

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้นำเสนอสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ความคิดเห็น และความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย และพัฒนาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าของห้องสมุดมารวย

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร ประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน หัวหน้าห้องสมุดมารวย บรรณารักษ์ และผู้ช่วยบรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวย จำนวน 6 คน และกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นสมาชิกของห้องสมุดมารวยที่มีสมาชิกภาพระหว่างเดือน มกราคม 2545 – กุมภาพันธ์ 2547 ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เป็นลูกค้าภายใน 8 คน และลูกค้าภายนอก 8 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยการลดทอนขนาดของข้อมูล และสรุปข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มคำ ซึ่งจำแนกประเภทของข้อมูลตามการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มคำ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา หลังจากนั้นได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสร้างแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมของแนวทางกับลูกค้า และจัดทำกรณีศึกษากิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการ พร้อมทั้งประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกรณีศึกษาที่ได้จัดขึ้นจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิก และผู้ใช้บริการที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 45 คน วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการแจกแจงหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 สภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

1) นโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ห้องสมุดมารวยไม่มีนโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่มีการดำเนินงานตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดอย่างชัดเจน รวมถึงมีวิสัยทัศน์และภารกิจของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนเป็นกรอบการให้บริการสารสนเทศ ห้องสมุดมารวยไม่มีการแจ้งนโยบายการให้ความสำคัญกับลูกค้าแก่พนักงานของห้องสมุดมารวยรับทราบอย่างเป็นทางการ แต่พนักงานของห้องสมุดมารวยรับรู้ได้ ซึ่งล้วนมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

2) การดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ครอบคลุมด้าน

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การปรับนโยบายการจัดหาและให้บริการผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย เทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ

(2) ด้านบริการ ได้แก่ การปรับระเบียบข้อบังคับของห้องสมุดมารวย การปรับเวลาให้บริการ และการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

(3) ด้านพนักงาน ห้องสมุดมารวยมีแนวทางพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการบริการของห้องสมุดมารวย ได้แก่ ความรู้ในวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ขั้นพื้นฐานในเนื้อหาวิชาตลาดเงินตลาดทุน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการสารสนเทศของห้องสมุดมารวย วิธีการพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวย ได้แก่ การส่งพนักงานเข้ารับการอบรมตามหลักสูตรเพื่อการพัฒนา ทักษะของพนักงานตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดขึ้น การเข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะทางวิชาชีพกับสถาบันภายนอก และการศึกษาดูงานตามหน่วยงาน และองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(4) ด้านภาพลักษณ์ เป็นการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม

(5) ด้านงบประมาณ ห้องสมุดมารวยได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอในการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

(6) ด้านปัญหาและอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านพนักงานของห้องสมุดมารวย ได้แก่ พนักงานไม่เพียงพอ พนักงานขาดความรู้ความสามารถ และ

ขาดการพัฒนาพนักงานในส่วนของพนักงานชั่วคราว ด้านลูกค้าของห้องสมุดมารวย เนื่องจากลูกค้าของห้องสมุดมารวยมีความหลากหลายทั้งในด้านระดับการศึกษา อาชีพพฤติกรรมการใช้ห้องสมุดความต้องการ ความคาดหวัง ความสามารถในการใช้ห้องสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน

(7) ด้านการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ห้องสมุดมารวยมีแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า 4 ด้านให้กับลูกค้า คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปรับปรุงฐานข้อมูลบรรณานุกรม และการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศให้มีความถูกต้อง สะดวกต่อการใช้งาน ด้านบริการ ได้แก่ ปรับปรุงฐานข้อมูลสมาชิกให้ถูกต้องทันสมัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และจัดบริการส่งเสริมการอ่านและการเข้าใช้ห้องสมุด ด้านพนักงาน ได้แก่ พัฒนากฎหมายห้องสมุดมารวยให้มีทักษะและความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ด้านภาพลักษณ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมารวยผ่านสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ และสถาบันการศึกษา

1.3.2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุด

มารวย ครอบคลุม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านพนักงาน และด้านภาพลักษณ์

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ห้องสมุดมารวยมีคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งาน โดยลูกค้าภายในสามารถไปใช้ในการทำงาน และลูกค้าภายนอกสามารถนำไปใช้ในการลงทุน จุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย คือ ทรัพยากรสารสนเทศบางประเภทเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่หายาก และไม่มีให้บริการในห้องสมุดอื่น รวมถึงการจัดให้มีทรัพยากรสารสนเทศวิชาการควบคู่กับความบันเทิง นอกจากนี้พบว่าลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ด้านอุปสรรคในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยพบว่าการนำหมวดหมู่ทรัพยากรสารสนเทศไปไว้ด้านหลัง ทำให้ลูกค้าทั้งสองกลุ่มไม่สะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์

2) ด้านบริการ ห้องสมุดมารวยมีการส่งมอบบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และการลงทุนในหลักทรัพย์ และมีความสะดวกจากการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวยในเรื่องของวันและเวลาให้บริการ รวมถึงการให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์และระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ลูกค้าสองกลุ่มมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ในประเด็นของความน่าเชื่อถือในการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวย โดยลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าการส่งมอบบริการที่มีความน่าเชื่อถือ แต่ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าในบางครั้งยังพบความผิดพลาดในการส่งมอบบริการ

ด้านการบำรุงรักษาลูกค้า ห้องสมุดมารวยได้จัดบริการเสริมให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ บริการข่าวสาร ทันสมัย และการจัดอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบอัตโนมัติให้กับลูกค้าภายใน ซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นว่าการเสริมของห้องสมุดมารวยมีประโยชน์ตรงตามความต้องการ สามารถสร้างความสนใจให้มาใช้บริการ ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งานหรือใช้บริการ และทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือห้องสมุดมารวย

