการให้พนักงานงานบริการของห้องสมุดมารวย ทำหน้าที่ให้บริการเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการทำงานอื่นควบคู่ไปกับการให้บริการ เสมือนไม่แสดงถึงความเอาใจใส่และความเต็มใจในการให้บริการ

EM8 ได้แสดงความคาดหวังว่า “อย่างธนาคารบางแห่งก็มีเจ้าหน้าที่ออกมาแนะนำนอกเคาน์เตอร์ว่าจะฝากจะถอนจะต้องใช้ใบอะไร ถ้าห้องสมุดทำอย่างนั้นได้จะดี ไม่ต้องวิ่งไปที่เคาน์เตอร์ แล้วเจ้าหน้าที่ก็กำลังยุ่งกับงาน เหมือนไม่ได้เป็นหน่วยต้อนรับ เลยทำให้การบริการไม่ค่อยประทับใจเท่าไร”

นอกจากนี้ลูกค้ายภายในยังมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดทำป้ายแนะนำการให้บริการภายในห้องสมุด พิจารณาความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการสำเนาเอกสาร ด้านลูกค้ายภายนอกคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดทำเอกสาร หรือวิดิทัศน์แนะนำการใช้ห้องสมุด และจัดทำคู่มือการใช้บริการฐานข้อมูล และระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ

3.2.2 การบำรุงรักษาลูกค้า ห้องสมุดมารวยได้มีการบำรุงรักษาลูกค้าด้วย

การจัดบริการเสริมให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ บริการข่าวสารทันสมัย และบริการฝึกอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติ ทั้งนี้ ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังต่อการบำรุงรักษาลูกค้าด้วยบริการเสริมต่าง ๆ ดังนี้

- 1) บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกคาดหวังให้มีการแจ้งเตือนก่อนถึงวันกำหนดส่ง เนื่องจากห้องสมุดแจ้งเตือนวันที่ต้องส่งคืนหนังสือ ซึ่งหากในวันนั้น ๆ ลืมนำทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องส่งคืนมาด้วย จะต้องเสียค่าปรับเช่นกัน และต้องการให้มีการแจ้งเตือนกำหนดส่งอย่างสม่ำเสมอ
- 2) บริการข่าวสารทันสมัย นอกจากบริการที่ห้องสมุดมารวยได้จัดให้กับลูกค้าในรูปจดหมายข่าวห้องสมุดมารวย ลูกค้าภายในยังมีความคาดหวังให้เพิ่มเติมคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือ หรือทรัพยากรสารสนเทศแต่ละรายการที่ได้แนะนำลงในจดหมายข่าวของห้องสมุดมารวย เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยอีกทางหนึ่ง
- 3) บริการฝึกอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติ ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติให้กับลูกค้าทุกคน เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ระบบการค้นคืนได้อย่างถูกต้องก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการของห้องสมุดมารวย
- 4) บริการส่งเสริมการอ่านและการใช้ห้องสมุดโดยการจัดกิจกรรม ลูกค้าภายนอกมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างห้องสมุดมารวยและลูกค้าห้องสมุด โดยลักษณะของกิจกรรมได้แก่ การเสวนาเกี่ยวกับ หนังสือ การพบปะพูดคุยกับนักเขียน

3.3 คุณค่าด้านพนักงาน ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้

พนักงานของห้องสมุดมารวยมีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงมีความสามารถในการตอบคำถาม โดยลูกค้าต้องการได้รับบริการที่มีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งจากบรรณารักษ์ พนักงานชั่วคราว และนักศึกษาฝึกงาน รวมถึงให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ ตลอดจนความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานห้องสมุดมารวย

3.3.1 การเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้ฐานข้อมูลภายในห้องสมุดมารวย

ให้กับพนักงาน การที่พนักงานของห้องสมุดมารวยสามารถให้คำแนะนำการใช้ฐานข้อมูลกับผู้ใช้บริการได้อย่างดี นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในความถูกต้องของการบริการ

“ถ้ามีบรรณารักษ์ที่ผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมที่ให้บริการในห้องสมุดอยู่ให้บริการ จะทำให้คนที่เขามาใช้งานมีความประทับใจมากขึ้น” EM8 กล่าว

3.3.2 การอบรมเพื่อสร้างความรอบรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของ

ห้องสมุดมารวย พนักงานของห้องสมุดมารวยต้องสามารถตอบคำถาม และแนะแหล่งค้นคว้าให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ

“เมื่อลูกค้าเข้ามาถามเจ้าหน้าที่ต้องสามารถให้คำแนะนำได้ว่ามีหรือไม่มี” IM8 แสดงความคาดหวัง

“เขาใจจะครบว่าห้องสมุดคงไม่ได้มีทุกอย่างที่ใคร ๆ อยากรู้ แต่ขอให้บอกว่าหาที่ไหนได้อีกก็ยิ่งดี” IM1 กล่าวสนับสนุน

3.4 คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อคุณค่าด้านภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย ดังนี้

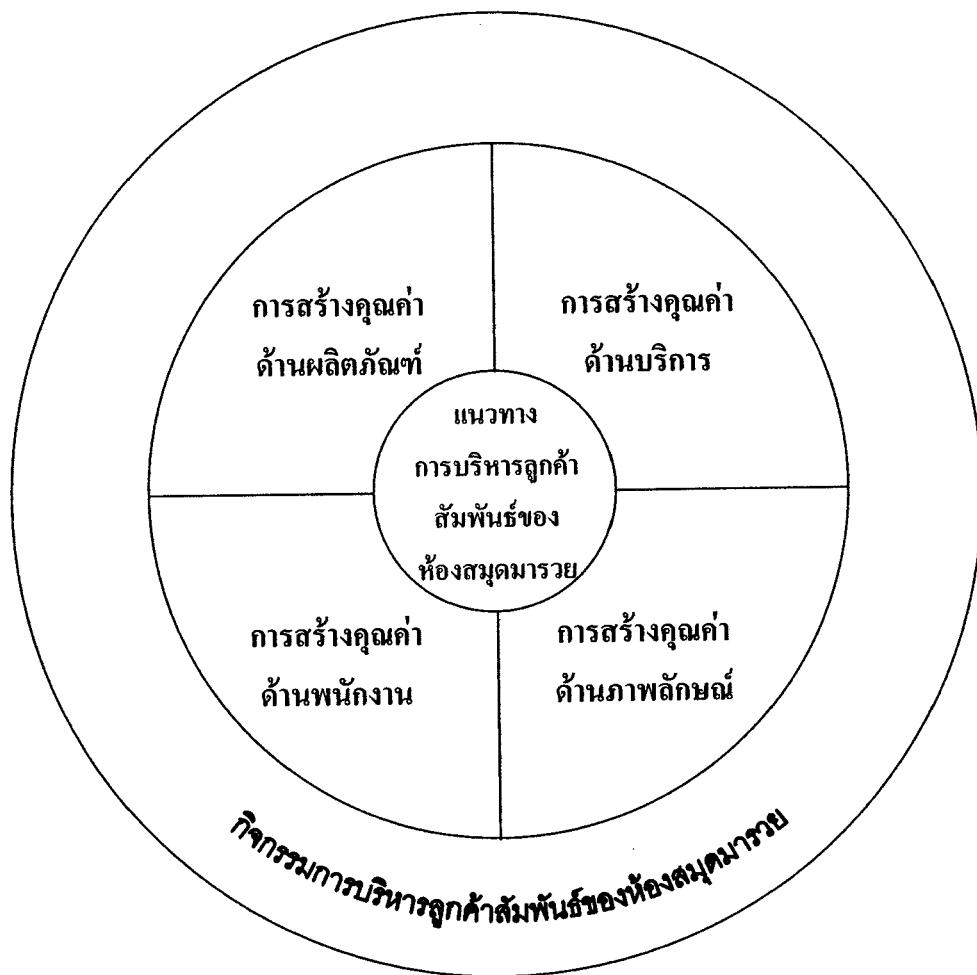
3.4.1 ภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รักษาภาพลักษณ์ของการเป็นองค์กรแห่งชาติที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงภาพลักษณ์ของการให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า และการให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคาดหวังว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ประชาชนรับทราบ เพื่อประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานตามภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้อย่างกว้างขวาง

3.4.2 ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นห้องสมุดขององค์กรที่น่าเชื่อถือ และคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยเป็นแหล่งบริการสารสนเทศด้านตลาดทุนและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ครบถ้วน ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกระดับ นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคาดหวัง ให้ห้องสมุดมารวยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ประชาชนรับทราบอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและมาใช้ประโยชน์จากห้องสมุดมารวยมากขึ้น

ตอนที่ 4 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

4.1 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร หัวหน้าห้องสมุด บรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวย และลูกค้าทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการปริทัศน์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเสนอแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าของห้องสมุดมารวยได้ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

จากภาพที่ 4.11 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ประกอบด้วยการสร้างคุณค่า 4 ด้าน ให้กับลูกค้าของห้องสมุดมารวย

