PULINET Journal

CLM Privilege Card : บัตรใจป้ำ เปลี่ยนพฤติกรรมเป็นทุน
Change Behavior to Pay Back with CLM Privilege Card

ปรีชา รัสมี ศิวนาถ นันทพิชัย
ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ e-mail: rpreecha@wu.ac.th

บทคัดย่อ

CLM Privilege Card เป็นบัตรสมาชิกห้องสมุดที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือการตลาดสำหรับส่งเสริมการใช้ห้องสมุด ซึ่งฝ่ายบริการ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้จัดทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อใช้เป็นมาตรการส่งเสริมการใช้ห้องสมุดภายใต้ยุทธศาสตร์การเรียนรู้เชิงรุกของมหาวิทยาลัย โดยดำเนินงานตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 ถึงปัจจุบัน ผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้ (1) สามารถออกแบบบัตรเงินและบัตรทองที่มีคุณลักษณะและมีสิทธิพิเศษแตกต่างกัน เอื้อต่อการกำหนดนโยบายหรือเปลี่ยนแปลงนโยบายที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้ได้อย่างสะดวก (2) สามารถพัฒนาโปรแกรมบัตรสมาชิก CLM Privilege Card ที่สามารถทำงานร่วมกับโปรแกรมยืมคืนของระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib (3) สามารถกำหนดเงื่อนไขการสะสมคะแนน โดยพิจารณาความสอดคล้องกับการใช้งานของผู้ใช้และความต้องการของห้องสมุดในการจัดบริการต่าง ๆ (4) สามารถประสานร้านค้ารายรอบมหาวิทยาลัยจำนวน 14 ร้าน ให้ร่วมมือเป็นพันธมิตรห้องสมุด เพื่อให้ผู้ใช้ได้สะสมคะแนนและแลกซื้อสินค้าในราคาประหยัด (5) สามารถสร้างงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรม โดยมีกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (6) สามารถเปิดรับสมัครสมาชิกได้จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ (7) ผลการสำรวจเบื้องต้น พบว่า ผู้ใช้มีความสนใจที่จะปรับพฤติกรรมการใช้บริการให้มีมูลค่าเป็นทุนสำหรับใช้แทนเงินสด โดยเฉพาะการสะสมแต้มในบัตรสมาชิก เพื่อประโยชน์ในการลดค่าปรับ การแลกซื้อสินค้าตามโปรแกรมต่าง ๆ ที่ห้องสมุดจัดขึ้น และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นจากการเป็นสมาชิกบัตร CLM Privilege Card ในอนาคต

คำสำคัญ:

บัตรสมาชิกห้องสมุด, การตลาดของห้องสมุด, การส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศ

Abstract

CLM Privilege Card (CPC) is library membership cards, which the Center of Library Resources and Educational Media, Walailak Universtiy (CLM@WU) has employed as library marketing tool. The CPC is one of the CLM's projects that belong to the active learning strategy at Walailak University, which have been operated since March

2015 to present. The resulted of this project are summarized as (1) CPC were classified into 2 types as silver and gold cards. Each card has differently the extra right to use the library resources and services. Furthermore, the CPC give a chance for CLM@WU to change or increase more service promotions depending on the user behavior in digital environment. (2) CPC application was developed for collecting data of the card usage, which was able to operate with the circulation module of WALAI AutoLib Library Automation System. (3) CLM@WU able to manage the point collection condition depending on the library need to promote the information services to the users. (4) 14 shops around the university are participating as the library alliances. (5) CLM has more activities on public relation and marketing continuously. (6) 200 members have applied for the CPC which accounting for 20% of the target group. (7) The primary survey is revealed this project is very useful for the users, who want to increase the behavior value by that connecting the points to money that can be used to pay for overdue fine, to buy the library souvenirs, or to get more benefits from library campaign in the future.

Keyword:

Library Membership Card, Library Marketing, Library Service Promotion

บทนำ

ปัจจุบันการสืบค้นและเข้าถึงสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุด สามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านเครือข่ายโดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา ส่งผลต่อพฤติกรรมสารสนเทศของบุคคล โดยผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบรรณารักษ์เหมือนในอดีต เป็นผลให้ปัจจุบันสถิติการเข้าใช้บริการห้องสมุดลดลง ห้องสมุดจึงต้องปรับเปลี่ยนการบริการของตนเองให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยมีการส่งเสริมการใช้บริการให้น่าสนใจ ที่สำคัญห้องสมุดหลายแห่งได้เริ่มนำแผนการตลาด (Marketing) มาประยุกต์ใช้กับงานห้องสมุด เพื่อช่วยให้สามารถจัดบริการที่เหมาะสมและรักษากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีคุณค่าไว้ได้ โดยเฉพาะการนำกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM หรือ Customer Relationship Management) มาใช้เป็นแนวทางสำหรับสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ใช้ เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ด้วยบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคนมากที่สุด

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์มีคุณลักษณะที่ดีต่อการบริการของห้องสมุดในหลายลักษณะ ในเบื้องต้นจะช่วยให้ห้องสมุดสามารถเพิ่มความสัมพันธ์อันดีให้กับผู้ใช้ ไม่เน้นการแสวงหาผู้ใช้ใหม่ ๆ แต่กลับเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้มากขึ้น (Customer Satisfaction) โดยการสร้างกระบวนการบริการและพัฒนาบริการตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลผู้ใช้ การจัดการเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารกับผู้ใช้ และการพัฒนาบริการเพื่อสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการอย่างต่อเนื่อง CRM จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งจะช่วยให้งานบริการ สามารถสร้างระบบงานและมาตรฐานการทำงานร่วมกัน เพื่อการบริการที่คำนึงถึงผู้ใช้เป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างเมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่

