

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับงานบริการ ห้องสมุดของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	
ผู้เขียน	นางสาวรัชฎาภรณ์ มูลมาก	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สารสนเทศศึกษา)	
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รศ.อังสนา ชงไชย ผศ.ดร.อนุวัติ ศรีแก้ว	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับงานบริการห้องสมุดของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบนาฬิกาทรายเป็นแนวทางกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารห้องสมุด 4 คน และผู้ใช้บริการห้องสมุด จำนวน 383 คน โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้ในการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) และผ่านการรับรองแผนการตลาดโดยผู้บริหารห้องสมุด

ผลการศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์แผนการตลาดเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องสมุดเป็นระดับมาก ในปี 2555 และพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยกำหนดใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ดังนี้ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีการแสวงหาความร่วมมือในการพัฒนาฐานข้อมูลสหบรรณานุกรมงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ระหว่างกลุ่มเครือข่ายห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ พัฒนาฐานข้อมูลหนังสือเก่า และจัดบริการเชิงรุก 2) กลยุทธ์ด้านราคา จะเน้นคุณค่าของทรัพยากรสารสนเทศ และการบริการที่สะดวก รวดเร็ว 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสารสนเทศแบบออนไลน์ 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จะเน้นการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้สื่อใหม่ 5) กลยุทธ์ด้านบุคลากร ทำการพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีใหม่ๆ สำหรับห้องสมุด และจัดบริการ 6) กลยุทธ์ด้านหลักฐานทางกายภาพ จะพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก 7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ ทำการ

ส่งเสริมกระบวนการสอนทักษะการรู้สารสนเทศและเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้ใช้มีทักษะในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ควบคุมและวัดผลโดยการศึกษาผู้ใช้ และกำหนดแผนสำรองฉุกเฉินไว้ล่วงหน้ากรณีที่เกิดจากการดำเนินการตลาดไม่เป็นไปตามที่คาดไว้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title	Marketing Strategic Planning for Library Services of the Office of Academic Resources and Information Technology, Chiang Mai Rajabhat University	
Author	Miss Ratchadaporn Moonmark	
Degree	Master of Arts (Information Studies)	
Thesis Advisory Committee	Assoc. Prof. Angsana Thongchai	Advisor
	Asst. Prof. Dr. Anuwat Srikaew	Co-advisor

ABSTRACT

The purposes of this study were to plan marketing strategy for library services of the Office of Academic Resources and Information Technology. The researcher applying an hourglass view of marketing strategic planning framework as a guideline. Used of interviews for 4 academic library managers and questionnaires for 383 library users, to study marketing situation analysis and SWOT analysis, then used the information to plan marketing strategies by marketing mix (7Ps). Meeting with academic library managers to approved marketing plan.

Results of the study concluded that there were the objectives of marketing plan for increased to high levels of users' satisfaction in the year 2012 and developed products and services to the users' needs with service marketing mixed strategies, as following, 1) Product and Service - Seeking for cooperation in the development of union catalog research & thesis with Rajabhat University Libraries Cooperation Network, developing the old books database and managing proactive service 2) Price – Focus on the value of resources and speed of services to the time and energy user must expend to use the library. 3) Place – Expand to the information access online. 4) Promotion – Marketing communication by new media strategy. 5) People – Personnel training and empowerment strategy by English skill, new IT for library and service mind. 6) Physical Evidence - Development of facilities for users' needs. 7) Process – Encourage teaching of information & IT literacy skills so that users can learn by lifelong learning. Controlled

and evaluated by the users' study. Contingency Plans for the results of the market is not as expected.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved