

การดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย

บทคัดย่อ
ของ
นภัสมน สดโคกกรวด

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
พฤษภาคม 2550

นภัสมน สดโคกกรวด. (2550). การดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย. ปริญญาโท ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมชาย วรรณานุไกร, อาจารย์ศศิพิมล ประพินพงศกร.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินงาน บุคลากรที่ดำเนินงาน ประเภทของผู้ใช้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการและการคิดค่าบริการ ศึกษาวิธีการดำเนินงานในเรื่องของขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการซึ่งประกอบด้วยรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศและเนื้อหาสารสนเทศ และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการบริษัทและผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 108 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 1 – 5 ปี บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มสาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์มีจำนวนมากที่สุด คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ต้องการคือ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน ประเภทบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ให้บริการคือ บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คือ การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ

2. รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการอยู่ในรูปแบบสิ่งตีพิมพ์ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นมาตรฐาน มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้ก่อนและจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับช่วงปีที่ผ่านมามีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจมากที่สุด มีวิธีการจัดหาข้อมูลโดยการจัดทำขึ้นเอง และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์

3. สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทุกด้านในระดับน้อย โดยปัญหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการจัดการ รองลงมาคือ ด้านการบริหารงาน และด้านบุคลากร

PROCEDURES OF COMMERCIAL INFORMATION SERVICE CENTERS
IN THAILAND

AN ABSTRACT
BY
NAPASSAMON SODKHOKKRUAD

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Arts degree in Library and Information Science
at Srinakharinwirot University
May 2007

Napassamon Sodkhokkruad. (2007). *Procedures of Commercial Information Service Center in Thailand*. Master Thesis, M.A. (Library and Information Science). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Asst. Prof. Somchai Warunyanugrai, Sasipimon Prapinpongsakorn.

This research aimed to study the general condition Information Service Center in commerce in terms of time, personal, type of customer, type of information services, information service methods and fee. Moreover, this study investigated in scope of information which consisted information' format, information collecting and study the problem and conflict of Commercial information service center' procedures. Self - designed questionnaires were sent to 108 managers and directors of information center of Commercial information service center. Statistical method were percentage, mean and standard deviation.

The research findings were

1. Most Commercial Information Service Center had run there business for procedures time during 1-5 years, Most staff who hold information management position graduated from management or business administration with economic major. Most qualified staff in Commercial Information Service Center need computer skills. Most customers of Commercial Information Service Center were private corporations and types of information service were business consulting, and business law. Information service methods were the Internet and fee cost was charged on the subject matter basis.
2. Most forms of information were printed material without systematic and standardized storage of information. Most contents concerned about business. Provided to meet the needs of the customers. Methods of gateway data was given by the company and promoted to the public through the website.
3. The problems were found at low level in all aspects and the 3 highest frequency were management, administration and personal.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
สารสนเทศทางธุรกิจ.....	10
ความหมายของสารสนเทศทางธุรกิจ.....	10
ความสำคัญของสารสนเทศต่อธุรกิจ.....	11
คุณลักษณะของสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ.....	12
ประเภทของสารสนเทศทางธุรกิจ.....	14
การนำสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ.....	18
แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจ.....	20
แหล่งสารสนเทศภายในองค์กร.....	20
แหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กร.....	20
สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	23
ความหมายของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	23
พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศ.....	24
พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย.....	28
บุคลากรที่ดำเนินงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	33
ประเภทของผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	35
รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	36
สารสนเทศที่มีให้บริการในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	41
ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
วิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	45
การคิดค่าบริการสารสนเทศ.....	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	49
งานวิจัยในประเทศ.....	52
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	56
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	56
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ล.....	
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	83
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	83
วิธีดำเนินการวิจัย.....	83
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผล.....	87
ข้อเสนอแนะ.....	94
๕.....	
บรรณานุกรม.....	95

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	101
ภาคผนวก ก จดหมายติดต่อขอความร่วมมือในการวิจัย.....	102
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	111
ภาคผนวก ค รายชื่อสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่ให้ความอนุเคราะห์ใน การตอบแบบสอบถาม.....	124
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	141

