

การประเมินผลกลยุทธ์ทางการตลาด “CLM Privilege Card ครองใจผู้ใช้ได้อย่างไร”
Evaluation of the Marketing Strategy “How CLM Privilege Card is more
value-added for Library User”

ปรีชา รัสมิ คิวนาถ นันทพิชัย
ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ e-mail: rpreecha@wu.ac.th

บทคัดย่อ

CLM Privilege Card (CPC) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ห้องสมุดที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสรุปผลการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการใช้บัตร CPC และเพื่อสำรวจความต้องการและความคิดเห็นของสมาชิกบัตร CPC โดยใช้การสัมภาษณ์และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 1) CPC เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างแรงจูงใจและส่งเสริมการใช้ห้องสมุดได้อย่างแท้จริง การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นการใช้บริการ สร้างความสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริการของห้องสมุด 2) ผลการสำรวจ พบว่าสมาชิกมีความประทับใจกับสิทธิประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นและรับรู้ในความเป็นคนพิเศษที่มีสิทธิประโยชน์เหนือกว่าผู้ใช้ทั่วไปและมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับดีมาก จึงสรุปได้ว่า CPC เป็นเครื่องมือการตลาดที่ส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเครื่องมือการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่สามารถรักษากลุ่มผู้ใช้บริการประจำให้คงอยู่และเพิ่มกลุ่มผู้ใช้บริการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ:

กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การตลาดของห้องสมุด

Abstract

The CLM Privilege Card (CPC) is a marketing strategy developed to meet the changing needs and behaviors of library users. This article is intended to summarize the performance of CPC and to analyze the needs and behavior of CPC members by interviews as well as by online questionnaire. The study found that 1) marketing strategies were applied to CPC for promoting library services. It can really promote the use of the library. All activities were organizing continuously encourage the relationships between members and library. This will stimulate access and create a positive attitude effectively. 2) The results of the interview showed that the users were impressed and perceived in special value by using CPC. Especially, they were very

satisfied with the benefits of CPC in high level. In Summary, CPC is a marketing tool that helps promote the use of library services effectively. It is more powerful CRM tool that also maintains the regular subscribers and adds new subscribers continuously.

Keyword:

Marketing Strategy, Customer Relationship Management, Library Marketing

บทนำ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) เป็นวิวัฒนาการของกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการพัฒนาของความสัมพันธ์ที่ดีและปรับปรุงคุณค่าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่ได้คัดสรรไว้ CRM จึงเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่สำคัญ เนื่องจากช่วยวางแผนทางการตลาดที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อสินค้าและบริการ องค์กรจึงสามารถนำ CRM มาเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กร โดยให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy) ส่งผลให้องค์กรได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่เที่ยงตรง อีกทั้ง ยังทำให้ลูกค้ามีทัศนคติอันดีต่อกันและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรตามมา

การบริหารห้องสมุดยุคใหม่จึงควรนำ CRM เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อที่จะช่วยรักษาลูกค้า โดยนำแนวคิดแผนการตลาด (Marketing Plan) มาประยุกต์ใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสมด้วยเช่นกัน เนื่องจากทั้งสองแนวคิดจะช่วยให้ห้องสมุดสามารถจัดบริการที่สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ทั้ง CRM และแผนการตลาดจะช่วยให้ห้องสมุดสามารถกำหนดแผนการดำเนินงานบนพื้นฐานของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างห้องสมุดกับผู้ใช้ได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังจะช่วยให้สามารถนำข้อมูลผู้ใช้ทั้งในส่วนของบุคคลและข้อเสนอแนะมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการปรับปรุงงานบริการในลำดับต่อไปด้วย ที่สำคัญ CRM กับแผนการตลาดที่เกิดขึ้นจะทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญที่มีคุณค่าต่อห้องสมุด ก่อให้เกิดความจงรักภักดีและความภูมิใจในการเป็นตัวแทนของการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ช่วยแนะนำกลุ่มผู้ใช้รายใหม่ให้เข้ามาใช้บริการห้องสมุดเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลที่ตามมาหลังจากที่ห้องสมุดสามารถปรับปรุงงานบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ส่วนใหญ่แล้ว ห้องสมุดก็จะมี “คุณค่าต่อการใช้บริการ” อย่างแท้จริง

ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาได้ดำเนินโครงการ CLM Privilege Card (CPC) อย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี (ปีงบประมาณ 2558 และ 2559) โดยจัดทำแผนการตลาดและพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ขึ้นอย่างชัดเจน มุ่งเน้นที่จะใช้ CPC เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการลูกค้าของห้องสมุด ในช่วงเวลาที่ผ่านมานงานบริการผู้ใช้ (User Services) ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานของบัตร CLM Privilege Card ไว้ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรทุกคนเข้าใจในบทบาท หน้าที่ และความจำเป็นของห้องสมุดในการใช้บัตร CLM Privilege Card ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร ในด้านแผนงานจะมุ่งเน้นกิจกรรมที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างห้องสมุดและผู้ใช้ที่เป็นสมาชิก เพื่อที่จะรักษากลุ่มผู้ใช้บริการเหล่านี้ไว้ให้นานที่สุด และพยายามเพิ่มจำนวนสมาชิกได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การประเมินกลยุทธ์การตลาดในบทความนี้ จึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน เพื่อที่จะได้รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมา พร้อมกับนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกผู้ใช้บริการมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในปรับปรุงและพัฒนาบริการห้องสมุดให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รุ่นใหม่ต่อไป ที่สำคัญจะทำให้ห้องสมุดสามารถสร้างคุณค่าได้อย่างแท้จริง บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อย่างสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต (Life style) ของผู้ใช้นั้นเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการดำเนินงานบัตร CLM Privilege Card ด้านกิจกรรม ปัญหาและอุปสรรค
2. เพื่อวิเคราะห์และสรุปความต้องการใช้บริการของสมาชิกบัตร CLM Privilege Card

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. กำหนดการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเข้าร่วมโครงการในช่วงของการเริ่มต้นดำเนินโครงการ จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการได้รู้จักโครงการและจัดกิจกรรมเล็กๆ น้อยๆ อย่างต่อเนื่องในโอกาสและวันสำคัญต่างๆ เพื่อเป็นการแนะนำโครงการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและส่งเสริมการสมัครเป็นสมาชิกเข้าร่วมโครงการโดยกำหนดจำนวนผู้สมัครเป็นรอบๆ ไป
2. จัดหาของที่ระลึกเพื่อสร้างแรงจูงใจในใช้บริการและการยืมหนังสือเพื่อการสะสมคะแนนและใช้แลกของที่ระลึกที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ



ภาพที่ 1 โปสเตอร์การสะสมคะแนนเพื่อแลกของที่ระลึก

3. การสำรวจเพื่อประเมินผลโครงการและสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ โดยกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลออกเป็นสองส่วน คือ การสัมภาษณ์รายบุคคลและแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ คือ
 - 1) ข้อมูลทั่วไป คือ ประเภทของบัตร ประเภทสมาชิก หน่วยงานสังกัดหรือสำนักวิชา พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ ห้องสมุดและการยืมหนังสือหลังสมัครเข้าร่วมโครงการ
 - 2) ความพึงพอใจของการดำเนินโครงการและสิทธิ์ประโยชน์ที่ได้รับ และ
 - 3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินโครงการของผู้เข้าร่วมโครงการ

ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการดำเนินงานตามแผนการตลาด (Marketing Plan) ในระยะเวลาที่ผ่านมาได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการสมัครสมาชิกและส่งเสริมคุณค่าของสมาชิก ดังนี้

1.1 เปิดรับสมัครสมาชิกใหม่ในงาน WU Book Fair 2016 ระหว่างวันที่ 8 - 15 มกราคม 2559 และให้สมาชิกลุ้นจับรางวัลพิเศษ (บัตรทอง) ในวันที่ 12 มกราคม 2559 ซึ่งเป็นวันจัดเสวนานักอ่านพบนักเขียน โดยกิจกรรมรางวัลพิเศษนี้ จะเป็นการช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมพบนักอ่านได้ด้วย



ภาพที่ 2 บรรยากาศการเปิดรับสมัคร งาน WU Book Fair ประจำปี 2559

1.2 จัดกิจกรรมสะสมแต้มและลุ้นรางวัลพิเศษ (บัตรทอง) ในงาน WU Book Fair ประจำปี 2559 โดยกำหนดให้สมาชิกที่มาเที่ยวชมและเลือกซื้อหนังสือในงาน WU Book Fair ประจำปี 2559 หากแสดงบัตร CLM Privilege Card จะรับคะแนนสะสมการเข้าร่วมกิจกรรมฟรีทันทีวันละ 10 คะแนน ตลอดงานได้ทุกวัน