เหมาะสม ร่วมกับบุคลากรที่มีความเข้าใจ CRM อย่างชัดเจน ก็จะช่วยให้ห้องสมุดสามารถเพิ่มระดับการให้บริการแก่ผู้ใช้ เข้าใจในความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้ในทุกๆ ด้าน อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของ CRM ไม่ได้เน้นเพียงแค่การบริการผู้ใช้เท่านั้นแต่ยังรวมถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการและความต้องการของผู้ใช้ด้วย เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการบริการ เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้กลายเป็นลูกค้าที่ภักดีตลอดไป (Customer loyalty)

โครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card เป็นโครงการที่ฝ่ายบริการจัดทำขึ้น บนพื้นฐานของแนวคิดดังกล่าว โดยคาดหวังว่า CRM ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากและแพร่กระจายในธุรกิจต่าง ๆ มากมาย จะช่วยสร้างผู้ใช้ให้เป็นลูกค้าที่ภักดีกับห้องสมุดได้ ดังจะเห็นว่าปัจจุบันผู้ใช้แต่ละคนพกบัตรสมาชิกของห้างสรรพสินค้าชั้นนำพร้อมกับถือบัตรส่วนลดของภัตตาคาร และรายการสะสมไมล์การเดินทางต่าง ๆ ด้วย แต่ทว่าผู้ใช้นั้นยังไม่ได้มีความภักดีต่อเจ้าของบัตรผู้ให้บริการเสมอไป สิ่งที่ผู้ใช้ต้องการคือ ต้องการทางเลือกต่าง ๆ ที่ตนเองจะสามารถเปลี่ยนไปเข้าร่วมกับรายการส่งเสริมการขายหรือบริการได้อยู่ตลอดเวลา สิ่งที่ผู้ใช้มีคืออำนาจที่มีอยู่ในบัตรสมาชิก อันจะทำให้ห้องสมุดสามารถสร้างกลยุทธ์ที่มีความแตกต่าง โดดเด่น และให้คุณค่าเพิ่มที่เหนือกว่า โดยมีเครือข่ายพันธมิตรที่เอื้อประโยชน์ร่วมกัน (Win-Win Situation) ด้วยแนวคิดเช่นนี้จะทำให้ห้องสมุดสามารถจัดการความสัมพันธ์ที่ดีต่อกลุ่มผู้ใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริการห้องสมุดให้น่าสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บัตรสมาชิกห้องสมุด (CLM Privilege Card) จึงเป็นนวัตกรรมใหม่ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ที่นำมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารและบริหารความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ใช้บริการ ห้องสมุด และเครือข่ายร้านค้าที่ร่วมรายการ โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากพฤติกรรมการเข้าใช้บริการต่างๆ ของสมาชิก ให้เป็นคะแนนสะสมซึ่งสามารถนำมาเปลี่ยนเป็นเงิน ใช้เป็นส่วนลดค่าปรับหนังสือเกินกำหนดส่ง การแลกซื้อสินค้าหรือรับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ แลกซื้อของที่ระลึกในราคาถูก เป็นต้น อีกทั้งสามารถโอนสิทธิ์ดังกล่าวด้านการเงินให้แก่บุคคลอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกห้องสมุดได้ด้วยเช่นกัน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และสนับสนุนให้บุคคลรอบข้างเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามห้องสมุดเองก็จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการเข้าร่วมของสมาชิกที่ปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ โครงการฯ นี้จึงเป็นโครงการที่สามารถส่งเสริมการใช้บริการของห้องสมุดให้เกิดความคุ้มค่า และสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างห้องสมุดและผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการของห้องสมุดอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อส่งเสริมการเข้าใช้บริการต่างๆ ของศูนย์บรรณสารฯ ส่งเสริมให้บุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยได้อ่านหนังสือในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นตามความต้องการเฉพาะบุคคลและเกิดความคุ้มค่ากับการลงทุน
3. เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรและนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และการอบรมฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา
4. เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่ส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดและสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สามารถส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุดและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของศูนย์บรรณสารฯ ได้ดียิ่งขึ้น
5. เพื่อสร้างกิจกรรมที่สามารถกระตุ้นการเข้าใช้บริการห้องสมุดและเพิ่มความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการห้องสมุด ศูนย์บรรณสารฯ

6. เพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายและเพิ่มช่องทางการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนางานบริการให้มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. จากการศึกษาวัตถุประสงค์ แนวคิดและขั้นตอนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) สรุปได้ดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของ CRM ประกอบด้วย การเพิ่มยอดขายหรือการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง การสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริการ การทำให้ผู้ใช้เกิดความภักดีต่องานบริการ และแนะนำบริการต่อไปยังผู้อื่น การพูดต่อด้วยวาจาในทางบวกเกี่ยวกับงานบริการจนก่อเกิดลูกค้าชั้นดีที่จะทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้กับห้องสมุดต่อไป ตัวอย่างกิจกรรม CRM ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ด้วยรางวัล การจัดโปรแกรมสะสมแต้ม การเปิดรับสมาชิกร่วมกับกิจกรรมต่างๆ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้ด้วยประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจากประโยชน์หลักที่ลูกค้าได้รับจากบริการ หรือแม้กระทั่งการจัดโปรแกรมการให้ข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้

1.2 ขั้นตอนของ CRM ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ผู้ใช้ โดยจำแนกเป็นผู้ใช้ที่ต้องให้ความรู้เพื่อเป็นช่องทางในการนำส่งบริการ หรือกลุ่มผู้ใช้ปลายทางที่มีความต้องการใช้บริการสุดท้ายเท่านั้น (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแสวงหาข้อมูลทางการตลาดและจะต้องสร้างระบบข้อมูลการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ (3) การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เพื่อแบ่งประเภท/กลุ่มผู้ใช้เพื่อจัดโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้กลุ่มนั้นๆ มีความรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษและดูน่าสนใจมากกว่าที่จะจัดเหมือนกันหมด (4) การจัดทำแผนภาพตลาด เพื่อจัดลำดับความสำคัญของผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายว่าควรให้ความสำคัญกับผู้ใช้กลุ่มใดเป็นอันดับแรก ๆ (5) การนำแผนการตลาดไปปฏิบัติ อย่างไรก็ตามแนวโน้มความสำเร็จของ CRM ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการที่มีความไว้วางใจกันและผูกมัด ซึ่งกันและกันไว้ได้