3) ด้านพนักงาน ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นตรงกันว่าคุณค่าด้านพนักงานของห้องสมุดมารวยเกี่ยวข้องกับการเกิดคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย โดยเฉพาะประเด็นความน่าเชื่อถือในบริการของห้องสมุดมารวย แต่ลูกค้ามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพในการให้บริการ และความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานของห้องสมุดมารวย โดยลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของห้องสมุดมารวยมีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพในการให้บริการ และความสามารถในการตอบคำถาม ส่วนลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของห้องสมุดมารวยยังขาดความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงความสามารถในการตอบคำถาม โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย

4) ด้านภาพลักษณ์ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย ดังนี้

(1) ภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นว่าคุณภาพลักษณ์ทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในฐานะองค์กรแห่งชาติ เนื่องจากชื่อองค์กรที่มีคำว่า แห่งประเทศไทย และมีภาพลักษณ์ที่บุคคลทั่วไปรับรู้ในลักษณะของการเป็นหน่วยงานราชการ ส่วนภาพลักษณ์ด้านการให้บริการลูกค้าของตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการให้บริการที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน รวมถึงมุ่งเน้นภาพลักษณ์ของการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจหลักทรัพย์

(2) ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าห้องสมุดมารวยมีภาพลักษณ์ทั่วไปที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีภาพลักษณ์ของความเป็นห้องสมุดเฉพาะที่รวบรวมทรัพยากรสารสนเทศและการบริการสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการลงทุนในหลักทรัพย์อย่าง

ครบถ้วน โดยองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวยมีความน่าเชื่อถือ คือ สถานที่ตั้ง ครุภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมถึงพนักงานของห้องสมุดมารวย ส่วนภาพลักษณ์ด้านการบริการลูกค้าของห้องสมุดมารวย ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าจากภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่บุคคลทั่วไปมองว่าเป็นหน่วยงานราชการ เป็นผลให้คนส่วนใหญ่ที่ไม่เคยมาใช้บริการมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านการบริการลูกค้าของห้องสมุดมารวยเช่นเดียวกับห้องสมุดของหน่วยงานราชการ แม้ว่าห้องสมุดมารวยจะมีความแตกต่างจากห้องสมุดทั่วไป คือ มีการให้ความสำคัญกับลูกค้า และมีกฎระเบียบในการเข้าใช้บริการที่ไม่เข้มงวด

1.3.3 ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุด

มารวย กรอบกลุ่ม 4 ด้าน คือ

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยดำเนินการเพิ่มคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้แก่ การเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มระยะเวลาในจัดเก็บและบริการผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ลูกค้าภายในและภายนอกมีความคาดหวังว่าให้ห้องสมุดมารวยต้องมีนโยบายการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศและบริการสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของลูกค้าภายใน และเป็นประโยชน์ต่อการลงทุนของลูกค้าภายนอก ทั้งนี้ลูกค้าภายในได้ให้ความคาดหวังต่อความถูกต้องของระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศอัตโนมัติของห้องสมุดมารวย

2) **ด้านบริการ** ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังว่าห้องสมุดมารวยจะสามารถส่งมอบบริการที่ตอบสนองความต้องการ สำหรับลูกค้าภายใน คือ มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และสำหรับลูกค้าภายนอก คือ มีประโยชน์ต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ รวมถึงมีความถูกต้องในการส่งมอบบริการ นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคาดหวังถึงการได้รับความดูแลเอาใจใส่ในการบริการ

ประเด็นของการบำรุงรักษาด้วยการจัดบริการเสริม พบว่าลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัด

(1) บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศ คาดหวังให้แจ้งเตือนก่อนถึงวันกำหนดส่ง และมีการแจ้งเตือนอย่างสม่ำเสมอ

(2) บริการข่าวสารทันสมัย นอกจากบริการที่ห้องสมุดมารวยได้จัดให้กับลูกค้าในรูปจดหมายข่าวห้องสมุดมารวย ลูกค้าภายในยังคาดหวังให้เพิ่มเติมคำแนะนำของ

ผู้เชี่ยวชาญ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือหรือ
ทรัพยากรสารสนเทศแต่ละรายการที่ได้แนะนำลงในจดหมายข่าวของห้องสมุดมารวย

(3) บริการฝึกอบรมการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบ

อัตโนมัติ ลูกค้ายทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดการอบรมให้กับลูกค้าทุกคน

(4) บริการส่งเสริมการอ่านและการใช้ห้องสมุดโดยการจัดกิจกรรม

ลูกค้าภายนอกมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อม
ความสัมพันธ์ระหว่างห้องสมุดมารวยและลูกค้า โดยลักษณะของกิจกรรมได้แก่ การเสวนาเกี่ยวกับ
หนังสือ การพบปะพูดคุยกับนักเขียน

นอกจากนี้ลูกค้าภายในมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดทำป้าย
แนะนำการให้บริการภายในห้องสมุด การพิจารณาความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการสำเนา
เอกสาร ส่วนลูกค้าภายนอกคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยจัดทำเอกสาร หรือวิดิทัศน์แนะนำการใช้
ห้องสมุด และจัดทำคู่มือการให้บริการฐานข้อมูลและระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ

3) ด้านพนักงาน ลูกค้ายทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังให้พนักงานของ
ห้องสมุดมารวยมีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงมีความสามารถ
ในการตอบคำถาม โดยลูกค้าต้องการได้รับบริการที่มีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งจาก
บรรณารักษ์ พนักงานชั่วคราว และนักศึกษาฝึกงาน โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับความรู้ความ
สามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงมีความสามารถในการตอบคำถามเกี่ยวกับการ
ใช้ฐานข้อมูลภายในห้องสมุดมารวย ตลอดจนความรอบรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ
บริการของห้องสมุดมารวย

4) ด้านภาพลักษณ์ ลูกค้ามีความคาดหวังต่อภาพลักษณ์ของ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย ดังนี้

