การอภิปรายเรื่อง

สารนิเทศ: เทคนิคการขายบริการ *

โดย ดร.เสรี วงษ์มณฑา
นายดีพร้อม ไชยวงศ์เกียรติ
นางสมพิศ คูศรีพิทักษ์ ผู้ดำเนินรายการ

นางสมพิศ คูศรีพิทักษ์: ผู้ดำเนินรายการ

กล่าวแนะนำวิทยากรทั้ง 2 ท่าน

ดร.เสรี วงษ์มณฑา คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นายดีพร้อม ไชยวงศ์เกียรติ อาจารย์ประจำภาควิชาจุลชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และเริ่มดำเนินการอภิปราย

---

* เอกสารประกอบการบรรยาย โครงการสัมมนาความร่วมมือระหว่างห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ครั้งที่ 5 เรื่อง "ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในทศวรรษหน้า" วันที่ 29 ตุลาคม 2529 เวลา 10.45-12.15 น. ณ ห้องประชุมชั้น 5 อาคาร 3 สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.เสรี วงษ์มณฑา :

ในแง่ของการบริหารธุรกิจ การขายคือ การขจัด stock ที่มีอยู่ให้หมดไป ส่วนการตลาดคือ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ การขายจึงเป็นเครื่องมือของการตลาด ผู้อภิปรายได้เสนอแนวความคิดทางการตลาด (marketing concept) ดังนี้

1. consumer oriented

เน้นการตระหนักถึงผู้บริโภคในฐานะที่เป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจ โดยพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ แนวความคิดดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสำนึกว่าสิ่งที่กำลังทำอยู่มีคู่แข่งและมีทางเลือกให้กับผู้ที่จะมาใช้บริการ คู่แข่งที่กล่าวถึงข้างต้นมิได้หมายถึงห้องสมุดต่อห้องสมุดเท่านั้น หากหมายรวมถึงวิธีการใช้เวลาว่างหรือทางเลือกที่จะทำกิจกรรมอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการนอกเหนือจากการมาเข้าใช้ห้องสมุดอีกด้วย ดังนั้น การเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ

คำว่า consumer oriented นี้ต่างกับ product oriented หรือ company oriented ซึ่งเน้นนโยบายของหน่วยงานเป็นสำคัญ แต่ในแง่ของห้องสมุดแล้วหากไม่เป็นแบบ consumer oriented ก็จะเป็นแบบ policy oriented คือเน้นเรื่องของคำสั่ง นโยบาย กฎและระเบียบต่าง ๆ

2. การตลาดอยู่ได้ด้วยการซื้อซ้ำ

การตลาดมุ่งหวังให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจและประทับใจ เป็นการสนองความต้องการในขณะที่ผู้ใช้มีความพอใจ สำหรับบริการห้องสมุดควรทำให้ผู้ใช้รู้สึกประทับใจตั้งแต่ระดับคนเฝ้าประตูจนถึงผู้อำนวยการ โดยคำนึงถึงหลักการตลาดที่ว่า

1) Consumer is the King, and the King can do no wrong.

2) When you think that the King is doing something wrong, look back to number one.

ในเรื่องของการตลาดจะต้องมี Yes/but technique โดยคำนึงอยู่เสมอว่า ใครจะผิดอย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่าเขาสามารถถูกได้ในเงื่อนไขที่แคบ ๆ และในบางแง่มุม

3. การตลาดเป็นเรื่องของการใช้ส่วนผสมของการตลาดอย่างถูกต้อง

การตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้ส่วนผสม 8 p ให้ถูกต้อง ดังนี้

1) product สินค้าจะต้องถูกใจ คือ เลือกหนังสือได้ถูกต้องตามความพอใจของผู้ใช้

2) place มีวิธีการจัดสรร อำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่

3) promotion มีวิธีการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบถึงหนังสือใหม่ ๆ ภายในห้องสมุด

4) price เรื่องของค่าปรับและค่าบริการต่าง ๆ

5) public relation จัดทำกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจเป็นการจัดนิทรรศการ จัดกิจกรรมร่วมต่าง ๆ เป็นกรณีพิเศษ อันจะเป็นการส่งเสริมให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น

6) packaging ลักษณะของอาคารสถานที่จะต้องคำนึงถึงความคล่องตัวของผู้เข้าใช้ห้องสมุด

7) power การสร้างบารมี สร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุดกับบุคคลทั่วไป