1.3 แนวทางของ CRM โดยทั่วไปแล้ว CRM มุ่งเน้นการสร้างความประทับใจและความภักดีในตราสินค้า รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ใช้ อันจะทำให้ผู้ใช้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามหากพบว่าผู้ใช้เริ่มมีความไม่พอใจในบริการ จะต้องรีบแก้ไขปัญหาความไม่พอใจนั้น ๆ ทันที ดังนั้นห้องสมุดจึงต้องมีแนวทางที่จะรักษาผู้ใช้ให้อยู่กับเราตลอดไป เช่น การสร้างคุณค่าเพิ่มให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกว่า “เกินกว่าความพอใจ” มีการบริการก่อนและหลังการขายอย่างจริงใจ เต็มใจ และเป็นกันเอง การใช้ Call Center การใช้โปรแกรมการส่งเสริมการขายที่หวังผลระยะยาว การจัดตั้งทีม CRM ขึ้นมาดูแลงานนี้โดยเฉพาะ การให้ความเสมอภาคกับลูกค้าแต่ละราย การสำรวจสถานการณ์ทางการตลาดอยู่เสมอ การสร้างผู้ใช้ที่เป็นคนกลาง การทำการตลาดแบบเชิงรุก และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว เป็นต้น

2. เสนอโครงการเพื่อวางแผนการทำงานและขออนุมัติงบประมาณ รวมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานจากบุคคลเกี่ยวข้องเพื่อร่วมกำหนดรูปแบบกิจกรรมให้สามารถดำเนินงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

3. จัดประชุมคณะทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อระดมความคิดเห็นและหาข้อสรุปข้อกำหนดต่างๆ และติดตามความก้าวหน้าการทำงานด้านต่างๆ

4. การออกแบบบัตรสมาชิกห้องสมุด CLM Privilege Card ที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ประเภทของบัตร ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของสิทธิ (บัตรเงิน บัตรทอง) ประโยชน์ที่ได้รับอย่างชัดเจนได้เปรียบเทียบค่าดำเนินการของการผลิตบัตรโดยการจัดซื้ออุปกรณ์และดำเนินการเองกับการจัดจ้างผลิตบัตรสำเร็จรูปเพื่อการประหยัดต้นทุนการผลิต

ภาพที่ 1 บัตรเงิน – บัตรทอง

5. การกำหนดเงื่อนไขของการสะสมคะแนนโดยการสังเกตจากพฤติกรรมเข้าใช้บริการต่างๆ ภายในศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา เช่น การยืมหนังสือ การเข้าใช้บริการพื้นที่นั่งอ่าน การใช้ห้องค้นคว้ากลุ่มและการเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมต่างๆ ซึ่งนำมาเปลี่ยนให้เกิดเป็นมูลค่าใช้เป็นคะแนนสะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิพิเศษต่างๆ

ตารางที่ 1 เงื่อนไขการสะสมคะแนนเพื่อรับสิทธิประโยชน์

ลำดับ	รายการสะสมคะแนน	คะแนน	รายละเอียด
1	สมัครสมาชิกใหม่	250 คะแนน	สมัครสมาชิกใหม่รับคะแนนสะสม
2	การเข้าใช้บริการพื้นที่ต่างๆ ภายในศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา	5 คะแนน/วัน	แสดงบัตรกับเจ้าหน้าที่ ณ ประตูเข้า-ออกเพื่อสะสมคะแนน
3	การยืมหนังสือและวารสาร	5 คะแนน/วัน	การยืมหนังสือและวารสารกับเจ้าหน้าที่ ณ เคาน์เตอร์บริการ
4	การเข้าใช้บริการพื้นที่นั่งอ่านช่วงนอกเวลาทำการ ก่อนปิดห้องสมุด 30 นาที	10 คะแนน/วัน	ก่อนห้องสมุดปิดบริการประจำวัน 30 นาทีให้แสดงบัตรสมาชิกเพื่อสะสมแต้ม ณ เคาน์เตอร์ประตูทางออก
5	การเข้าร่วมกิจกรรม PULINET ที่จัดขึ้นโดยศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา	20 คะแนน/ครั้ง	ให้คะแนนตามรายชื่อแบบลงทะเบียน
6	การเข้าร่วมการอบรมฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดโดยศูนย์บรรณสารฯ	10 คะแนน/ครั้ง	ให้คะแนนตามรายชื่อแบบลงทะเบียน
7	การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา	10 คะแนน/ครั้ง	ให้คะแนนตามรายชื่อแบบลงทะเบียน
8	การช่วยงานจิตอาสาของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา	10 คะแนน/ครั้ง	ให้คะแนนตามใบลงเวลาปฏิบัติงาน
9	การซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ร่วมรายการ	5 คะแนน/รายการ/วัน	แสดงหลักฐานการใช้บริการจากร้านค้าในบัตรสะสมคะแนน ณ เคาน์เตอร์บริการ
10	การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ตามที่ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษากำหนด	ตามเงื่อนไข	ให้คะแนนตามเงื่อนไขแต่ละรายการ

6. การกำหนดสิทธิประโยชน์เพื่อมอบให้กับผู้เข้าร่วมโครงการโดยคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานบนความต้องการ เช่น สิทธิการยืมหนังสือในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น การได้รับการลดหย่อนค่าปรับเกินกำหนดส่ง การเข้าใช้บริการห้องค้นคว้าได้นานมากขึ้นและการแลกซื้อของที่ระลึกในราคาประหยัด เป็นต้น