(1) ภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลูกค้ายทั้งสอง
กลุ่มมีความคาดหวังให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รักษาภาพลักษณ์ของการเป็นองค์กร
แห่งชาติที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงภาพลักษณ์ของการให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า การให้
ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ประชาชนรับทราบอย่าง
กว้างขวาง

(2) ภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย ลูกค้ายทั้งสองกลุ่มมีความ
คาดหวังให้ห้องสมุดมารวยรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นห้องสมุดขององค์กรที่น่าเชื่อถือ เป็น
แหล่งบริการสารสนเทศด้านตลาดทุนและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ครบถ้วน ทันสมัย
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกระดับ นอกจากนี้ลูกค้าภายนอกยังมีความคาดหวังให้

ห้องสมุดมารวยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ประชาชนรับทราบอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและใช้ประโยชน์จากห้องสมุดมารวยมากขึ้น

1.3.4 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ประกอบด้วย การสร้างคุณค่า 4 ด้านให้กับลูกค้าของห้องสมุดมารวย

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ปรับปรุงนโยบายด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ เพิ่มระยะเวลาในการจัดเก็บและให้บริการผลิตภัณฑ์ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความถูกต้องของระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าย ด้วยการศึกษากลุ่มลูกค้า ความต้องการ ความพึงพอใจและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้า

2) **ด้านบริการ** โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ห้องสมุดมารวยมีอยู่มาใช้ในการจัดเก็บข้อมูล การทำความเข้าใจ การสื่อสารกับลูกค้า การประเมินความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการสร้างคุณภาพการบริการ ตลอดจนการบำรุงรักษาลูกค้าที่มาใช้บริการของห้องสมุดมารวยอย่างสม่ำเสมอด้วยการจัดบริการเสริม โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และคุณค่าเฉพาะบุคคลที่ลูกค้าแต่ละรายพึงได้รับ

3) **ด้านพนักงาน** โดยการวางแผนด้านพนักงานเพื่อให้มีการใช้ประโยชน์จากความรู้ความสามารถของพนักงาน การพัฒนาพัฒนาพนักงาน และการธำรงรักษาพนักงาน ได้แก่ การวางแผนการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน และการวางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานรายบุคคล

4) **ด้านภาพลักษณ์** โดยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่มาใช้บริการ

นอกจากนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการ กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยซีไรท์ พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความต้องการให้จัดกิจกรรมสำหรับเด็ก จัดทำรายการกิจกรรมแจก และลดระยะเวลาในการจัดกิจกรรมให้น้อยลง

2. อภิปรายผล

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ความคิดเห็น และความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย เพื่อการพัฒนาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าห้องสมุดมารวย มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

2.1 สภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าห้องสมุดมารวยจะไม่มีนโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่มีการดำเนินการที่มุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้า การให้บริการแบบมืออาชีพ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ตามแนวทางการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ระบุไว้ในภารกิจข้อที่ 4 ว่า “ให้บริการด้านการเปิดเผยข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมทั้งการให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องการลงทุนอย่างทั่วถึง” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2546: 10) และอยู่ภายใต้กรอบของวิสัยทัศน์และภารกิจของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนที่ห้องสมุดมารวยสังกัด และแม้ว่าพนักงานห้องสมุดมารวยไม่ได้รับแจ้งนโยบายการให้ความสำคัญกับลูกค้าของห้องสมุดมารวยอย่างเป็นทางการ แต่พนักงานของห้องสมุดมารวยสามารถรับรู้ได้จากแผนงานที่ห้องสมุดมารวยกำหนดขึ้นเพื่อสอดคล้องกับนโยบายหลักของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงวิสัยทัศน์และภารกิจของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน และมีการปฏิบัติงานด้านบริการลูกค้าไปในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า นโยบายหลักของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิสัยทัศน์และภารกิจของสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุนที่ชัดเจนช่วยผลักดันและนำทางให้ห้องสมุดมารวยมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนตามไปด้วย สอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ว่า นโยบายหลักแสดงถึงแนวทางการดำเนินงานที่ต้องการให้องค์การดำเนินไปในทิศทางที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ นโยบายหลักขององค์การสะท้อนถึงปรัชญาในการทำงานขององค์การนั้น ๆ และเป็นกรอบในการสร้างวัฒนธรรมองค์การให้เกิดขึ้น (สุพานิ สฤณภูวนิช 2544: 20-31)

ห้องสมุดมารวยมีการใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า 4 ด้านให้กับลูกค้า คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านพนักงาน และด้านภาพลักษณ์ รวมถึงการสร้างคุณค่าให้กับส่วนประสมการตลาด การดำเนินการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ให้ความสำคัญกับการได้มา การรักษา และการค้นพบความต้องการของลูกค้า

โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวและการยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Greenberg 2001: 13-38) ด้วยการส่งมอบคุณค่าที่เหมาะสมให้กับลูกค้า ผ่านการสื่อสาร การให้บริการ รวมถึงการสร้างคุณค่า ให้กับส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย (Nykamp 2001: 4-7) สอดคล้องกับการใช้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในการบริหารงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยของ สุวรรณ อภัยวงศ์ (2534) และห้องสมุดสถาบันการเงินของ บั๊งอร คำประเทศ (2540) เพื่อให้มีปริมาณการเข้าใช้ ห้องสมุดมากขึ้น การที่ห้องสมุดมารวยได้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มคุณค่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีการใช้บริการห้องสมุด เพิ่มขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ห้องสมุดมารวยสามารถรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และสามารถอำนวยความสะดวกในการเข้าใช้บริการแก่ลูกค้าทั้งในปัจจุบัน และลูกค้าคาดหวัง ได้แก่ เยาวชน และ ประชาชน ได้อย่างเต็มที่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงได้ดำเนินการปรับปรุงสถานที่ ให้บริการของห้องสมุดมารวยในเดือนสิงหาคม – กันยายน 2547 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ห้องสมุดมารวย 2547: 3-4)