4.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมีคุณค่าตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่แล้ว โดยห้องสมุดมารวยได้มีการปรับนโยบายการจัดการ และให้บริการผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ แต่ลูกค้ายังมีความคาดหวังให้เพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ เพิ่มความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ เพิ่มระยะเวลาในจัดเก็บและบริการผลิตภัณฑ์ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความถูกต้องของระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศอัตโนมัติของห้องสมุดมารวย ดังนั้นเพื่อให้ห้องสมุดมารวยสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงนโยบายด้านผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านปริมาณ ความทันสมัย ระยะเวลาจัดเก็บและให้บริการ ความหลากหลาย และการปรับปรุงระบบการค้นคืนทรัพยากรสารสนเทศ ห้องสมุดมารวยต้องศึกษาลูกค้าในสองลักษณะคือ

- 1) ศึกษากลุ่มลูกค้า เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ วัย การศึกษา อาชีพ ความสนใจ พฤติกรรมการแสวงหาและการใช้สารสนเทศ
- 2) ศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของกลุ่มลูกค้า โดยการสำรวจ เช่น การจัดทำกล่องรับความคิดเห็น การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์

4.1.2 ด้านบริการ ผลการวิจัยพบว่าบริการของห้องสมุดมารวยมีประโยชน์ตามความต้องการ และมีความสะดวกในการใช้บริการ โดยเฉพาะวันและเวลาให้บริการ การให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์และระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่จากห้องสมุดมารวย ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ห้องสมุดมารวยมีอยู่ ได้แก่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ และระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดเก็บข้อมูล ทำความเข้าใจ สื่อสารกับลูกค้า ประเมินความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ร่วมกับการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ลูกค้าเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มบุคคล จะทำให้ห้องสมุดมารวยสร้างคุณค่าด้านบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

จากการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในเรื่องความถูกต้องของการบริการ แนวทางการสร้างคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวยจึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการสร้างคุณภาพการบริการที่มุ่งเน้นความถูกต้องของการให้บริการ และความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับในการใช้บริการ ได้แก่ การจัดทำป้ายแนะนำการให้บริการภายในห้องสมุด การพิจารณาความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การจัดทำเอกสารหรือวิธีทัศน์แนะนำการใช้ห้องสมุด และการจัดทำคู่มือการให้บริการฐานข้อมูลและระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ

นอกจากนี้ยังพบว่าบริการเสริมของห้องสมุดมารวยมีประโยชน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า และลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการใช้ห้องสมุด ดังนั้นการสร้างคุณค่าด้านบริการด้วยการจัดบริการเสริมเพื่อบำรุงรักษาลูกค้าที่มาใช้บริการห้องสมุดมารวยอย่างสม่ำเสมอจึงมุ่งเน้นการให้การศึกษาแก่ลูกค้า บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า การแนะนำ การแนะแนว การให้คำปรึกษา และการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเข้าใช้บริการของห้องสมุดมารวย โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และคุณค่าเฉพาะบุคคลที่ลูกค้าแต่ละราย

4.1.3 ด้านพนักงาน ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังให้พนักงานของห้องสมุดมารวยได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ ซึ่งตรงกับแนวทางการเพิ่มคุณค่าด้านพนักงานของห้องสมุดมารวยในอนาคต ทั้งนี้แนวทางการสร้างคุณค่าด้านพนักงานของห้องสมุดมารวยจึงเกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านพนักงานเพื่อให้มีการใช้ประโยชน์จากความรู้ความสามารถของพนักงาน การพัฒนาพนักงาน และการธำรงรักษาพนักงานประกอบด้วย

1) **แผนการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน** เพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงกับงานของห้องสมุดมารวย

2) **แผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานรายบุคคล** เพื่อให้พนักงานทุกคนของห้องสมุดมารวยได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับนักสารสนเทศอย่างต่อเนื่องดังนี้