ตารางที่ 2 สิทธิ์การยืมหนังสือเพิ่มขึ้น

รายการ	ระดับคะแนน ปริมาณหนังสือและกำหนดส่ง												
คะแนน	**250**	300	350	400	450	500	550	600	650	700	750	...	1100
หนังสือ (เล่ม)	**15**	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	...	100
กำหนดส่ง (วัน)	**30**	30	30	30	30	30	45	45	45	45	45	...	1 ภาค

หมายเหตุ สิทธิ์ปกติของนักศึกษาทั่วไปสามารถยืมหนังสือได้จำนวน 10 รายการ นาน 10 วัน

ตารางที่ 3 สิทธิประโยชน์ส่วนลดค่าปรับเกินกำหนดส่ง

รายการ	ระดับคะแนนและส่วนลดค่าปรับเกินกำหนดส่ง												
คะแนน	25	50	75	100	125	150	175	200	225	**250**	275	...	2500
ส่วนลด (บาท)	5	10	15	20	25	30	35	40	45	**50**	55	...	500

หมายเหตุ ค่าสมัคร 50 บาท มีค่าเท่ากับ 250 คะแนน และใช้เป็นส่วนลดค่าปรับเกินกำหนด 50 บาททันที

ตารางที่ 4 สิทธิประโยชน์การใช้บริการตู้ฝากสัมภาระ (Locker)

รายการ	ระดับคะแนนและจำนวนวัน					
คะแนน	250	500	700	1000	1500	2000
จำนวนวัน	3	7	14	30	60	90

หมายเหตุ สิทธิ์การใช้ตู้ฝากสัมภาระ (Locker) เดิมสามารถใช้บริการได้ครั้งไม่เกิน 1 วัน

ตารางที่ 5 สิทธิประโยชน์การใช้ห้องค้นคว้ากลุ่ม

รายการ	ระดับคะแนนและจำนวนชั่วโมง			
คะแนน	250	500	750	1000
จำนวนชั่วโมง	3	4	5	6

หมายเหตุ สิทธิ์การใช้ห้องค้นคว้ากลุ่มเดิมสามารถใช้บริการได้ครั้งละไม่เกิน 3 ชั่วโมง

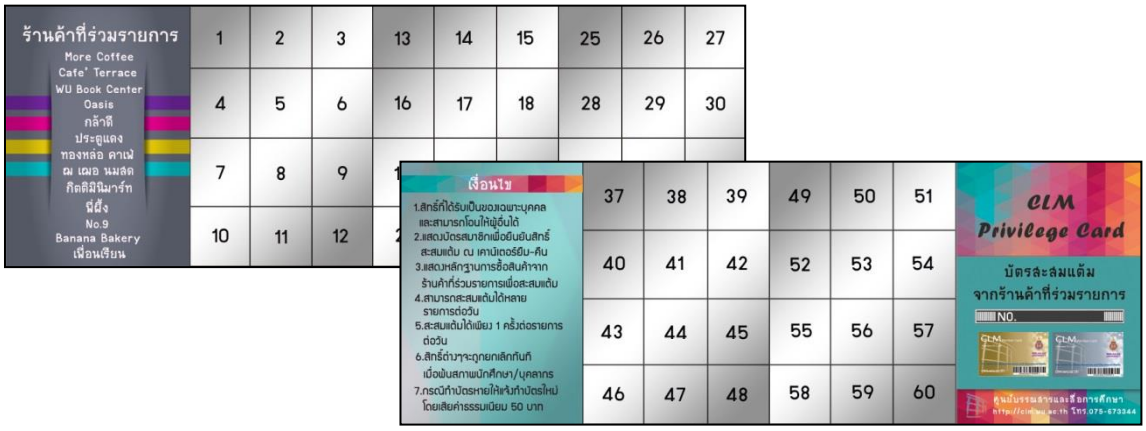
ภาพที่ 2 ตัวอย่างของที่ระลึกเพื่อใช้แลกคะแนนสะสม

7. การสร้างเครือข่ายกับร้านค้าทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสะสมคะแนน ซึ่งเป็นร้านค้าที่นักศึกษาและบุคลากรเข้าใช้บริการอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นการร่วมมือกันเพื่อคืนกำไรแก่ผู้บริโภค โดยบางร้านค้าตอบรับด้วยการจัดทำบัตรกำนัล (Gift Voucher) สำหรับแลกซื้อสินค้าภายในร้านในราคาประหยัดและการร่วมจัดทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้กับผู้ร่วมโครงการ เป็นต้น การจัดทำบัตรสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการร้านค้าโดยทุกครั้งที่ซื้อสินค้า ร้านค้าจะประทับตรายางประจำร้านในบัตรสะสมคะแนนและให้ผู้เข้าร่วมโครงการนำหลักฐานการ

ใช้บริการดังกล่าวมาขึ้นคะแนนกับเจ้าหน้าที่ ณ เคาน์เตอร์บริการยืม-คืน รวมถึงการจัดทำป้ายร้านค้าที่เข้าร่วมรายการเพื่อจัดวางตามร้านค้าต่างๆ เพื่อแจ้งผู้ใช้บริการทราบอีกด้วย