ด้านงบประมาณ การที่หัวหน้าห้องสมุดมารวยระบุว่าห้องสมุดมารวยได้รับการ จัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ เนื่องจากในปีงบประมาณ 2547-2548 นอกจากห้องสมุดมารวยจะ ได้รับการจัดสรรงบประมาณประจำปีในการดำเนินงานจำนวน 3,100,000 บาท แล้ว ห้องสมุด มารวยยังได้รับการอนุมัติงบประมาณจำนวน 17,000,000 บาท เพื่อใช้ปรับปรุงด้านกายภาพของ ห้องสมุดมารวย จึงทำให้ห้องสมุดมารวยมีความพร้อมในการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพราะตามหลักการบริหารจัดการห้องสมุดงบประมาณนับเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการห้องสมุด ให้ประสบความสำเร็จ และความเพียงพอของงบประมาณคือปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการ ให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของห้องสมุด (Walters 1994: 4-5)

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ห้องสมุดมารวย ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการดำเนินงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การใช้ระบบ ห้องสมุดอัตโนมัติ VTLS จัดเก็บข้อมูลสมาชิก และใช้ระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จัดส่งรายการ ทรัพยากรสารสนเทศใหม่ ข่าวสาร ตลอดจนกิจกรรมของห้องสมุดมารวยให้กับลูกค้า แสดงให้เห็น ว่านอกจากความพร้อมในปัจจัยด้านการบริหารของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แล้ว ห้องสมุดมารวย ยังได้ดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปบ้างแล้ว และสอดคล้องกับหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศในฐานะเครื่องมือในการรวบรวมความต้องการทำ

ความเข้าใจลูกค้า เป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า (Cram 2001: 12; Greenberg 2001: 13-38; Brown and Gulycz, 2002: xv; Christopher, Payne and Ballantyne, 2002: 16) สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ซาบล่า (Zablah, 2005) ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เข้ามาสนับสนุนจะทำให้คุณภาพของข่าวสารสูงขึ้น และ สเตฟเฟส (Steffes, 2005) ที่พบว่า การสื่อสารด้วยวิธีส่งข้อมูล ข่าวสาร ถึงลูกค้าโดยตรงเป็นกลวิธีที่จะรักษาลูกค้าไว้กับองค์กร นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ห้องสมุดมารวยได้วางแผนนำระบบสารสนเทศด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งพัฒนาโดยสถาบันพัฒนาความรู้มาใช้ในการงานห้องสมุด และการเข้าถึงลูกค้า การวางแผนดังกล่าวอาจเนื่องมาจากห้องสมุดมารวยตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการจัดให้มีระบบสารสนเทศเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ตรงตามหลักการบริการสารสนเทศสมัยใหม่ที่ว่าระบบการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ใช้จะช่วยตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ห้องสมุด (ประภาวดี สืบสนธิ์ 2546: 113-114)

2.2 ปัญหาอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย พนักงานผู้

ให้บริการและลูกค้ามีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับปัญหาจำนวนพนักงานห้องสมุดมารวยไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า และพนักงานห้องสมุดมารวยขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการ

การที่ห้องสมุดมารวยมีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า และพนักงานห้องสมุดมารวยต้องทำงานอื่นควบคู่ไปกับการให้บริการ จึงเป็นสาเหตุให้พนักงานผู้ให้บริการมีความคิดเห็นที่ไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และลูกค้ามีความคิดเห็นว่าการบริการดังกล่าวเสมือนเป็นการไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประเด็นสำคัญซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มนัสสา จินต์จันทรวงศ์ (2543) ที่พบว่าความไม่เพียงพอของพนักงานที่ให้บริการเป็นปัญหาและอุปสรรคสำหรับการทำการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพในธุรกิจบริการ และผลการวิจัยของ เกศรา สมุทธานุภาพ (2547) ซึ่งพบว่าความไม่เพียงพอของพนักงานที่จะนำเสนอสินค้าและบริการแก่ลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพร้อมในการนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ในองค์กร

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าพนักงานส่วนหนึ่งของห้องสมุดมารวยขาดความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพ ความชำนาญในกระบวนการให้บริการและการปฏิบัติงาน เช่น ใช้เวลานานในการให้บริการลูกค้าแต่ละราย พนักงานห้องสมุดมารวยไม่สามารถตอบคำถาม และ

รับมือกับปัญหาเฉพาะหน้า เกิดความผิดพลาดในการบริการในบางครั้ง ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน รวมทั้งความเชื่อถือว่าลูกค้ามีต่อห้องสมุดมารวย การที่พนักงานห้องสมุดมารวยขาดความรู้ความสามารถในการให้บริการส่วนหนึ่งอาจมีสาเหตุมาจากขาดการพัฒนาพนักงานกลุ่มนี้ ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่มีนโยบายในการพัฒนาพนักงานชั่วคราว ทำให้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ มนัสสา จินต์จันทรวงศ์ (2543) ที่ระบุว่า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของพนักงานเพราะเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดคุณภาพด้านบริการ และปัญหาอุปสรรคคือ พนักงานมีความสามารถไม่เท่าเทียมกันทำให้ยากต่อการรักษามาตรฐานของการให้บริการ

2.3 ความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ผลการวิจัยความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้ามีประเด็นอภิปรายดังนี้

2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมีความสามารถในการใช้งานและมีความหลากหลาย และมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยเพิ่มคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย โดยการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงความถูกต้องของระบบสืบค้นสารสนเทศ และการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยในด้านการปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือ

คุณค่าของผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยด้านความสามารถในการใช้งานตามความคิดเห็นของลูกค้าพบว่า ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยมีคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งานทั้งในการปฏิบัติงาน และการลงทุนในหลักทรัพย์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังมีความหลากหลาย สอดคล้องกับสภาพการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ที่พบว่าห้องสมุดมารวยดำเนินการจัดหาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และผลิตภัณฑ์รายการใดที่ลูกค้าแนะนำจะได้รับการจัดหาเข้ามาให้บริการในห้องสมุดมารวย ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตามผลการวิจัยของ อุไรวรรณ พะมณี (2534) และเดชศักดิ์ ศานติวิวัฒน์ และคนอื่น ๆ (2547) ที่พบว่าผู้ใช้ห้องสมุดให้ความสำคัญกับทรัพยากรสารสนเทศที่มีประโยชน์ตรงตามความต้องการ และมีความหลากหลาย และผลการวิจัยของ ชลาชัย ดังชูพงศ์ (2546) ระบุว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ และมีความหลากหลาย