8) people ต้องสร้างคนให้มีลักษณะดังนี้

- มีแนวความคิดด้าน marketing mind คือเข้าใจหลักการตลาด และควรคำนึงถึงหลักที่มหาตมะคานธีสอนไว้ว่า ลูกค้าไม่ใช่ผู้ที่มารบกวนเรา แต่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา ลูกค้าที่มาหาเราไม่ใช่คนที่มาขอความช่วยเหลือจากเรา แต่ช่วยให้เรามีงานทำ

- พัฒนาตนเองในเรื่องมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งมีหลักง่าย ๆ ดังนี้

- I admit that I make mistake
ยอมรับข้อผิด

- You did a good job
  ชมคนเป็น
- What do you think
  ใจกว้าง
- I like it
  รู้จักเปลี่ยนความคิดตามคนอื่นบ้าง
- Thank you
  รู้จักประทับใจในสิ่งที่ผู้อื่นทำ
- We
  ร่วมรับผิดชอบ

หรืออาจใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ที่ว่า "ปรารถนาดี มีการยกย่อง มองโลกกว้าง รู้ทางสื่อสาร ให้การช่วยเหลือ"

การขายบริการเป็นสิ่งที่ขายได้ยาก ในวงการธุรกิจที่มีการแข่งขันกัน หากบุคลากรมีลักษณะของ monopolistic spirit จะเป็นอันตรายต่อการให้บริการ ลักษณะเช่นนี้จะแก้ไขได้ เมื่อยึดถึงทัศนคติที่ว่า รักตัวเอง ไม่อยากให้ตัวเองถูกเกลียดชัง และพอใจที่จะให้คนอื่นพอใจตัวเอง people เป็นส่วนผสมที่สำคัญของการตลาด งานบริการไม่มี product ที่ชัดเจน เพราะบริการคือ product ในตัวเอง คนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ ดังนั้น การจัดอบรมบุคลากรเกี่ยวกับจิตวิทยาของการบริการจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่องานบริการ

นายดีพร้อม ไชยวงศ์เกียรติ:

ในฐานะที่เป็นผู้ใช้ห้องสมุด คิดว่าห้องสมุดควรจะอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ดังต่อไปนี้

1. ในกรณีที่ข้อมูลเรื่องที่ผู้ใช้ต้องการไม่มีอยู่ในห้องสมุด ห้องสมุดควรจัดทำคู่มือช่วยค้นประเภทดรรชนี ซึ่งอาจอยู่ในรูปของบัตรรายการหรือสิ่งพิมพ์หรือข้อมูลในคอมพิวเตอร์ เพื่อแจ้งให้ผู้ใช้ทราบว่ามีห้องสมุดใดบ้างที่มีข้อมูลในเรื่องที่ต้องการ หากเป็นไปได้ สภาวิจัยฯ สหกรณ์ห้องสมุด หรือสหกรณ์บรรณารักษ์ ควรจัดทำคู่มือเหล่านี้

2. บุคคลทั่วไปไม่ทราบว่ามีข้อมูลที่ตนต้องการอยู่ในห้องสมุด ดังนั้นควรเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ไปยังประชาชน ทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหนังสือและดรรชนีบทความในวารสาร โดยผ่านทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งปัจจุบันนี้ห้องสมุดยังไม่ได้ใช้สื่อเหล่านี้อย่างเต็มที่

3. ห้องสมุดควรมีการประเมินหนังสือที่มีคุณค่า เพราะสาเหตุหนึ่งที่ไม่มีผู้ใช้หนังสือดังกล่าวอาจเนื่องมาจากไม่มีคนรู้จัก

4. ห้องสมุดควรจัดทำ microcomputer เพื่อช่วยให้การค้นข้อมูลเร็วขึ้น อาจให้ผู้ใช้ค้นด้วยตนเองหรือมีบรรณารักษ์ช่วยค้น เมื่อมีระบบคอมพิวเตอร์ควรจัดบริการ copy disk ด้วย

5. จัดตั้งศูนย์ Video ในห้องสมุด รวบรวมความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ

6. จัดตั้งศูนย์เทปบันทึกเสียง เพราะยังมีอีกหลายตำบลที่ video ไม่เป็นที่แพร่หลาย

7. ควรมีรายชื่อและที่อยู่ของผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อได้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

8. ห้องสมุดควรจัดทำเอกสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลใหม่ ๆ ในห้องสมุด

สรุปการบรรยายโดย พรทิพย์ โล่ห์วีระ
สุชาดา พงศ์พันธ์