ตารางที่ 6 ร้านค้าเข้าร่วมกิจกรรมสะสมคะแนน

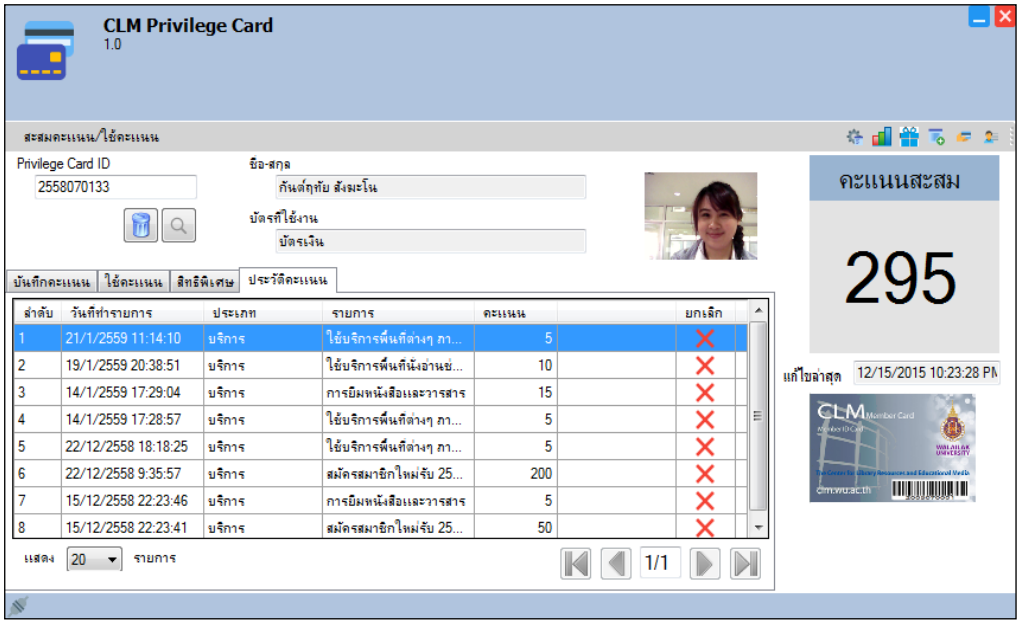
ลำดับ	ชื่อร้านค้า	ประเภท	สถานที่ตั้ง
1	More Coffee	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา
2	Café Terrace	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา
3	ณ. เฌอ นมสด	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	ศูนย์เครื่องมือวิทย์ฯ (B8)
4	Oasis สาขา 1	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	อาคารวิจัย
5	Oasis สาขา 2	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	อาคารเรียนรวม 5
6	ทองหล่อ คาเฟ่	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	อาคารนวัตกรรมฯ
7	ประตูแดง	ร้านเครื่องดื่มและอาหารว่าง	อาคารวิชาการ 6
8	กล้าดี	เครื่องดื่มอาหารว่างและผลิตภัณฑ์เกษตร	แปลงสาธิตเกษตรพอเพียงฯ
9	ศูนย์หนังสือฯ	ร้านหนังสือและอุปกรณ์เครื่องเขียน	อาคารเรียนรวม 5
10	กิตติ มินิมาร์ท	ร้านของชำ	ศูนย์อาหารกลางคืน
11	พี่ผึ้ง	ร้านGiftshop และของที่ระลึก	หน้ามหาวิทยาลัย
12	No. 9	ร้านGiftshop และของที่ระลึก	หน้ามหาวิทยาลัย
13	เพื่อนเรียน	ร้านอุปกรณ์เครื่องเขียน	หน้ามหาวิทยาลัย
14	Banana Bakery	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	หน้ามหาวิทยาลัย



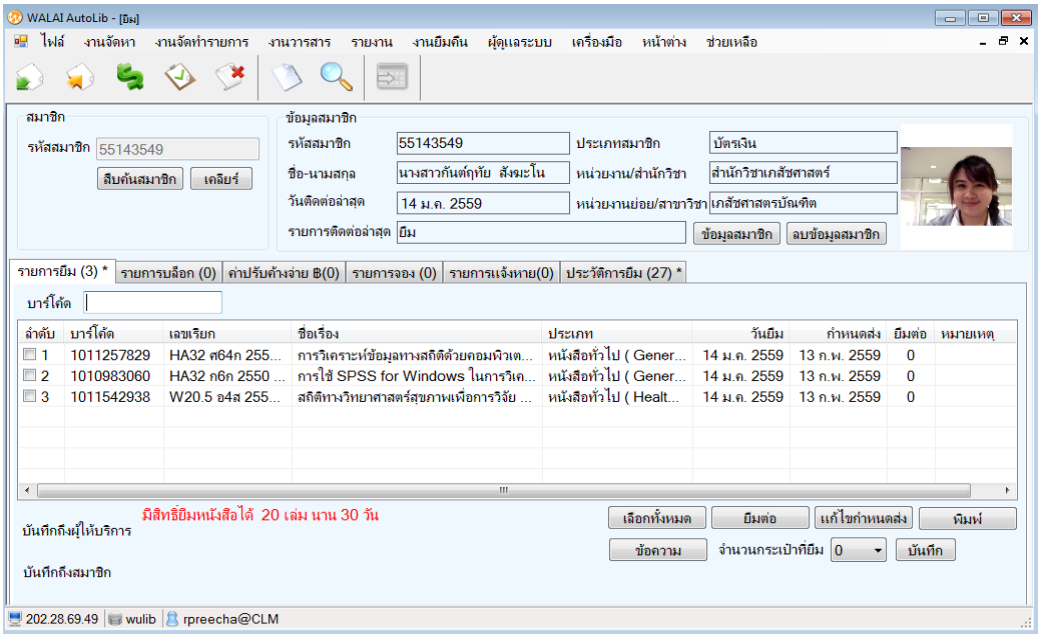
ภาพที่ 3 บัตรสะสมคะแนนจากร้านค้าที่ร่วมโครงการ

ภาพที่ 4 ตรายางร้านค้าและป้ายติดตั้งร้านค้าที่ร่วมโครงการ

8. การพัฒนาโปรแกรมบัตรสมาชิก CLM Privilege Card ได้ประสานผู้เชี่ยวชาญจากโครงการพัฒนาระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib ซึ่งเป็นระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาใช้งานอยู่แล้ว ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้ทั้งสองโปรแกรมสามารถใช้งานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้มีการร่วมประชุมเพื่อให้ข้อมูลความต้องการใช้งานระบบและพัฒนาโปรแกรมอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 5 หน้าจอสมาชิกโปรแกรมบัตรสมาชิก CLM Privilege Card



ภาพที่ 6 หน้าจอสมาชิกระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib

9. การประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา การจัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์เพื่อติดตั้งประชาสัมพันธ์ ณ อาคารต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ (Facebook) เป็นต้น