ตาราง	หน้า
1 จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำแนกตามสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	59
2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63
3 ระยะเวลาการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	64
4 จำนวนของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จำแนกตามกลุ่มสาขา และวุฒิการศึกษา.....	65
5 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ.....	66
6 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	67
7 ประเภทของการให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	68
8 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	69
9 การคิดค่าบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	70
10 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์....	71
11 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	71
12 การจัดเตรียมสารสนเทศไว้ให้บริการ.....	72
13 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ.....	73
14 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ ในช่วงปีที่ผ่านมา.....	74
15 วิธีการจัดหาข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	75
.....	
16 วิธีการประชาสัมพันธ์ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	75
17 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	76
18 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบัน บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์.....	80

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สังคมในยุคปัจจุบันนี้เป็นสังคมสารสนเทศ เพราะการค้นคว้าวิจัย การวางแผน หรือ การตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ จำเป็นต้องใช้สารสนเทศ ประภาวดี สืบสนธิ์ (2543: 8) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสารสนเทศว่า มีความสำคัญไม่น้อยกว่าทรัพยากรประเภทอื่น สารสนเทศมีประโยชน์นานัปการ นับแต่ช่วยลดความออยากรู้ คลายความสงสัย จนถึงช่วยแก้ปัญหา ช่วยวางแผนและการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง สารสนเทศช่วยพัฒนาบุคคล ช่วยการปฏิบัติงาน ช่วยในการดำเนินชีวิตซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาสังคมและประเทศ สารสนเทศจึงมีความสำคัญในหลายระดับ ต่อบุคคล ต่อองค์กรและต่อสังคม

ความสำคัญของสารสนเทศก่อให้เกิดความต้องการใช้ในกิจกรรมต่างๆ เช่น เพื่อการศึกษา เพื่อให้ความรู้ เพื่อการค้นคว้า หรือเพื่อการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอาชีพการทำธุรกิจ อัมพร นามเหลา (2542: 9-12) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสารสนเทศต่อวงการธุรกิจว่า สารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานประจำวันของโลกธุรกิจและวงการอาชีพ ช่วยในการตัดสินใจ การปฏิบัติงานประจำวัน การวางแผน การคาดการณ์สำหรับอนาคต ส่วนบทบาทของสารสนเทศในวงการธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น เป็นเรื่องของการวางแผนทางการค้าหรือการลงทุน ต้องมีการศึกษาภาวะความต้องการของตลาด ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ การลงทุนต่างๆ หรือคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าจะดำเนินนโยบายธุรกิจอย่างไรที่จะไม่ให้ขาดทุน แต่เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ดังนั้น สารสนเทศที่รับต้องทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ในวงการอุตสาหกรรมผู้ประกอบการมีความต้องการทราบแนวโน้มของตลาด เพื่อที่จะได้ผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด สารสนเทศที่ต้องการในวงการธุรกิจอุตสาหกรรมมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. สารสนเทศเกี่ยวกับการบริหารเพื่อช่วยการตัดสินใจ
2. สารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อติดตามความก้าวหน้าของพัฒนาการใหม่ๆ
3. สารสนเทศที่กระตุ้นให้เกิดความคิด และป้องกันไม่ให้เกิดความพยายามค้นคว้าวิจัยในเรื่องที่มีผู้ทำไว้แล้ว
4. สารสนเทศที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวงการอื่นๆ
5. สารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศรวมถึงการได้รับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศ

จากความสำคัญของสารสนเทศต่อวงการธุรกิจ และความต้องการสารสนเทศทางธุรกิจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจและอุตสาหกรรม การบริการสารสนเทศจึงเป็นหน้าที่ของสถาบันบริการสารสนเทศต่างๆ เช่น ห้องสมุด ศูนย์ข้อมูล รวมทั้งสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ (Commercial Information Service Center) ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2545: 16) กล่าวถึงสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ว่า เป็นสถาบันบริการสารสนเทศที่คิดค่าบริการ ข้อมูลที่ผู้ต้องการมักเป็นข้อมูลที่มุ่งประโยชน์ด้านธุรกิจ การค้าและอุตสาหกรรมเป็นหลักจึงต้องการข้อมูลที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยเสียค่าบริการให้กับสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่จัดทำและส่งข้อมูลทางธุรกิจให้กับผู้ขอใช้บริการได้อย่างรวดเร็วเป็นประจำ นอกจากนี้ยังมีสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์อีกกลุ่มหนึ่งที่ได้นำสารสนเทศมาใช้ประโยชน์เพื่อการค้า ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน เช่น สำนักพิมพ์ หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ โทรทัศน์และบริษัทโฆษณาเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่หลักในการจัดการ เผยแพร่และจำหน่ายสารสนเทศ ซึ่งสารสนเทศบางส่วน เช่น สารสนเทศธุรกิจ เศรษฐกิจ การค้า สามารถนำมาเพิ่มคุณค่าและเป็นผลิตผลจากการดำเนินงานหลักที่สามารถนำไปจำหน่ายหรือให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ได้ (ประภาวดี สืบสนธิ์. 2543: 159)