(1) การพัฒนาความรู้ เกี่ยวกับ เนื้อหาวิชา พฤติกรรมผู้ใช้ และความต้องการสารสนเทศ

(2) การพัฒนาทักษะ เกี่ยวกับ การสื่อสารระหว่างบุคคล การเขียน การออกแบบสารสนเทศ การจัดการ โครงการ การจัดการงบประมาณ การจัดการด้านพนักงาน การตลาด การสืบค้นข้อมูล การจัดทำดัชนีและสาระสังเขป การจัดหมวดหมู่ การวิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทั้งนี้การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวยสามารถดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ อาทิ การพัฒนาความรู้และทักษะตามหลักสูตรที่จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานภายนอกในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบการประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.1.4 ด้านภาพลักษณ์ จากการวิจัยพบว่าห้องสมุดมารวยมีภาพลักษณ์ของการเป็นห้องสมุดขององค์กรที่น่าเชื่อถือ เป็นแหล่งบริการสารสนเทศด้านตลาดทุนและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ครบถ้วน โดยลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ประชาชนรับทราบอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและใช้ประโยชน์จากห้องสมุดมารวยมากขึ้น ผลการวิจัยยังพบว่าห้องสมุดมารวยมีการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมไปบ้างแล้ว ดังนั้นแนวทางการสร้างคุณค่าด้านภาพลักษณ์ที่เหมาะสมของห้องสมุดมารวยจึงต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกของลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่มาใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ของความทันสมัย สารสนเทศครบถ้วน ความสะดวกในการใช้บริการ การบริการที่ดีมีคุณภาพ และเน้นการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดเยี่ยมชมองค์กร การจัดประชุมและสัมมนา การจัดกิจกรรมสันทนาการและกิจกรรมเพื่อสังคม

4.2 กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย จากแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยด้วยการสร้างคุณค่าทั้ง 4 ด้าน ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนา กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ดังนี้

ตารางที่ 4.5 กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการสร้างคุณค่า	กิจกรรม
1. ด้านผลิตภัณฑ์	1.1 ศึกษาผู้ใช้บริการห้องสมุด โดยจัดทำกล่องรับความคิดเห็น การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ 1.2 ปรับปรุงนโยบายการจัดหาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศ เทคโนโลยี อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้า 1.3 จัดหาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศ เทคโนโลยี อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ให้ตรงกับความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้า 1.4 ประเมินความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า
2. ด้านบริการ	2.1 จัดประเภท/รูปแบบบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ได้แก่ - บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศด้วยตนเอง - บริการเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศระบบอัตโนมัติ - บริการจดหมายข่าวห้องสมุดมารวย - บริการสารสนเทศคัดสรรสำหรับลูกค้าเฉพาะบุคคล - บริการสารสนเทศตามคำขอและจัดส่งถึงลูกค้าตามความต้องการเฉพาะบุคคล - บริการแนะนำการใช้ห้องสมุด

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการสร้างคุณค่า	กิจกรรม
2. ด้านบริการ (ต่อ)	2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมการเข้าใช้บริการมารวยห้องสมุดสำหรับกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม 2.2.1 กลุ่มสมาชิก และลูกค้าทั่วไป - กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ได้แก่ เยาวชน ประชาชน นักวิชาการ 2.2.2 กลุ่มสมาชิก - กิจกรรมห้องสมุดมารวยสัมพันธ์ - การสะสมคะแนนการให้บริการห้องสมุดมารวย 2.3 จัดทำเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการของห้องสมุดมารวย - คู่มือการใช้ห้องสมุดมารวย ประกอบด้วย รายการทรัพยากรสารสนเทศและการบริการสารสนเทศที่มีในห้องสมุดมารวย แผนที่ภายในห้องสมุดมารวย วิธีการใช้งานระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศอัตโนมัติ วิธีการใช้งานฐานข้อมูลต่าง ๆ - ป้ายสัญลักษณ์ ได้แก่ ป้ายระบุรายการทรัพยากรสารสนเทศและบริการที่มีให้บริการภายในห้องสมุดมารวยตามจุดที่ให้บริการ
3. ด้านพนักงาน	จัดให้พนักงานทุกคนของห้องสมุดมารวยได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับนักสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง 3.1 หัวข้อในการพัฒนา - ความรู้ในเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศที่ให้บริการ - ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ - ความรู้เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้บริการ - ทักษะด้านการสื่อสาร