ภาพที่ 7 การประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ

10. การทดสอบและปรับปรุงระบบก่อนการเปิดบริการ เมื่อระบบสามารถพัฒนาได้ประมาณ 70 เปอร์เซนต์ได้มีการทดสอบการทำงานของระบบโดยให้คณะทำงานสมัครเป็นสมาชิกและเริ่มสะสมแต้มจากรายการต่างๆ เป็นเวลา 2 สัปดาห์ ซึ่งทำให้ทราบถึงกระบวนการทำงานของระบบและการให้บริการได้ดียิ่งขึ้น

11. การเปิดรับสมัครสมาชิกอย่างเป็นทางการและประเมินผลการดำเนินโครงการเบื้องต้น เมื่อการเตรียมการด้านต่างๆ เป็นไปตามแผนกำหนดที่วางไว้ จึงเปิดรับสมัครและดำเนินโครงการ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ใช้บริการเป็นที่น่าพอใจ พร้อมกับมีการประเมินผลการรับรู้ที่มีต่อโครงการฯ ในเบื้องต้นด้วย

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การดำเนินโครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card เบื้องต้นได้รับความสนใจเป็นอย่างมากโดยเฉพาะผู้ที่มาใช้บริการห้องสมุดเป็นประจำอยู่แล้วเพราะได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นจากสิทธิ์เดิมที่มีอยู่โดยการเข้าใช้บริการฐานต่างๆของห้องสมุดและร้านค้าที่ร่วมรายการซึ่งสามารถเปลี่ยนเป็นคะแนนสะสมอันจะนำมาซึ่งสิทธิพิเศษเพิ่มเติมต่างๆที่จะได้รับทั้งของห้องสมุดและร้านค้าที่ร่วมรายการด้วยเช่นกันทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและสนุกสนานในการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับสิทธิพิเศษและของที่ระลึกที่จะได้รับแต่เนื่องจากโครงการเพิ่งเริ่มดำเนินการอย่างเต็มรูปแบบเพียง 2 เดือน (ธันวาคม 2558 – มกราคม 2559) จึงยังไม่สามารถรวบรวมสถิติการเข้าใช้บริการและการยืมทรัพยากรสารสนเทศที่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งจำเป็นต้องนำปัจจัยหรือองค์ประกอบอื่นๆ มาร่วมพิจารณาและใช้เวลาการดำเนินการอีกระยะหนึ่งจึงจะสามารถประเมินผลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การพิจารณาเรื่องความคุ้มค่าในการลงทุนด้านงบประมาณโดยเฉพาะค่าจ้างการพัฒนาโปรแกรมและการผลิตบัตรจะมีกำไรคงเหลือซึ่งได้มาจากค่าสมัครของสมาชิกซึ่งสามารถนำมาเลือกซื้อของที่ระลึกแล้วนำกลับมาใช้ในการดำเนินโครงการได้อีกด้วย จึงจัดได้ว่าเป็นโครงการที่มีความคุ้มทุนและสามารถเลี้ยงตนเองให้ดำเนินการต่อไปได้ ทั้งนี้ คณะทำงานมีนโยบายในการจัดหางบประมาณสนับสนุนจากภายนอก (Sponsor) เพื่อร่วมจัดทำของที่ระลึกสำหรับสมาชิกซึ่งจะทำให้โครงการเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นด้วย

โปรแกรมบัตรสมาชิก CLM Privilege Card เพิ่งได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่จึงยังไม่สามารถทำงานร่วมกับระบบงานยืม-คืน ทรัพยากร (Circulation Module) ของระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib ที่มีอยู่เดิมได้มากนัก โดยเฉพาะในส่วนของการจัดการค่าปรับเกินกำหนดส่งและการเพิ่มสิทธิ์การยืมจำนวนหนังสือที่เพิ่มขึ้น ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นจะต้องปรับปรุงข้อมูลระหว่างสองระบบด้วยตนเอง ทั้งนี้ โปรแกรมบัตรสมาชิก CLM Privilege Card จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานของระบบยืม-คืน ดังกล่าว โดยในอนาคตคาดว่าทั้งสองระบบจะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นจนสามารถสร้างความสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานและความพอใจของผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

จากการดำเนินโครงการในระยะเริ่มต้นได้จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 30 คน ผลการสำรวจพบว่าผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจและเห็นด้วยกับการดำเนินโครงการ รวมทั้งมีข้อเสนอแนะที่หลากหลาย ซึ่งห้องสมุดจำเป็นจะต้องนำมาพัฒนาโครงการและรูปแบบกิจกรรม การเพิ่มสิทธิพิเศษตามความต้องการของผู้ใช้บริการในขอบเขตที่สามารถกระทำได้ในส่วนที่เกี่ยวกับห้องสมุด ซึ่งถือเป็นการพัฒนางานบริการ ที่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงและสามารถพัฒนางานบริการในภาพรวมได้ดียิ่งขึ้นด้วย โดยการใช้ช่องทางการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับผู้ใช้บริการและศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการผ่านโครงการดังกล่าว

ตารางที่ 7 สรุปความคิดเห็นเบื้องต้นต่อการดำเนินงาน โครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card