การให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์บางส่วนมีลักษณะคล้ายกับการดำเนินงานของห้องสมุด กล่าวคือ การรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด การเตรียมพร้อมที่จะให้บริการ ส่งผลให้ลักษณะงานในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์คล้ายกับการดำเนินงานของห้องสมุด เช่น การจัดหา การรวบรวม การจัดหมวดหมู่ความรู้ การประมวลผล การจัดเก็บและการให้บริการสารสนเทศ ลักษณะงานดังกล่าว ส่วนใหญ่มีการเรียนการสอนในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และ/หรือ สารสนเทศศาสตร์ อย่างไรก็ตามรูปแบบการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีความแตกต่างจากการให้บริการของห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศอยู่บ้าง กล่าวคือ บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เน้นความสำคัญของการบริการลูกค้าเฉพาะราย เน้นการบริการมากกว่างานเทคนิค และที่สำคัญบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ต้องแสวงหาโอกาสและพยายามดึงดูดลูกค้า โดยการออกไปพบลูกค้า ซึ่งเป็นบริการในเชิงรุกมากกว่าบริการสารสนเทศแบบให้เปล่า (วรัญญา โฆษิตกุลจร. 2539: 2)

บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ เป็นธุรกิจที่เป็นของใหม่สำหรับประเทศไทย บัจจุบันที่ผลักดันให้ธุรกิจประเภทนี้ขยายขอบเขตและสามารถพัฒนาการให้บริการได้อย่างเต็มที่ ได้แก่ การเติบโตของอุตสาหกรรมสารสนเทศและการพัฒนาระบบสื่อสารโทรคมนาคม การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสนเทศในประเทศไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ กลุ่มลูกค้าของธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนมากเป็นเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงิน นักลงทุน ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และผลิตภัณฑ์บริโภคอุปโภค (นรินาถ รัชศิริ. 2537: 28-29) นอกจากนี้ธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ยังเป็นธุรกิจที่มีความเจริญเติบโตมาก สืบเนื่องมาจากความสำคัญของสารสนเทศที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของบุคคลและองค์กรโดยเฉพาะในวงการธุรกิจ (วนิดา ปัจฉิม. 2540: 3)

สิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีการเจริญเติบโตคือ จำนวนของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้น จากงานวิจัยของจุมพจน์ วณิชกุล (2532: บทคัดย่อ) พบว่า มีหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินการประกอบธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จำนวน 10 แห่ง มีสถานภาพเป็นหน่วยงานเอกชนจำนวน 8 แห่ง หน่วยงานรัฐบาลจำนวน 1 แห่ง และหน่วยงานนานาชาติจำนวน 1 แห่ง ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 ราहुณ วรสิทธิ์ (2534: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสถานภาพและแนวโน้มของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 21 แห่ง เป็นนิติบุคคลจำนวน 19 แห่ง และเป็นธุรกิจส่วนบุคคลจำนวน 2 แห่ง และอีก 14 ปีต่อมา จากการสำรวจรายชื่อนิติบุคคลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2548) ในปี พ.ศ. 2548 และจากการสำรวจเบื้องต้นของ มัสยา ฐาปนพันธ์นิตกุล (2545: 42) เพื่อรวบรวมรายชื่อห้องสมุดเฉพาะที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ พบว่า มีจำนวนสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์รวมทั้งสิ้น 146 แห่ง เป็นบริษัทจำนวน 134 แห่ง เป็นศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชนจำนวน 10 แห่ง เป็นศูนย์ข้อมูลสังกัดองค์กรอิสระจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี (The Technical Information Access Center : TIAC) เป็นศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานนานาชาติจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ห้องสมุดและทรัพยากรสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (Center for Library and Information Resources : CLAIR, Asian Institute of Technology : AIT)

จากการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ จึงคาดคะเนได้ว่า แนวโน้มของธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จะมีการขยายตัวมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของ ระยะเวลาการดำเนินงาน บุคลากรที่ดำเนินงาน ประเภทของผู้ใช้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการและการคิดค่าบริการ ส่วนวิธีดำเนินงานจะศึกษาในเรื่องของขอบเขตของสารสนเทศที่ให้บริการ ประกอบด้วยรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศ และเนื้อหาของสารสนเทศ รวมทั้งศึกษาว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานมีอะไรบ้าง ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบรรณารักษ์ในการแนะแหล่งบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์แก่ผู้ใช้ และเป็นแนวทางแก่ห้องสมุดที่จะจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของระยะเวลาการดำเนินงาน บุคลากรที่ดำเนินงาน ประเภทของผู้ใช้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการ และการคิดค่าบริการ

2. เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการประกอบด้วยรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศและเนื้อหาของสารสนเทศ

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบรรณารักษ์ในการแนะนำแหล่งบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยแก่ผู้ใช้บริการ และเป็นแนวทางแก่ห้องสมุดที่จะจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 146 คน จำแนกเป็น

1.1 ผู้จัดการบริษัทจำนวน 134 คนจากบริษัทจำนวน 134 แห่ง

(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2548)

1.2 ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชนจำนวน 10 คนจากศูนย์ข้อมูลจำนวน 10 แห่ง

1.3 ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสังกัดองค์กรอิสระและหน่วยงานนานาชาติจำนวน 2 คนจากศูนย์ข้อมูลจำนวน 2 แห่ง

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จัดการบริษัท และผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยการสุ่มอย่างง่ายให้ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 108 คน ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำตามตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 42-44)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง สถาบัน หน่วยงาน องค์กร ที่ประกอบธุรกิจบริการสารสนเทศ คำสารสนเทศ หรือจัดหาสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยคิดค่าบริการและหวังผลกำไร

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ที่มีวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมอย่างเด่นชัดว่า ดำเนินการให้บริการสารสนเทศเชิงธุรกิจหรือให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชน องค์กรอิสระ หน่วยงานนานาชาติ และบริษัทที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูล ณ วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2548

2. ประเภทของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง การจำแนกกลุ่มของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ตามลักษณะการจัดตั้งหน่วยงาน จำแนกได้ดังนี้

2.1 บริษัท หมายถึง นิติบุคคลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งประกอบธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

2.2 ศูนย์ข้อมูล หมายถึง ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชน องค์กรอิสระและหน่วยงานนานาชาติที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

3. วิธีการดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการผลิตสารสนเทศและการบริการลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการ

4. ประเภทของผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง การจำแนกผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ให้เป็นกลุ่ม เพื่อสามารถวางแผนกำหนดบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ จำแนกได้ดังนี้

4.1 บริษัทเอกชน หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงานทางธุรกิจที่ดำเนินงานในรูปแบบของบริษัท

4.2 ธนาคารและสถาบันการเงิน หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในธนาคารกลาง ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเฉพาะกิจบางประเภท รวมทั้งสถาบันการเงิน

4.3 หน่วยงานราชการที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในกระทรวงต่างๆ ของทางราชการ

4.4 บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูลหรือกฎหมาย หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินกิจการให้คำปรึกษาธุรกิจหรือกฎหมายในรูปแบบของบริษัท

4.5 สถาบันการศึกษา หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในสถาบันการศึกษา ระดับต่างๆ เช่น ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา

4.6 บุคคลทั่วไป หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพต่างๆ รวมทั้งประชาชนทั่วไป ที่เข้ามาใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์นอกเหนือจากกลุ่มผู้ใช้ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

5. บุคลากรที่ดำเนินงาน หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่มีตำแหน่งงานทางด้านการจัดการสารสนเทศ ได้แก่ ผู้ที่มีตำแหน่งงานเกี่ยวข้องกับการผลิต จัดเก็บ ประมวลผล ค้นหาและเผยแพร่สารสนเทศ

6. ขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการ หมายถึง รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศ และเนื้อหาของสารสนเทศ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

6.1 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ หมายถึง สารสนเทศประเภทต่างๆ ที่มีการบันทึกไว้ในสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งอาจเรียกว่า ทรัพยากรห้องสมุดหรือวัสดุห้องสมุด ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศออกเป็น 3 ประเภทคือ สิ่งตีพิมพ์ ซีดีรอม และออนไลน์

6.2 การจัดเก็บสารสนเทศ หมายถึง การจัดระบบสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น ระบบทศนิยมของดิวอี้ ระบบหอสมุดรัฐสภาอเมริกัน ระบบทศนิยมสากล รวมทั้งระบบอื่นๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์คิดระบบขึ้นมาเป็นพิเศษ

6.3 เนื้อหาของสารสนเทศ หมายถึง สารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ เช่น ธุรกิจ การค้าขาย การนำเข้าและการส่งออก การผลิตสินค้า ราคาสินค้า การบรรจุหีบห่อ แหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบ ราคาค่าขนส่ง สถิติมาตรฐานสินค้า รายชื่อผู้ประกอบการ ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลบริษัท และกฎหมายต่างๆ

7. ประเภทของการให้บริการ หมายถึง บริการต่างๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่

7.1 บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ หมายถึง บริการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น การจดทะเบียนบริษัทห้างร้าน การขอตั้งโรงงาน

7.2 บริการจัดส่งเอกสารให้เป็นประจำ หมายถึง การจัดส่งสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเป็นประจำมีลักษณะการจัดส่งเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือนและรายปี เช่น การจัดส่งกฤตภาคหรือสรุปข่าวต่างๆ

7.3 บริการฐานข้อมูล หมายถึง การให้บริการสืบค้นหรือเรียกใช้สารสนเทศจากฐานข้อมูล อาจเป็นฐานข้อมูลที่ผลิตเองหรือเป็นเพียงตัวกลางในการเรียกใช้

7.4 บริการสืบค้นสารสนเทศ หมายถึง บริการที่ค้นหาสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น การค้นจากหนังสือหรือสืบค้นจากฐานข้อมูล

7.5 บริการรับทำวิจัย หมายถึง การรับทำวิจัยให้แก่บุคคลทั่วไป หรือองค์กรต่างๆ เช่น การรับทำวิจัยให้แก่นักธุรกิจ บริษัท ห้างร้าน

7.6 บริการสรุปข่าวที่สำคัญ หมายถึง การทำสรุปย่อข่าวและเหตุการณ์ที่ทันสมัยเฉพาะเรื่องจัดไว้ตามหัวข้อต่างๆ เพื่อบริการเฉพาะกลุ่ม เฉพาะสมาชิก

7.7 บริการสารสนเทศทันสมัย หมายถึง การเลือกสรรสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเสนอให้ผู้ใช้งานทราบทันทีเมื่อมีสารสนเทศใหม่ๆ เข้ามา

7.8 บริการเลือกสรรสารสนเทศเฉพาะบุคคล หมายถึง บริการสารสนเทศทันสมัยที่จัดให้แก่สมาชิกเฉพาะผู้ที่สนใจค้นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

7.9 บริการจัดอบรมสัมมนา หมายถึง บริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จัดอบรมสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ให้แก่บุคคลภายนอก โดยผู้ให้บริการจะทำหน้าที่ด้านการจัดการ ตั้งแต่การติดต่อวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ การจัดสถานที่และการรับสมัครผู้เข้ารับการอบรม

7.10 บริการแปล หมายถึง บริการแปลสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

7.11 บริการรวบรวมบรรณานุกรมและดัชนี หมายถึง การรวบรวมรายชื่อหนังสือ วารสารและเอกสารต่างๆ เป็นบริการที่จัดให้แก่ผู้ที่ต้องการรายชื่อเอกสารอ้างอิงในสาขาวิชาต่างๆ ที่จัดพิมพ์ไว้แล้ว

7.12 บริการจัดทำสาระสังเขป หมายถึง การย่อเนื้อหาสาระของเรื่องราวต่างๆ โดยมุ่งเน้นถึงสาระสำคัญตามลำดับเนื้อหาจากเอกสารต้นฉบับพร้อมทั้งให้รายละเอียดทางบรรณานุกรม

7.13 บริการจัดทำสำเนา หมายถึง การบริการผู้ใช้บริการหรือลูกค้าในการทำสำเนา ทรัพยากรสารสนเทศ

8. วิธีการให้บริการ หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเข้าถึงหรือได้รับสารสนเทศ ได้แก่

8.1 การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ให้บริการหรือลูกค้าเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เมื่อสมัครเป็นสมาชิกของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์แล้ว

8.2 การให้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail : E - mail) หมายถึง การส่งสารสนเทศถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้า โดยเฉพาะรายงานต่างๆ รวมทั้งการตอบคำถามทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

8.3 การให้บริการด้วยคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ (On – Line) หมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ให้บริการหรือลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าใช้สารสนเทศจากฐานข้อมูลที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้แล้ว

8.4 การให้บริการด้วยระบบกระดานข่าว (Bulletin Board System : BBS) หมายถึง การติดต่อกันระหว่างสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง

8.5 การให้บริการด้วยโสตสาร (Audiotext) หมายถึง การจัดทำและรวบรวมข้อมูลเพื่อให้บริการผ่านโทรศัพท์ ผู้ให้บริการเพียงแต่หมุนหมายเลขโทรศัพท์ไปยังบริษัทผู้ให้บริการข้อมูล เมื่อติดต่อได้เรียบร้อยแล้ว จะได้รับการแนะนำให้กดหมายเลขต่างๆ เพื่อฟังรายการข้อมูลที่ได้จัดเตรียมไว้ตามความต้องการ

8.6 การให้บริการทางโทรศัพท์ (Telephone) หมายถึง วิธีการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์นำมาใช้ในการบริการตอบคำถามแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างรวดเร็ว

8.7 การให้บริการด้วยระบบโทรสาร (Facsimile : Fax) หมายถึง วิธีการส่งสารสนเทศที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการผ่านเครื่องโทรสาร

8.8 การให้บริการด้วยวีดิสาร (Videotext) หมายถึง ระบบที่ช่วยในการถ่ายทอดสารสนเทศที่จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์ เพื่อให้แสดงสารสนเทศได้จากโทรศัพท์

8.9 การให้บริการด้วยโทรภาพสาร (Teletext) หมายถึง สื่อที่สามารถรับสารสนเทศได้จากจอโทรศัพท์ โดยการจัดเก็บสารสนเทศไว้ในกรอบข้อมูลหลายๆ กรอบ ผู้ใช้สารสนเทศเพียงแต่กดสัญลักษณ์ที่ต้องการจากแป้นกดหน้าจอโทรศัพท์ก็จะได้รับสารสนเทศปรากฏ

8.10 การให้บริการนำส่งสารสนเทศ (Messenger) หมายถึง วิธีการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดให้มีเจ้าหน้าที่นำส่งสารสนเทศถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

8.11 การติดต่อขอรับบริการด้วยตนเอง (Followed by in-person pick-up) หมายถึง วิธีการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเข้าไปติดต่อขอรับบริการหรือสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเอง

8.12 การให้บริการทางไปรษณีย์ (Mail) หมายถึง การจัดส่งสารสนเทศทางไปรษณีย์โดยคิดค่าบริการตามอัตราขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

9. การคิดค่าบริการ หมายถึง ค่าบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เรียกเก็บจากผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตามประเภทของการให้บริการ

10. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน หมายถึง ข้อขัดข้องต่างๆ ที่ทำให้การดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เกิดความไม่ราบรื่น ได้แก่ ปัญหาด้านการบริหารงาน ปัญหาด้านการจัดการ ปัญหาด้านทรัพยากรสารสนเทศ ปัญหาด้านเทคโนโลยี ปัญหาด้านการบริการ ปัญหาด้านบุคลากรและปัญหาด้านผู้ใช้บริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. สารสนเทศทางธุรกิจ
 - 1.1 ความหมายของสารสนเทศทางธุรกิจ
 - 1.2 ความสำคัญของสารสนเทศต่อธุรกิจ
 - 1.3 คุณลักษณะของสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ
 - 1.4 ประเภทของสารสนเทศทางธุรกิจ
 - 1.5 การนำสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
2. แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจ
 - 2.1 แหล่งสารสนเทศภายในองค์กร
 - 2.2 แหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กร
3. สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.1 ความหมายของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.2 พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศ
 - 3.3 พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย
 - 3.4 บุคลากรที่ดำเนินงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.5 ประเภทของผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.6 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.7 สารสนเทศที่มีให้บริการในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.8 ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.9 วิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.10 การคิดค่าบริการสารสนเทศ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในต่างประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยในประเทศ

สารสนเทศทางธุรกิจ

ปัจจุบันนี้สารสนเทศมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ การที่จะทำให้องค์กรธุรกิจเจริญก้าวหน้าหรืออยู่รอดได้นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยสารสนเทศในการดำเนินงาน การวางแผนและตัดสินใจ ซึ่งจะต้องใช้สารสนเทศทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร

สารสนเทศมีบทบาทต่อการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วโลกเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น สิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอยู่ 3 ประการคือ (ณัฐพล ศีตะสุทธิพันธุ์. 2544: 65)

1. การเปลี่ยนแปลงองค์กรให้มุ่งไปสู่ระดับโลก โดยเน้นการแข่งขันในระดับสากล ทั้งด้านการบริหาร การผลิต และการควบคุมทางการตลาด

2. การเปลี่ยนแปลงลักษณะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมหรือสังคม มาสู่การให้บริการ ด้านฐานข้อมูลความรู้และสารสนเทศ องค์กรสามารถนำสารสนเทศมาสร้างรายได้เปรียบให้แก่องค์กรในด้านต่างๆ เช่น การนำผลป้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้ามาปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ฐานข้อมูลความรู้ในองค์กรจะช่วยให้การเก็บรักษาความรู้และประสบการณ์ของพนักงานไม่สูญหาย

3. การเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรอาจเป็นไปในรูปแบบของการลดขนาดองค์กร การกระจาย การบริหารงานให้หน่วยงานย่อยเป็นผู้รับผิดชอบ การทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่างๆ ในองค์กร

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับองค์กรทางธุรกิจ ในการวางแผนให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากสังคมอุตสาหกรรมมาสู่สังคมสารสนเทศ สารสนเทศจึงเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการใช้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ

ความหมายของสารสนเทศทางธุรกิจ

สารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information) มีผู้ให้ความหมายของสารสนเทศทางธุรกิจ ดังนี้

คีแนน (Keenan. 1996: 21) ให้ความหมายว่า สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านการค้า ซึ่งครอบคลุมไปถึงงบการเงิน ผลผลิตภัณฑ์ และส่วนแบ่งทางการตลาด

ฟีเธอร์และสเตอร์จ (Feather; & Sturges. 2003: 52) ให้ความหมายว่า สารสนเทศใดใดก็ตามซึ่งเป็นที่ต้องการทางธุรกิจเพื่อที่จะใช้งาน รวมถึงสารสนเทศทางด้านเทคนิคหรือสารสนเทศที่มีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษต่อบริษัท ตลาด ผลผลิตภัณฑ์และการจัดการ สารสนเทศด้านบริษัท คือข้อมูลของบริษัทโดยทั่วไป เช่น ที่อยู่บริษัท ข้อมูลทางการเงิน บุคลากร รวมทั้งสารสนเทศอื่นๆ เช่น รายงานข่าวหรือรายงานนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ส่วนสารสนเทศด้านการตลาด คือข้อมูลสินค้าคงคลังหรือสารสนเทศเกี่ยวกับฝ่ายการตลาดโดยเฉพาะ