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยจะมีคุณค่าด้านความสามารถในการใช้งานตรงตามความต้องการของลูกค้า แต่ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ายังมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยในด้านความสามารถในการใช้งาน โดยคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ การที่ลูกค้ามีความคาดหวังให้เพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยที่ให้บริการ อาจเนื่องมาจากห้องสมุดมารวยมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น และการเพิ่มสิทธิให้กับสมาชิกในการยืมผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยได้จำนวนมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์บางรายการที่กำลังอยู่ในความสนใจไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิริกันยา พัฒนภูทอง (2546) และ สุรีย์ บุญงามมงคล และคนอื่น ๆ (2546) ที่พบว่าผู้ใช้บริการของห้องสมุดมีความต้องการให้ห้องสมุดจัดทรัพยากรสารสนเทศให้เพียงพอต่อการใช้งาน

นอกจากนี้ลูกค้าภายในมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยปรับปรุงความถูกต้องของระบบสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศอัตโนมัติของห้องสมุดมารวย เนื่องจากลูกค้าภายในพบข้อมูลที่ผิดพลาดในฐานข้อมูลบรรณานุกรมของห้องสมุดมารวย จึงคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยปรับปรุงและให้ความสำคัญกับฐานข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยได้สะดวกขึ้น ความคาดหวังของลูกค้าสอดคล้องกับแผนพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยที่ระบุว่าห้องสมุดมารวยได้วางแผนปรับปรุงฐานข้อมูลบรรณานุกรมของห้องสมุดมารวยให้มีความถูกต้อง ง่ายต่อการใช้งาน และสามารถค้นคืนได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรีย์ บุญงามมงคล และคนอื่น ๆ (2546) ที่พบว่าผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจเมื่อห้องสมุดที่มีระบบสืบค้นสารสนเทศมีความถูกต้อง

และลูกค้าภายในยังมีความคาดหวังเกี่ยวกับการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยในด้านการปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือ เนื่องจากลูกค้าภายในมีความคิดเห็นว่าการติดเลขเรียกหนังสือไว้ด้านหลังของทรัพยากรสารสนเทศทำให้ไม่สะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย จึงคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยปรับตำแหน่งการติดเลขเรียกหนังสือของห้องสมุดมารวยให้เป็นไปตามระบบสากลเช่นเดียวกับห้องสมุดอื่น แสดงให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยด้วยวิธีดังกล่าวไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และไม่สอดคล้องกับหลักวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารานเทศศาสตร์ ที่ระบุว่าการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศต้องคำนึงถึงความสะดวกในการหยิบใช้ และประสิทธิภาพในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศเป็นหลัก การจัดเก็บหนังสือจะเรียงตามเลขหมู่ตามระบบที่ห้องสมุดเลือกใช้ โดยตำแหน่งของเลขหมู่จะอยู่ที่สันหนังสือแต่ละเล่ม (จุฑารัตน์ สรวาณะวงศ์ 2543: 81)

2.3.2 ด้านบริการ ลูกค้าย่อมมีความคิดเห็นว่าการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวยมีความสะดวก และการบำรุงรักษาลูกค้าของห้องสมุดมารวยมีประโยชน์ตรงตามความต้องการ และมีความคาดหวังด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

การที่ลูกค้าภายนอกมีความคิดเห็นว่าได้รับความสะดวกจากการส่งมอบบริการของห้องสมุดมารวยในเรื่องของ วันและเวลาให้บริการ เนื่องจากห้องสมุดมารวยได้เปิดให้บริการทุกวันและขยายเวลาในการให้บริการในวันศุกร์และวันเสาร์ถึง 24.00 น. จึงทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการของห้องสมุดมารวยได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านวันและเวลา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนัชชา พุทธิธรรม (2545) สุรีย์ บุญงามกุล และคนอื่น ๆ (2546) เดชศักดิ์ สานติวิวัฒน์ และคนอื่น ๆ (2547) ที่พบว่า ช่วงเวลาเปิดบริการของห้องสมุดต้องเหมาะสมและสะดวกแก่ผู้ให้บริการมีผลต่อการเกิดความรู้สึกพอใจในการใช้บริการห้องสมุด

ด้านการบำรุงรักษาลูกค้าของห้องสมุดมารวย การที่ลูกค้าย่อมมีความคิดเห็นว่าการบริการเสริมที่ห้องสมุดมารวยจัดให้กับลูกค้ามีประโยชน์ตรงตามความต้องการ สามารถสร้างความสนใจให้มาใช้บริการ ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งานหรือใช้บริการ และทำให้ลูกค้าห้องสมุดเกิดความเชื่อถือห้องสมุดมารวยนั้น เนื่องจากห้องสมุดมารวยได้จัดบริการเสริมให้กับลูกค้าโดยส่งข้อมูล ข่าวสารของห้องสมุดมารวยถึงลูกค้าผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ บริการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศและบริการข่าวสารทันสมัย ซึ่งลูกค้าย่อมมีความคิดเห็นว่าการแจ้งเตือนกำหนดส่งคืนทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดมารวย ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในห้องสมุดมารวยยิ่งขึ้น ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ซาบลา (Zablah, 2005) ที่ว่าลูกค้าวัดคุณค่าแห่งความสัมพันธ์จากการบริการข่าวสารที่ลูกค้าได้รับ และสเตฟเฟส (Steffes, 2005) ที่พบว่า การสื่อสารด้วยวิธีส่งข้อมูลข่าวสาร เอกสารต่าง ๆ ถึงลูกค้าโดยตรง เป็นกลวิธีที่จะรักษาลูกค้าไว้กับองค์การ

ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ พบว่าลูกค้าย่อมมีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายในการสำเนาเอกสารในห้องสมุดมารวยมีราคาแพง และคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยพิจารณาลดค่าสำเนาเอกสารให้เท่ากับอัตราค่าสำเนาเอกสารของห้องสมุดมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพราะอัตราค่าสำเนาเอกสารของห้องสมุดมารวยมีอัตรา 1 บาทต่อหน้า ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราค่าสำเนาเอกสารของห้องสมุดมหาวิทยาลัยโดยทั่วไปที่คิดในอัตรา 50 สตางค์ต่อหน้า เนื่องจากอัตราค่าสำเนาเอกสารของห้องสมุดมารวยกำหนดขึ้นตามความคุ้มทุนของผู้ดำเนินการภายนอกที่มาให้บริการสำเนาเอกสารภายในห้องสมุดมารวย ซึ่งห้องสมุดมารวยมีปริมาณการให้บริการสำเนาเอกสารไม่มากเท่ากับห้องสมุดมหาวิทยาลัย โดยลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการสำเนาเอกสารเฉพาะสารสนเทศบางรายการที่ห้องสมุดมารวยไม่อนุญาตให้ยืมออก เช่น เอกสารบริษัทจดทะเบียน เอกสารสถาบัน

ต่างประเทศ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรีย์ บูหามงคล และคนอื่น ๆ (2546) ที่ระบุว่าในการจัดบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการห้องสมุด ควรพิจารณาความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เช่น ค่าสำเนาเอกสาร

2.3.3 ด้านพนักงาน ลูกค้านึกคิดเห็นว่าคุณค่าด้านพนักงานห้องสมุดมารวยเกี่ยวข้องกับการเกิดคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย และมีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และการดูแลเอาใจใส่

ลูกค้าภายมีความคิดเห็นตรงกันว่าคุณค่าด้านพนักงานของห้องสมุดมารวยเกี่ยวข้องกับการเกิดคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ มนัสสา จินต์จันทรวงศ์ (2543) ที่พบว่าคุณภาพของพนักงานเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดคุณภาพด้านบริการ และทฤษฎีการปฏิสัมพันธ์สามเส้า ที่ระบุว่า การปฏิสัมพันธ์ในงานบริการ ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการ สถาบันบริการ และผู้ให้บริการ ทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการจะมีบทบาทของตนตามที่สถาบันกำหนด ปฏิสัมพันธ์หรือการเผชิญหน้าระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการจะทำให้เกิดคุณภาพขึ้นในใจของผู้ใช้ ช่วงเวลาปฏิสัมพันธ์มักไม่ยาวนานนักและจะเป็นช่วงเวลาที่ใช้บริการจะประเมินบริการ และสร้างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่ตนได้รับ หรือเรียกว่า ช่วงจังหวะแห่งความเป็นจริง ช่วงจังหวะเช่นนี้สำคัญสำหรับการทำชื่อเสียงว่าสถาบันบริการสารสนเทศมีบริการเป็นเลิศหรือไม่ (ประภาวดี สืบสนธิ์ 2546: 99-100)

การพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวยให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เนื่องจากห้องสมุดมารวยยังขาดการพัฒนาพนักงานชั่วคราวและพบปัญหาอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการขาดความรู้ความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานห้องสมุดมารวย โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย ทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยเพิ่มคุณค่าด้านพนักงาน โดยการพัฒนาพนักงานของห้องสมุดมารวยให้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการให้บริการ รวมถึงมีความสามารถในการตอบคำถาม โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวย สอดคล้องกับการที่ห้องสมุดมารวยเน้นการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการบริการของห้องสมุดมารวย ทั้งในด้านความรู้ในวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ขั้นพื้นฐานในเนื้อหาวิชาตลาดเงินตลาดทุน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการสารสนเทศของห้องสมุดมารวย แสดงให้เห็นว่าห้องสมุดมารวยก็ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดคุณค่าด้านบริการกับการสร้างคุณค่าด้านพนักงานด้วยเช่นกัน และผลการวิจัยของ ธนัชชา พุทธธรรม (2545) สิริกันยา พัฒนภูทอง (2546) เฉลยศักดิ์ สานติวิวัฒน์ และคนอื่น ๆ (2547) ซึ่ง

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจด้านพนักงานให้กับผู้ใช้บริการห้องสมุด คือ พนักงานของห้องสมุดต้องมีความรู้ความสามารถและความชำนาญให้การให้บริการ มีการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ (พาชื่น ตีวานนท์ 2546) มีความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ (ศุภชัย อนุวัชพงศ์ และสุดาวดี ศรีสุตตา 2548) มีความสามารถในการแนะนำ และให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ชลาลัย ตั้งชูพงศ์ 2546)

ความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้บริการซึ่งเป็นพนักงานชั่วคราวของห้องสมุดมารวยที่ต้องการได้รับสิทธิในการฝึกอบรมและพัฒนาในหลักสูตรต่าง ๆ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรทางวิชาชีพบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เพราะเชื่อมั่นว่าการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาจะสามารถลดข้อจำกัดด้านความสามารถในการเรียนรู้ และความผิดพลาดในการให้บริการได้ สอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการที่ว่า การฝึกอบรมแก่พนักงานห้องสมุดอย่างจริงจังจะช่วยลดอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของห้องสมุด (Walters 1994: 4-5) ทำให้พนักงานบริการได้อย่างมีคุณภาพและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า (วิทยา คำนธำรงกุล 2547:182)

ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงานของห้องสมุดมารวย โดยต้องการให้พนักงานของห้องสมุดมารวยที่ปฏิบัติงานด้านบริการทำหน้าที่ให้บริการเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการทำงานอื่นควบคู่ไปกับการให้บริการเสมือนไม่แสดงถึงความเอาใจใส่และความเต็มใจในการให้บริการ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์บรรณารักษ์ห้องสมุดมารวยที่กล่าวถึง ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ ที่อาจส่งผลให้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าไม่ทั่วถึง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชลาลัย ตั้งชูพงศ์ (2546) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจด้านการบริการในระดับมาก ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการความเอาใจใส่ และผลการวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการห้องสมุดของ ธนัชชา พุทธธรรม (2545) พาชื่น ตีวานนท์ (2546) สุรีย์ บุญงามมงคล และคนอื่น ๆ (2546)

2.3.4 ด้านภาพลักษณ์ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าห้องสมุดมารวยมีภาพลักษณ์ทั่วไปที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นห้องสมุดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีภาพลักษณ์ของความแหล่งบริการสารสนเทศด้านตลาดทุนและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ครบถ้วน แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อการเกิดภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย และอาจเป็นเพราะห้องสมุดมารวยมีการสร้างจุดเด่นด้านภาพลักษณ์ ด้วยการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ และการบริการที่เน้นลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงลักษณะเด่น

ความแตกต่างด้านการให้บริการ และตราผลิตภัณฑ์ของห้องสมุดมารวยได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวยมีความสามารถในการสื่อสารภาพลักษณ์แก่ลูกค้า เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าทั้งภายในและภายนอกมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวยได้ชัดเจน สอดคล้องกับแนวทางการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ของ คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (2545) ซึ่งระบุว่า การปลูกฝังให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงลักษณะเด่นขององค์กร และตราผลิตภัณฑ์ จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นถึงความแตกต่างที่มีอยู่ได้อย่างชัดเจน

ด้านความคาดหวังของลูกค้าต่อภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวย พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังให้ห้องสมุดมารวยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้ประชาชนรับทราบอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและมาใช้ประโยชน์จากห้องสมุดมารวยมากขึ้น ความคาดหวังดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ห้องสมุดมารวยมีการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์ของห้องสมุดมารวยด้วยการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ห้องสมุดมารวยมีแผนพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์ด้วยการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมารวย ผ่านสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ และสถาบันการศึกษา แสดงให้เห็นว่าห้องสมุดมารวยมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการส่งเสริมคุณค่าด้านภาพลักษณ์ มีการพิจารณาเลือกช่องทางและสื่อในการสื่อสารการตลาดเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในหลายช่องทางเพื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และสอดคล้องกับการเลือกช่องทางและสื่อในการสื่อสารการตลาดที่นำมาประยุกต์ใช้ในงานบริการสารสนเทศด้วยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรมพิเศษ (บุษบา สุธีธร 2546: 79-83)

2.4 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้พัฒนาจากผลการวิจัยที่พบในด้านสภาพการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ความคิดเห็นและความคาดหวังของลูกค้าของห้องสมุดมารวย การปฏิสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการบริการและเอกสารการวิจัย โดยดำเนินการตามกรอบแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของ แมคเคนซี (McKenzie 2000: 78-81) ตั้งแต่การเรียนรู้และทำความเข้าใจลูกค้า การสนทนาและอภิปราย การกำหนดวิธีการอันเป็นที่ยอมรับ และขั้นตอนการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของ ไนแคมป์ (Nykamp, 2001: 39-48) ที่ให้ประเมินสถานการณ์ขององค์กรเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการ

ตามความคาดหวังของลูกค้า วางแผนกิจกรรมและงบประมาณที่ใช้ กำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินงานและการติดตามประเมินผล นอกจากนี้ยังได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งด้านบริหารเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการคุณภาพ และการบริหารจัดการสถาบันบริการสารสนเทศ และได้นำส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาจัดทำกรณีศึกษากิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผลการประเมินพบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก แสดงถึงความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และการบรรลุผลตามหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ว่าด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับองค์กรตลอดไป (คอตเลอร์ แบลโดย ฝ่ายวิชาการคู่แข่ง บิสสิเนส สตูด 2540: 48-49) จึงเป็นแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน และสามารถนำไปขยายผลในการจัดกิจกรรมรูปแบบอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลัก ให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัยที่พบและการอภิปรายผล มีประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอแนะเพื่อนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปใช้ในงาน ห้องสมุด ดังนี้

3.1.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารระดับสูงของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเทศไทย ควรกำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สร้างความตระหนักถึงความสำคัญและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

1) กำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างชัดเจน เพื่อเป็นกรอบให้แต่ละฝ่ายงานใช้กำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับทิศทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งในด้านแนวทางการให้บริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และวิธีดำเนินงาน โดยแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ควรกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับ ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ กิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ระยะเวลาในการเริ่มต้นและสิ้นสุดของกิจกรรมแต่ละกิจกรรม งบประมาณ ตัวชี้วัดการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล

2) สร้างความตระหนักถึงความสำคัญและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ แก่ทุกฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายงานในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงควรปลูกฝังให้พนักงานทุกคนเห็นความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และประโยชน์ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะได้รับจากการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์ รายการเสียงตามสาย อินทราเน็ต และส่งพนักงานไปฝึกอบรม แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหน่วยงานอื่น ๆ มีความเป็นผู้นำด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

3.1.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารห้องสมุดมารวย ควรกำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย สื่อสารอย่างทั่วถึง สนับสนุนความร่วมมือร่วมของพนักงานห้องสมุดมารวย และพัฒนาพนักงานทุกระดับ

1) กำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยไว้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับลักษณะงานของห้องสมุดมารวย เพื่อให้การดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยสนับสนุน และสอดคล้องกับภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งในด้านของแนวทางการให้บริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และวิธีดำเนินงาน