ประเด็น	รายละเอียดของความคิดเห็น
ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการฯ	- ก่อนที่จะสมัครเป็นสมาชิกก็เข้าห้องสมุดเป็นประจำอยู่แล้ว แต่หลังจากเป็นสมาชิกก็ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มขึ้นจากที่มีอยู่และอยากให้พนักงาน/นักศึกษา สมัครสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ - เป็นโครงการที่ดี เพราะทำให้ชักจูงให้ผู้ใช้เข้าใช้ห้องสมุดมากขึ้น สามารถยืมได้มากและนานขึ้น - คิดว่าการสมัครบัตรฯ นี้เป็นการเพิ่มจำนวนการยืมให้มากขึ้น เพราะเป็นคนชอบอ่านหนังสืออยู่แล้ว ในอนาคตอยากให้บัตรฯ มีกิจกรรมสนุกให้ร่วมทำมากขึ้นและโปรฯ ใหม่ ๆ บ่อยขึ้น - ไม่ได้คาดหวังไว้ แต่อยากให้มีโปรฯ เพิ่มขึ้นบ่อย ๆ - ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวาง + มากกว่านี้ - อยากให้ห้องสมุดมีหนังสือให้บริการมากกว่าเดิม และมีหลาย copy และมีสิทธิพิเศษให้มากกว่าผู้ไม่มีบัตร เช่น มีการจับฉลากให้สมาชิกทุกปี และจัดลำดับผู้ใช้บัตรสถิติมากที่สุดเป็นรางวัลหนังสือดี - อยากให้สามารถใช้สิทธิและติดต่อสอบถามได้จนหมดเวลาบริการ - เป็นบัตรที่ดี สิทธิประโยชน์มาก + กระตุ้นการมาศูนย์บรรณฯ + ส่งเสริมการอ่าน - เป็นโครงการที่ เพราะปกติเข้าใช้บริการประจำอยู่แล้ว แถมยังได้คะแนนเป็นผลพลอยได้ เป็นต้น
ข้อดีของโครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card โดยภาพรวม	- บัตรฯ ทำให้สมาชิกทุกคนได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม ทำให้สมาชิกมีความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปใช้บริการห้องสมุด มวล. มากขึ้น - เพื่อสามารถยืมจำนวนเล่มเพิ่มขึ้นได้ เพราะเวลาที่ต้องหาข้อมูลต้องใช้หนังสือหลายเล่ม ประกอบอาจจะไม่พอ ชอบตรงที่มีสะสมแต้ม ในอนาคตอยากให้ห้องสมุดมีหนังสือมากขึ้นกว่าเดิม - สะดวก พกพาง่าย มีสิทธิพิเศษมากมาย ทำให้สะดวกในการดำรงชีวิตนักศึกษา - ยืมหนังสือได้มากขึ้น สนุกดีได้สะสมแต้ม ได้ขนมฟรี - สามารถยืมหนังสือได้นานขึ้น มีความสะดวกในการใช้บริการเพิ่มขึ้น เช่น การใช้ล็อคเกอร์ ได้ไม่ต้องยืมคืนหนังสือบ่อย - มีโปรฯ ให้กินขนมฟรี --ชอบมาก ควรจัดให้มีโปรฯ ขนมบ่อย ๆ ชอบตรงได้รับส่วนลดของอาหารและขนม เป็นต้น
ประโยชน์และความประทับใจเมื่อสมัครเป็นสมาชิกฯ	- หลังจากได้เป็นสมาชิกบัตรฯ ก็ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษในการขยายเวลาการยืมคืนเพิ่มมากขึ้นและในแต่ละครั้งที่เข้าใช้บริการห้องสมุดก็สามารถสะสมแต้มไว้เพื่อรับของสมนาคุณ เล็ก ๆ น้อย ๆ จากห้องสมุดอีกอย่างและจากการเป็นสมาชิกทำให้มีความประทับใจผู้ให้บริการทุกคนที่อยู่ประจำจุดให้บริการเพราะแต่ละคนบริการด้วยรอยยิ้ม - ประทับใจที่สามารถใช้กับร้านค้าในมหาวิทยาลัยได้ด้วย, บัตรสวยมาก น่าใช้ - ประทับใจมาก จากที่ยืมหนังสือได้ 10 เล่ม สามารถยืมได้มากขึ้นจนถึง 100 เล่ม - ยืมหนังสือได้นานและมากขึ้น ได้สนิทกับผู้ให้บริการมากขึ้น ได้รับสิทธิพิเศษที่ถูกใจ - ยืมหนังสือได้มากขึ้นชอบมาก เพราะชอบเก็บไว้อ่านนาน ๆ - ได้สะสมแต้ม เป็นผลพลอยได้ สะสมแต้มสนุกดี เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วเนื่องจากโครงการฯ เพิ่งเริ่มดำเนินการเต็มรูปแบบในระยะเวลาเพียง 2 เดือน (ธันวาคม 2558 – มกราคม 2559) ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการวางแผนงานดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการ เบื้องต้นได้วางแผนการพัฒนาและดำเนินงานในระยะ 2 ปี ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาโปรแกรมระบบบัตรสมาชิก เนื่องจากเป็นระบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ จึงจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงระบบให้สามารถทำงานร่วมกับระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai AutoLib ที่ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษาใช้งานอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ด้านการให้สิทธิพิเศษ เพื่อให้โครงการเป็นที่น่าสนใจและตอบสนองความต้องการพื้นฐาน จึงจำเป็นต้องมีการรวมรวบข้อมูลความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการสะสมแต้มเพื่อเปลี่ยนเป็นมูลค่าและใช้แทนเงินสดในกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุด เช่น การให้วงเงินสามารถจัดซื้อหนังสือที่ต้องการเพื่อเข้าห้องสมุด การใช้คะแนนสะสมเพื่อแลกของที่ระลึก เป็นต้น

3. ด้านรูปแบบบัตรสมาชิกเพื่อให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าและครอบคลุมหลายระบบงานของห้องสมุด การเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรสมาชิกที่สามารถใช้งานได้หลายอย่าง เช่น การเข้าผ่านประตูอัตโนมัติของห้องสมุด ใช้เพื่อการยืมหนังสือผ่านเครื่องยืม-คืนอัตโนมัติและใช้เป็นบัตรเครดิตในการถ่ายเอกสารและกิจการต่างๆ ของห้องสมุด เป็นต้น

4. ด้านเครือข่ายร้านค้า เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นที่น่าสนใจและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้บริการ จึงจำเป็นต้องขยายเครือข่ายร้านค้าเพิ่มเติมร่วมถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนการตลาดที่สามารถดูแลและรักษาลูกค้าประจำ (ผู้ใช้บริการ) และเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ให้เข้ามาใช้บริการต่างๆ ของห้องสมุดเพื่อให้เกิดคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการห้องสมุดด้วยเช่นกัน