ภาพที่ 3 กิจกรรม chink in สะสมคะแนนในงาน WU Book Fair ประจำปี 2559

1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านหนังสือคุณธรรมเนื่องโอกาสวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา : วันวิสาขบูชา ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นวันสำคัญของโลกและเพื่อสนับสนุนให้ผู้ใช้บริการได้อ่านหนังสือเกี่ยวกับธรรมะโดยไม่ระบุเฉพาะคำสอนของพระพุทธศาสนาเท่านั้น เพียงแต่มีการยืมและนำหนังสือไปอ่านเพื่อนำหลักคำสอนของศาสนาที่ตนนับถือไปปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ก็จะก่อให้เกิดความสำเร็จในด้านต่างๆ ของชีวิตและเป็นคนดีมีคุณธรรม เป็นบุคคลที่มีคุณภาพสามารถนำพาตนเอง ครอบครัว สังคมและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป



ภาพที่ 4 โปสเตอร์ส่งเสริมการอ่านหนังสือ เนื่องในวันสำคัญทางศาสนา

1.4 เนื่องในวันหยุดยาวช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประจำปี 2559 จึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการยืมหนังสือเพื่อนำกลับไปอ่านที่บ้านตามความต้องการ ทั้งนี้ กำหนดให้สมาชิกสามารถยืมหนังสือได้ไม่เกิน 100 เล่ม และยาวนานได้ไม่เกิน 1 เดือน ทั้งนี้ การยืมหนังสือในกรณีนี้จะไม่ได้รับคะแนนสะสมรายเล่มเหมือนปกติ



ภาพที่ 5 โปสเตอร์ส่งเสริมการอ่านหนังสือ เนื่องในวันสงกรานต์

1.5 กิจกรรมเปิดรับสมาชิกใหม่ เพื่อต้อนรับนักศึกษาใหม่ปีการศึกษา 2559 ในเดือนมิถุนายน 2559 ทั้งนี้ ได้กำหนดจำนวนการเปิดรับไม่เกิน 300 บัตร โดยให้สัดส่วนนักศึกษาใหม่จำนวน 200 บัตร และนักศึกษาเก่า ที่ต้องการสมัครสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการจำนวน 100 บัตรด้วย ทั้งนี้ จะให้คะแนนพิเศษสำหรับสมาชิกเก่าที่ช่วยแนะนำและอธิบายสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ด้วย (เพื่อนแนะนำเพื่อน)



ภาพที่ 6 กิจกรรมเปิดรับสมัครสมาชิกใหม่

1.6 เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมโลกโดยองค์การสหประชาชาติได้กำหนดให้ตรงกับวันที่ 5 มิถุนายน ของทุกปี และศูนย์บรรณสารและสื่อการภายใต้การดำเนินงานห้องสมุดสีเขียว (Green Library) จึงได้จัดกิจกรรมรณรงค์ การอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมในช่วงเวลาดังกล่าว โครงการ CLM Privilege Card จึงจัดกิจกรรมรณรงค์การลดขยะโดยการนำขวดพลาสติกมาแลกคะแนน ซึ่งสมาชิกให้ความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก

1.7 ในระหว่างวันที่ 9 -17 กันยายน 2559 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จัดกิจกรรม วลัยลักษณ์เกษตรแฟร์ 2559 โดยมีจัดการอบรมและเสวนาในระดับนานาชาติ การจัดแสดงนิทรรศการโดยหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัย ดังนั้น เพื่อส่งเสริมการเข้าร่วมชมนิทรรศการของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา โครงการฯ จึงจัดกิจกรรม Check in สะสมคะแนนให้กับสมาชิกตลอดทั้ง 9 วัน และเปิดรับสมัครสมาชิกใหม่อีกด้วย

1.8 กิจกรรมเนื่องในวันสงท่ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ โดยทางโครงการได้จัดหาของขวัญและมอบให้กับสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการโดยการจับฉลาก ทั้งนี้ สมาชิกจะต้องแสดงบัตรและลงชื่อเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม



ภาพที่ 7 กิจกรรมส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ 2560

1.9 กิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการแสดงความรักและสามัคคี เนื่องในวันวาเลนไทน์ ประจำปี 2560 รูปแบบกิจกรรมกำหนดให้สมาชิกเขียนความในใจถึงคนที่รักในกระดาษโน้ตแล้วนำไปติดที่บอร์ดแสดงออกซึ่งความรัก รวมทั้งจัดนิทรรศการส่งเสริมการอ่านหนังสือความรักในรูปแบบต่างๆ อีกด้วย “รักแล้วอ่าน อ่านแล้วรัก”

2. การประเมินผลบัตร CLM Privilege Card จากการทำเนิงานของงานบริการผู้ใช้ (User Services) ฝ่ายส่งเสริมการเรียนรู้และให้บริการการศึกษา ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา เป็นเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้ทราบว่าโครงการสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการยืมหนังสือและสร้างทัศนคติที่ดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อห้องสมุดได้เป็นอย่างดี โดยผู้ใช้รู้สึกว่าเป็นบุคคลพิเศษและมีคุณค่า เมื่อเข้ามาใช้บริการห้องสมุดจะมีความประทับใจในงานบริการและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับซึ่งเกิดจากการเข้าร่วมโครงการ จากการสัมภาษณ์สมาชิกจำนวน 50 คน (ในเดือนกันยายน 2560) เบื้องต้นพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการดำเนินโครงการและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงโครงการให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ซึ่งห้องสมุดจะนำไปพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการต่อไป (ตัวอย่างความคิดเห็น ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อบัตร CLM Privilege Card

ประเด็นข้อคิดเห็น	รายละเอียดความคิดเห็น
ข้อดีและประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนตัวคิดว่าเป็นโครงการที่ดี แต่ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละคน เพราะจุดประสงค์ในการมาห้องสมุดแตกต่างกัน ส่วนตนเป็นคนชอบอ่านหนังสืออยู่แล้ว ฉะนั้น จึงดีใจมากที่มีโครงการแบบนี้ - เป็นโครงการที่ทำให้มีความรู้สึกรักอยากเข้าห้องสมุดมากขึ้น เพราะได้สะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลและใช้หักลดค่าปรับหนังสือได้ด้วย - ปกติจะหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่หือ แต่มีโครงการนี้ จึงอยากให้มาห้องสมุดมากขึ้น - เป็นโครงการที่ตอบสนองความต้องการยืมหนังสือครั้งละมากๆ และยืมได้นานขึ้น - ปกติเป็นคนชอบอ่านหนังสือหลายแนว ทั้งหนังสือเรียน สารคดี นิยายและสุขภาพ แต่เดิมยืมได้แค่ 10 เล่ม จะต้องคอยมายืมและคืนหนังสืออยู่เรื่อยๆ พอมีโครงการนี้

ประเด็นข้อคิดเห็น	รายละเอียดความคิดเห็น
	<p>ทำให้ได้รับประโยชน์โดยตรงและแก้ปัญหาการยืม-คืนหนังสือบ่อยๆ ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นโครงการที่ดี สามารถเก็บและสะสมแต้มได้จากการเข้าใช้ห้องสมุด และนำแต้มไปใช้แลกของที่ระลึกและจ่ายค่าปรับแทนเงินสด - ช่วยส่งเสริมไม่ให้เกิดกอยากอยู่แต่ในห้องนอนหรือหอพักมากเกินไป - ทำให้นักศึกษามีความสนใจในกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์บรรณฯ มากขึ้น เป็นต้น
<p>ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงโครงการในอนาคต</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบการให้คะแนนการเข้าห้องสมุด เพราะบางคนเข้ามาเพื่อเก็บคะแนนแล้วออกไปนั่งร้านกาแฟ - ควรมีการแลกแต้มเป็นเงินสดหรือคูปองเพื่อนำไปใช้แลกซื้อสิ่งของหรือกาแฟในร้านค้าที่ร่วมรายการได้ - การสะสมแต้มจากการเข้าห้องสมุดควรมีวิธีการเก็บแต้มด้วยตนเอง โดยไม่ต้องไปหาเจ้าหน้าที่ที่เคาน์เตอร์ - ควรปรับปรุงวิธีการสะสมแต้มตอนเข้าและออกจากห้องสมุดได้ด้วยตนเอง - สามารถนำคะแนนไปแลกเป็นคะแนนจิตพิสัยกับอาจารย์ได้ - มีห้องพิเศษอ่านหนังสือให้กับคนที่เก็บคะแนนได้เยอะๆ - สามารถใช้บัตรเดียวกันกับบัตรนักศึกษาและใช้เข้าห้องสมุดได้ด้วยจะดีมาก - น่าจะเอาคะแนนไปใช้เก็บคะแนนพฤติกรรมหอพักหรือคะแนนความดีของส่วนกิจการนักศึกษาได้จะดีมาก - ใช้คะแนนที่สะสมไว้เพื่อชดเชยคะแนนพฤติกรรมที่ทำผิดวินัย เช่น ไม่สวมหมวกกันน็อคได้ เป็นต้น