2) สื่อสารอย่างทั่วถึง ควรดำเนินการในสองลักษณะ คือ การสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงานของห้องสมุดมารวย เกี่ยวกับภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย เพื่อให้พนักงานห้องสมุดมารวยมีความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจน และสามารถทุ่มเทการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย การสื่อสารระหว่างพนักงานด้วยกัน เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ปัญหาอุปสรรค ที่พบในการให้บริการและการปฏิบัติงาน เพื่อการวางแผนพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย โดยผู้บริหารห้องสมุดมารวยอาจพิจารณาช่องทางการสื่อสารตามความเหมาะสม เช่น การสนทนา การประชุม การตีพิมพ์ประกาศ การส่งเอกสารเวียน การส่งสารสนเทศผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

3) สนับสนุนความร่วมมือร่วมของพนักงานห้องสมุดมารวย โดยให้พนักงานทุกคนของห้องสมุดมารวยมีส่วนร่วมในการกำหนดภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยร่วมกับผู้บริหารห้องสมุดมารวย ด้วยการรับฟังความคิดเห็น การร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับลักษณะงานของห้องสมุดมารวย

4) พัฒนาพนักงานทุกระดับ โดยการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนของ ห้างสมุดมารวยได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง รวมถึงให้ความสำคัญกับการประเมินและติดตามผลการพัฒนาทักษะของพนักงานเพื่อ วางแผน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาพนักงานห้างสมุดมารวยเป็นรายบุคคล ดังนี้

(1) หลักสูตรเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะพนักงานห้างสมุดมารวย

ก. หลักสูตรความรู้ทางวิชาชีพ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

ข. หลักสูตรเนื้อหาเฉพาะของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ ความรู้พื้นฐานด้านตลาดเงินตลาดทุน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของห้างสมุดมารวย ความรู้เกี่ยวกับงานในความรับผิดชอบ

ค. หลักสูตรความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ หลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ การบริการ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ ภาษาอังกฤษ และหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ

(2) วิธีการพัฒนาพนักงาน

ก. การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว เพื่อชี้แจงนโยบาย แนวทางการดำเนินงานและวิธีการปฏิบัติงานของห้างสมุดมารวยให้ พนักงานใหม่ได้รับรู้ เข้าใจ และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

ข. การฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานเกิดความเปลี่ยนแปลงในด้าน ความรู้ ความคิด ทักษะ และทักษะ ในรูปแบบของการบรรยาย การอภิปรายกลุ่ม การประชุมกลุ่ม การสาธิต กรณีศึกษา การแสดงบทบาทสมมติ การฝึกปฏิบัติ และเกมส์

ค. การสอนงาน เพื่อให้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงานจากหัวหน้าหรือ ผู้บังคับบัญชา สำหรับผู้ที่เริ่มต้นเข้ามาทำงาน หรือการให้คำแนะนำ ชี้แนะถึงข้อบกพร่อง จุดเด่นแก่ ผู้ได้บังคับบัญชาผู้ที่ผ่านมาการทำงานมาแล้ว เพื่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขในทันที นอกจากนี้ ผู้ได้บังคับบัญชาที่ได้รับคำแนะนำอย่างใกล้ชิดย่อมมีขวัญและกำลังใจที่ดี การฝึกอบรมในงาน กำหนดโปรแกรมการฝึกอบรมให้กับพนักงานที่จะฝึกงานแต่ละคนซึ่งระบุทักษะ/ความรู้ที่จำเป็น สำหรับการฝึกอบรมในงาน ระยะเวลา กำหนดพี่เลี้ยงหรือผู้ฝึกสอนให้กับพนักงานที่จะฝึกงานแต่ละคน จัดทำคู่มือเทคนิคการฝึกอบรมในงานและรายงานการฝึกงานเพื่อให้ผู้บังคับบัญชาสามารถใช้ประเมินและติดตามผลการพัฒนาในระยะต่อไป

ง. การศึกษาดูงาน ในองค์กรหรือหน่วยงานที่มีการดำเนินงานเป็นแบบอย่างที่ดี และประสบความสำเร็จในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

จ. การเรียนรู้ด้วยตนเอง จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น หลักสูตรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ หลักสูตรด้านการสื่อสาร หลักสูตรด้านภาษา รวมถึงการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งนับเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย และทันสมัย

(3) การประเมินและติดตามผลการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานห้องสมุดมารวย เพื่อประเมินการเรียนรู้ของพนักงานในด้านความรู้ ความคิด ทักษะ การเพิ่มพูนทักษะ รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามความต้องการของห้องสมุดมารวย ภายหลังจากการเข้ารับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะตามหลักสูตรและวิธีการต่าง ๆ ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือห้องสมุดมารวยจัดขึ้น

3.1.3 ข้อเสนอแนะต่อพนักงานห้องสมุดมารวย ควรศึกษาแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

1) ศึกษาแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อทำความเข้าใจถึงหลักการและแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และห้องสมุดมารวย

2) พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้วยการศึกษาค้นคว้าความรู้ และพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและห้องสมุดต้นสังกัด รวมถึงความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในความรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้เป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

3.1.4 ข้อเสนอแนะต่อห้องสมุดเฉพาะ และห้องสมุดอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการห้องสมุด สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน ภาพลักษณ์ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างคุณภาพและยกระดับมาตรฐานการบริการของห้องสมุด

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

3.2.1 ศึกษาการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ศึกษาประสิทธิภาพ ข้อจำกัด ปัญหาอุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน ของการสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย เพื่อการวางแผนทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย เนื่องจากการสื่อสารและการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมมีความสำคัญกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผล

3.2.2 ศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับห้องสมุดเฉพาะแห่งอื่น เช่น ห้องสมุดสถาบันการเงิน ห้องสมุดกฎหมาย ห้องสมุดโรงพยาบาล เพื่อให้เห็นแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดแต่ละประเภท

3.2.3 ศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับห้องสมุดประเภทอื่น เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ห้องสมุดโรงเรียน ห้องสมุดประชาชน เพื่อให้เห็นแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดแต่ละประเภท