การนำไปใช้ประโยชน์

สรุปประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาและการนำ CRM มาใช้กับห้องสมุด จุดสำคัญ คือ แนวความคิดทางการตลาดได้ปรับเปลี่ยนความคิดของผู้ให้บริการได้แล้ว จากการส่งเสริมการใช้ไปสู่แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้ CRM จึงเป็นงานระดับบริหารไม่ใช่วิธีทางการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หากแต่เป็นการสร้างแนวความคิด ทัศนคติและค่านิยมให้เกิดขึ้นในใจลูกค้า หากมองในระยะยาวแล้ว CRM สามารถช่วยพัฒนางานบริการของห้องสมุดได้มากมาย พอสรุปได้ดังนี้

1. ทัศนคติที่ดีต่อห้องสมุดอาจไม่ได้หวังสร้างผลกำไร แต่สร้างความภักดีต่อห้องสมุดเพิ่มขึ้น เนื่องจากมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้เป็นสำคัญ ทำให้สามารถครองใจผู้ใช้ได้มากขึ้น ทำให้รักษากลุ่มผู้ใช้บริการปัจจุบันและจูงใจให้มีผู้ใช้บริการใหม่ได้ในอนาคต ด้วยข้อดีของบริการที่เสนอสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า ขณะเดียวกันผู้ใช้บริการก็ได้มีส่วนร่วมที่จะเสนอแนะบริการใหม่โดยบรรณารักษ์ก็รับฟังความคิดเห็นของลูกค้ามากขึ้นด้วยโดยไม่รู้ตัว

2. การนำ CRM มาใช้กับงานห้องสมุดสามารถช่วยพัฒนางานบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดย CRM จะทำให้บุคลากรหันมาสื่อสารกับผู้ใช้อย่างมีทิศทางมากขึ้น บรรณารักษ์ได้เรียนรู้พฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้มากขึ้น เข้าใจและรู้ถึงความต้องการอันแท้จริงทั้งของผู้ใช้ หุ้นส่วนและพันธมิตรทางการค้า

ทั้งนี้ การดำเนินโครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card เบื้องต้นได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้ทุกประการ ซึ่งบางข้อจำเป็นต้องใช้เวลาในการดำเนินการมากขึ้นเพื่อให้บรรลุผลอย่างชัดเจน จึงขอสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 สรุปผลสำเร็จและการนำไปใช้ประโยชน์ของโครงการบัตรสมาชิก CLM Privilege Card

ลำดับ	ผลสำเร็จโครงการ	การนำไปใช้ประโยชน์
1	สามารถพัฒนาระบบงานที่ช่วยสนับสนุนงานบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	ห้องสมุดจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงสถานที่ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการยุคปัจจุบัน ซึ่งจะสามารถช่วยส่งเสริมการอ่านและการเข้าใช้บริการต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น
2	เพิ่มสิทธิ์พิเศษในการยืมหนังสือในปริมาณมากขึ้นตามความต้องการเฉพาะส่วนบุคคล	สามารถเพิ่มสิทธิ์การยืมหนังสือในปริมาณที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการเฉพาะบุคคลได้ โดยไม่ขัดกับระเบียบข้อบังคับของห้องสมุดที่มีอยู่/ เดิม
3	สร้างเครือข่ายการให้บริการผู้ใช้บริการห้องสมุด	การสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับกลุ่มร้านค้า จะสามารถช่วยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงงานบริการในเชิงการตลาดที่สามารถดูแลและรักษากลุ่มผู้ใช้บริการเก่าและเพิ่มกลุ่มผู้ใช้บริการใหม่ได้ เช่น การเพิ่มที่นั่งอ่านบริเวณร้านเสมือนหนึ่งเป็นพันธมิตรกับห้องสมุด และหลักการจัดวางหนังสือให้สะดุดตา น่าหยิบอ่าน เป็นต้น
4	เพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้ใช้บริการและสามารถสร้างกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	สามารถเพิ่มช่องทางสื่อสาร การรับรู้ข่าวสารของห้องสมุดและการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น โดยผู้ใช้บริการรู้สึกว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษและสามารถแนะนำบริการต่างๆ ตามความต้องการของตนได้ เช่น การแนะนำหนังสือใหม่และการเพิ่มบริการต่างๆ เป็นต้น
5	สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการห้องสมุดให้มีมูลค่าและใช้แทนเงินสดในกิจกรรมของห้องสมุด	การเห็นคุณค่าการเข้าใช้บริการและให้ความสำคัญกับลูกค้าจะสามารถสร้างความประทับใจและแรงจูงใจในการใช้บริการครั้งต่อไปได้ดี
6	ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกและมีความพึงพอใจในงานบริการเพิ่มมากขึ้น	ห้องสมุดมีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้บริการได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มขึ้นจากปกติจะสามารถสร้างความประทับใจมากยิ่งขึ้นด้วย

รายการอ้างอิง

ชลิต ลิมปนะเวช. (2545). *Cutting Edge CRM*. กรุงเทพฯ : ทิปปิ้ง พอยท์.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549*). การตลาดบริการ.* พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ฟินช์, ลอยด์ ซี. (2547). *20 วิธีพัฒนาการบริการเหนือชั้น.* [Twenty ways to improve customer service.] (ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์ และ ธนิกานต์ มาฆะศิรานนท์. กรุงเทพฯ : เอ็กซเปอร์เน็ท, ผู้แปล)

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). *คุณภาพในงานบริการ.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).

วุฒิพงศ์ ถายะพิงค์. (2546). *สื่อสารอย่างไรให้ครองใจลูกค้า.* กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

แอนเดอร์สัน, คริสติน และ เคอร์, คารอล. (2546). *CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์.* [Customer Relationship Management.] .(มัลลิกา ต้นสอน และ สิทธิชัย ทรงอธิกมาส. กรุงเทพฯ : เอ็กซเปอร์เน็ท, ผู้แปล)