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกบัตร CLM Privilege Card โดยการเปรียบเทียบสถิติการยืมหนังสือของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการกับนักศึกษาทั่วไป การดำเนินโครงการ CLM Privilege Card นอกจากจะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างห้องสมุดกับกลุ่มผู้ใช้แล้ว ยังสามารถส่งเสริมการอ่านและเข้าใช้บริการห้องสมุดให้เพิ่มมากขึ้นด้วย ผลจากการดำเนินโครงการสามารถเพิ่มสถิติการยืมหนังสือของสมาชิกได้อย่างแท้จริง เบื้องต้นได้เก็บข้อมูลสถิติการยืมหนังสือจากระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib โดยรวบรวมข้อมูลสถิติการยืมหนังสือของสมาชิกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา ที่ขึ้นต้นด้วยรหัสประจำตัว 53XXXXXX – 60XXXXXX จำนวนนักศึกษาทั้งหมด 18,821 คน แบ่งเป็นนักศึกษาทั่วไปที่ไม่ได้สมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน 17,842 คน และนักศึกษาสมัครเป็นสมาชิกบัตรจำนวน 979 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 16 ตุลาคม 2560) จากการเปรียบเทียบข้อมูลสถิติยืม ทำให้ทราบว่านักศึกษาทั่วไปที่ไม่ได้สมัครเข้าร่วมโครงการจะมีอัตราเฉลี่ยยืมหนังสือคนละ 2 เล่ม/คน/ปี ส่วนนักศึกษาที่สมัครเข้าร่วมโครงการฯ ประเภทสมาชิกบัตรเงิน จะยืมหนังสือเฉลี่ยเพิ่มขึ้น จำนวน 26 เล่ม/คน/ปี และประเภทสมาชิกบัตรทองมีสถิติการยืมหนังสือเฉลี่ยที่สูงขึ้นถึง 81 เล่ม/คน/ปี

หมายเหตุ ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2559 – 30 กันยายน 2560

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่าจำนวนการยืมและอัตราส่วนการยืมต่อคนของสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการฯ เพิ่มขึ้นจริง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโครงการ CLM Privilege Card สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านการยืมหนังสือในปริมาณที่มากขึ้นและขยายช่วงเวลาในการครอบครองยาวนานขึ้นของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้มีความ

ประทับใจและพึงพอใจในงานบริการของห้องสมุดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งส่งผลให้ทรัพยากรของห้องสมุดมีการใช้งานอย่างคุ้มค่ามากขึ้นด้วยเช่นกัน

โดยสรุปสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น แผนการตลาดของบัตร CLM Privilege Card การจัดกิจกรรมต่าง ๆ นั้นสามารถกระตุ้นการเข้าใช้บริการห้องสมุดและสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกิจกรรมการแลกของที่ระลึก การใช้คะแนนเพื่อปรับลดค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง และการสะสมคะแนนสำหรับผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ จะได้รับความสนใจและเกิดความประทับใจจากผู้ใช้เป็นอย่างดี และจะชักชวนเพื่อนๆ เพื่อสมัครเข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามมีบางกิจกรรมที่ใช้บัตร CLM Privilege Card เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการเข้าร่วม แต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้เท่าใดนัก เช่น กิจกรรมสะสมคะแนนจากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และอบรมฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ทางวิชาการนั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจและช่วงเวลาที่เหมาะสมสอดคล้องกับความสะดวกสมาชิก เช่น ช่วงเวลาที่ไม่ตรงกับการเรียนหรือกิจกรรมที่ตรงกับเนื้อหาในรายวิชาที่ลงเรียน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการดำเนินโครงการ CLM Privilege Card ระยะเวลา 2 ปี ที่ผ่านมาได้สร้างโอกาสอันดี ต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะระหว่างผู้ใช้บริการกับปฏิบัติงานในห้องสมุด ทำให้สามารถทราบข้อมูล ความต้องการ และความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อปรับปรุงงานบริการและนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการดำเนินงานบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง ซึ่งผลจากการประเมินบางส่วน ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาได้นำมาปรับปรุงพื้นที่และการบริการต่างๆ ดังนี้ 1) ปรับปรุงงานบริการทบทวนความรู้ด้วยวีดิทัศน์ ระบบบันทึกการเรียนย้อนหลัง (e-Lecture) 2) เพิ่มจำนวนบริการปลั๊กไฟต่อพ่วง 3) จัดมุมบริการปลั๊กไฟและสายเน็ตเวิร์คสำหรับ Notebook 4) เพิ่มพื้นที่นั่งอ่านตลอด 24 ชั่วโมงบริเวณด้านหน้าอาคารจำนวน 250 ที่นั่ง 5) เปลี่ยนระบบการจัดชั้นหนังสือออกเป็น 3 กลุ่ม (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ) โดยจัดเก็บหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่รวมกัน 6) การปรับปรุงระบบแสงสว่างด้วยหลอด LED ทั่วทั้งอาคาร 7) การจัดอบรมทักษะการสืบค้น OPAC สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1/2560 และ 8) การดำเนินนโยบายห้องสมุดสีเขียว (Green Library) เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและเอื้อต่อการเรียนรู้ตามอหยาตัย เป็นต้น รวมไปถึงแผนการดำเนินงานอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ปรับปรุงและเพิ่มจำนวนห้องค้นคว้าเฉพาะกลุ่ม ปรับปรุงห้องละหมาด ปรับปรุงพื้นที่จัดเก็บหนังสือเก่า (CLM Warehouse) ปรับปรุงห้องน้ำให้มีความทันสมัยและประหยัดพลังงานและการจัดหาชุดที่นั่งอ่าน (Furniture) ที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ในยุคปัจจุบัน เป็นต้น

การนำไปใช้ประโยชน์

ผลสรุปของการดำเนินโครงการ CLM Privilege Card บนพื้นฐานแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และแผนการตลาด (Marketing Plan) มาประยุกต์ใช้กับงานห้องสมุดนั้น จะช่วยให้ห้องสมุดมีทิศทางและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี จุดเปลี่ยนที่สำคัญ คือ การปรับเปลี่ยนแนวคิดของบุคลากรที่ให้บริการของห้องสมุด จากการดำเนินงานที่ผ่านมา บุคลากรได้ปรับเปลี่ยนความคิดด้านการให้บริการไปจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการเล็งเห็นถึงคุณค่าของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในงานบริการและให้ความสำคัญกับข้อมูลที่จะได้รับจากผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น อันเป็นจุดสำคัญ (Touch Point) ของการบริการที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง ซึ่งบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการห้องสมุดจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง อันจะนำไปสู่การปรับปรุงงานบริการห้องสมุดอย่างต่อเนื่องและตระหนักถึงการสร้าง “คุณค่าและมูลค่าเพิ่ม” ที่เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างแท้จริง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าบัตร CLM Privilege Card นั้น

ไม่ใช่เพียงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ครองใจผู้ใช้นั้น แต่ยังสร้างคุณค่าต่อการดำเนินงานของห้องสมุดได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อทัศนคติของผู้ใช้และบุคลากรของห้องสมุดเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะก่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อกันตามมา อันจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนางานบริการห้องสมุดที่มีประสิทธิภาพต่อไปนั่นเอง

รายการอ้างอิง

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2546). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2558). *การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2548). *กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : นิวไวด์เท็ก.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2551). *CRM เกมครองใจลูกค้า*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอล บุ๊คส์.
- อิมเบอร์ล, โรเบิร์ต. (2554). *การตลาดขั้นเทพ*. แปลจาก *Motivational Marketing*. แปลโดย ปฏิพล ตั้งจักรวรรดานนท์. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- แอนเดอร์สัน, คริสติน และ เคอร์, คารอล. (2546). *CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. แปลจาก *Customer Relationship Management*. แปลโดย มัลลิกา ต้นสอน และ สิทธิชัย ทรงอธิกมาส. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.