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการสร้างคุณค่า	กิจกรรม
3. ด้านพนักงาน (ต่อ)	- ทักษะด้านการจัดการ - ทักษะด้านการตลาด - ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล - ทักษะด้านการจัดทำดัชนี สาระสังเขป และการจัดหมวดหมู่ - ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
	3.2 รูปแบบการพัฒนาพนักงาน โดยดำเนินการพัฒนาทั้งใน รูปแบบการประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การศึกษาดูงานทั้งในประเทศ และต่างประเทศ - การพัฒนาความรู้และทักษะตามหลักสูตรที่จัด โดยตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - การพัฒนาความรู้และทักษะตามหลักสูตรที่จัด โดยหน่วยงาน ภายนอก
4. ด้านภาพลักษณ์	4.1 ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมารวย ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อมวลชน 4.2 จัดโครงการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมารวยร่วมฝ่ายงานต่าง ๆ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย 4.3 จัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ ร่วมกับสมาคมห้องสมุดแห่ง ประเทศไทยฯ สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4.4 จัดกิจกรรมสันทนการและกิจกรรมเพื่อสังคม ได้แก่ - จัดการประกวด คำกลอน เรื่องสั้น วาดภาพ เล่านิทาน - ส่งเสริมความรู้ให้กับชุมชนในลักษณะของห้องสมุดเคลื่อนที่

4.3 กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย จากแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้เลือกกิจกรรมการลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการมาจัดทำโครงการกรณีศึกษา โดยจัดกิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลิน กับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยซีไรต์ เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2548 ดังกำหนดการจัดกิจกรรม (ดูภาคผนวก ณ) มีขั้นตอนการจัดกิจกรรมตามลำดับ คือ การจัดทำโครงการ การบริหาร โครงการ การประชาสัมพันธ์ และการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

4.3.1 การจัดทำโครงการ นำเสนอผู้บริหารห้องสมุดมารวยเพื่อขออนุมัติจัด กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการ ข้อมูลที่นำเสนอในโครงการ ประกอบด้วย หลักการและเหตุผลในการจัดกิจกรรม วัตถุประสงค์ วิทยากร กลุ่มเป้าหมาย วันและเวลา สถานที่ที่จัดกิจกรรม ลักษณะการจัดกิจกรรม งบประมาณ การประเมินผล และ ผู้รับผิดชอบ ดังรายละเอียด

โครงการกรณีศึกษากิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย

เรื่อง ตามรอยชีไรท์

หลักการและเหตุผล

กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และห้องสมุดมารวย โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นจะมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการจัดกิจกรรม และการส่งเสริมการเข้าใช้บริการของห้องสมุดมารวย

กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวยครั้งนี้จัดขึ้นสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจวรรณกรรมชีไรท์ และงานเขียนประเภทเรื่องสั้น โดยห้องสมุดมารวยได้นำหนังสือรวมเรื่องสั้นเรื่อง เจ้าหญิง ซึ่งได้รับการคัดเลือกและพิจารณาจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิให้ได้รับรางวัลชีไรท์ประจำปี 2548 การจัดกิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะส่งเสริมให้ลูกค้าของห้องสมุดมารวยได้อ่านหนังสือที่ดีมีคุณค่าทางวรรณศิลป์ ยังนับเป็นการเผยแพร่และสนับสนุนผลงานเขียนที่มีคุณภาพให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้รักการอ่าน และส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดมารวยด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้า และห้องสมุดมารวย
2. เพื่อแนะนำหนังสือที่ดีมีคุณค่าเหมาะสมกับลูกค้า
3. เพื่อสร้างเสริมนิสัยรักการอ่าน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุดมารวย

วิทยากร

1. นายวุฒิชัย ชุ่มสนิท (บินหลา สันกาลาคีรี) ผู้เขียน “เจ้าหญิง” หนังสือรางวัลชีไรท์ประจำปี 2548
2. นายศุ บุญเลี้ยงนักร้องและนักประพันธ์เจ้าของนามปากกา สมจ๊วย เจตนาน่าสนุก

กลุ่มเป้าหมาย

สมาชิกห้องสมุดมารวย และผู้ใช้บริการห้องสมุดมารวย จำนวน 30 คน

วันและเวลา

วันเสาร์ที่ 10 กันยายน 2548 เวลา 13.30 - 16.30 น.

สถานที่จัดกิจกรรม

ห้องสมุดมารวย อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลักษณะการจัดกิจกรรม

1. การพูดคุยถึงเนื้อหาของหนังสือ แง่คิดต่าง ๆ และแรงบันดาลใจในการแต่งหนังสือจนได้รับรางวัลซีไรต์ในบรรยากาศสบาย ๆ
2. การจำหน่ายหนังสือเรื่อง เจ้าหญิง ในราคาพิเศษ โดยสำนักพิมพ์มติชน

งบประมาณ

5,000 บาท

การประเมินผล

การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมด้วยแบบสอบถาม

ผู้รับผิดชอบ

งานบริการลูกค้า ห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.3.2 การบริหารโครงการ หลังจากได้รับอนุมัติโครงการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับคือ

1) ติดต่อประสานงาน เพื่อเชิญวิทยากร และสำนักพิมพ์มติชน มาเข้าร่วมกิจกรรมของห้องสมุดมารวย

2) เชิญผู้เข้าร่วมกิจกรรม

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก โดยการโทรศัพท์เชิญสมาชิกที่มีประวัติการยืมหรือ การจอง หนังสือเรื่องเจ้าหญิง หรืองานเขียนอื่นของวิทยากรที่ได้รับเชิญมาร่วมกิจกรรม รวมถึงสมาชิกที่มีประวัติการยืม หรือ การจองหนังสือประเภทเรื่องสั้น ให้มาร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นจำนวน 20 คน

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง โดยการแจ้งข่าวกิจกรรมและภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผู้ใช้บริการทางระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ล่วงหน้า 10 วัน

ผลการดำเนินการดังกล่าวได้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 45 คน โดย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลงทะเบียนล่วงหน้าผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และโทรศัพท์ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 60) ในจำนวนนี้มีกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 10 คน ที่เหลือเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งลงทะเบียนในวันงาน จำนวน 18 คน (ร้อยละ 40)

4.3.3 การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมผ่านสื่อ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งภายในห้องสมุด และป้ายประชาสัมพันธ์ทุกชั้นในอาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังภาพที่ 4.12 รายการเสียงตามสายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อินทราเน็ต เว็บไซต์ของห้องสมุดมารวย และบรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวย

มารวย

สุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย

เรื่อง

ตามรอยซีไรต์

พบกับ

บิณฑา สันกาลาคีรี

นักเขียนรางวัลซีไรต์ปี 2548

และ ศุ บุญเลี้ยง

กิจกรรมและนักเขียนเจ้าของนามปากกา สมจ้อย เจตนาที่น่าสนุก

ณ ห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วันเสาร์ที่ 10 กันยายน 2548

เวลา 13.30 - 16.30 น.

สอบถามเพิ่มเติมและสำรองที่นั่งโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ที่หมายเลข 0-2229-2000 ต่อ 3183

ภาพที่ 4.12 ป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย
เรื่อง ตามรอยซีไรต์



ภาพที่ 4.13 กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยชีไรท์

4.3.4 การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม หลังจากจัดกิจกรรมแล้วผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยชีไรท์ จำนวน 45 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (ดูภาคผนวก ค) ในประเด็นวิทยากร รูปแบบการจัดกิจกรรม ระยะเวลาการจัดกิจกรรม และสถานที่จัดกิจกรรม ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมของห้องสมุดมารวย

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ (n=45)					
	มาก		ปานกลาง		น้อย	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
1. วิทยากร	36	80.0	9	20.0	-	-
2. รูปแบบการจัดกิจกรรม	30	66.7	15	33.3	-	-
3. ระยะเวลาจัดกิจกรรม	14	31.1	24	53.3	7	15.6
4. สถานที่จัดกิจกรรม	29	64.4	16	35.6	-	-
รวมเฉลี่ย		60.6		35.6		3.9

ตารางที่ 4.6 พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจมาก (ร้อยละ 60.6) เมื่อจำแนกความคิดเห็นตามประเด็นพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจด้านวิทยากร (ร้อยละ 80.0) ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม (ร้อยละ 66.7) ด้านสถานที่จัดกิจกรรม (ร้อยละ 64.4) ตามลำดับ ส่วนประเด็นระยะเวลาจัดกิจกรรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 31.1)

ตารางที่ 4.7 การรับข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวย

การรับข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวย	จำนวน	ร้อยละ
รายการเสียงตามสายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	2	4.4
อินทราเน็ต	1	2.2
เว็บไซต์ของห้องสมุด	7	15.6
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	13	28.9
ป้ายประชาสัมพันธ์	5	11.1
โทรศัพท์	10	22.2
บรรณารักษ์	5	11.1
อื่น ๆ	2	4.4
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรับข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวยจากการแจ้งข่าวกิจกรรมทางระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด จำนวน 13 คน (ร้อยละ 28.89) รองลงมาคือทางโทรศัพท์ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 22.22) น้อยที่สุดรับข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวยทางอินทราเน็ต จำนวน 1 คน (ร้อยละ 2.22)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 12 คน ได้แก่ การจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก เช่น เล่านิทาน วาดภาพ (5 คน) การจัดทำรายการกิจกรรมแจกภายในห้องสมุด (4 คน) และการลดระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมลง (3 คน)