ประดิษฐา ศิริพันธ์ (2542: ออนไลน์) ให้ความหมายว่า สารสนเทศเกี่ยวกับบริษัท ต่างๆ (Company Information) ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน ราคาสินค้า แหล่งผลิตวัตถุดิบ อัตรา ขนส่งสินค้า ภาษี วิธีการขนส่งสินค้า ข้อมูลสถิติ ข้อมูลภาวะเศรษฐกิจ ข้อมูลการวิจัยการตลาด ข้อมูลกฎหมาย ผลงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์เพื่ออุตสาหกรรม ข้าราชการเมือง วัฒนธรรมท้องถิ่นและ ชาวสังคม

อรนุช เสวตรัตนเสถียร (2544: 1) ให้ความหมายว่า สารสนเทศที่มีความเฉพาะ เจาะจงลงไปในด้านธุรกิจ ได้แก่ สารสนเทศเกี่ยวกับกิจการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีระเบียบ แบบแผน การค้า เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยนซื้อขายหรือจำหน่ายซึ่งสินค้าและบริการ จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า สารสนเทศทางธุรกิจ หมายถึง สารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจ ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การผลิต การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการจากการประกอบธุรกิจนั้นๆ

ความสำคัญของสารสนเทศต่อธุรกิจ

ในการทำธุรกิจหรือกิจการใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเอกชนซึ่งมีการแข่งขันกันอย่าง เสรี หรือธุรกิจที่มีการผูกขาด เช่น กิจการที่ได้รับสัมปทานจากภาครัฐ ตลอดจนองค์กรอิสระซึ่ง มิได้มุ่งแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว กิจการต่างๆ เหล่านี้ล้วนต้องมีการกิจและเป้าหมายที่ แนชัด เพื่อให้การดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายนั้นๆ ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินการ คือความเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของสารสนเทศที่มีต่อองค์กรธุรกิจ เพื่อที่จะได้นำมา ประยุกต์ใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป สารสนเทศมีความสำคัญต่อธุรกิจและกิจกรรม ด้านการค้าและเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ความสำคัญของสารสนเทศในการตัดสินใจ

สารสนเทศเป็นทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จในการได้เปรียบคู่แข่งขัน สารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริหารทุกระดับในการตัดสินใจ รูปแบบของสารสนเทศที่ผู้บริหาร แต่ละระดับจะใช้ในการตัดสินใจย่อมแตกต่างกันไปตามระดับของผู้บริหาร เช่น งานด้านการตลาด ผู้บริหารจะตัดสินใจว่าควรจะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดหรือไม่ สารสนเทศที่ใช้ในการตัดสินใจ ที่ มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานนี้คือ สารสนเทศจากคู่แข่ง สารสนเทศจากการวิจัยตลาด ข้อกำหนด ตามกฎหมาย ความสามารถในการผลิตของโรงงานและเครื่องจักร สารสนเทศดังกล่าวนี้จะถูก นำมาใช้ในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจ (สุพัตรา บุญมาก. 2541: 20) ซึ่งในกระบวนการ ตัดสินใจ สารสนเทศยังมีความเกี่ยวข้องมากเท่าใด ความไม่มั่นใจและอัตราความเสี่ยงจะลดลง เท่านั้น อันมีผลทำให้การตัดสินใจมีคุณภาพสูงขึ้น

2. ความสำคัญของสารสนเทศต่อกิจกรรมด้านการค้าและเศรษฐกิจ

ผู้ประกอบการและผู้บริโภคใช้สารสนเทศติดต่อกันมากขึ้น ผู้บริโภคมักอุดหนุนสินค้าจากการโฆษณาซึ่งเป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เพื่อการจำหน่ายสินค้า ผลของสารสนเทศที่ออกมาทั้งภาพบวกและภาพลบล้วนมีผลสำคัญต่อผู้ผลิต เช่น การให้ข้อมูลเรื่องโทรศัพท์มือถือเป็นอันตรายต่อระบบประสาททำให้ยอดขายลดลงไป หรือการให้ข้อมูลเรื่อง เต้าไมโครเวฟรั่วมีอันตรายต่อสุขภาพของผู้ใช้ ต้องมีการออกมาทำความเข้าใจอย่างกว้างขวางเพราะเกรงว่าประชาชนจะเลิกใช้เต้าไมโครเวฟเพราะเกรงอันตราย การซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์มีการใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ซื้อผู้ขายไม่จำเป็นต้องไปพบกัน เพราะตลาดซื้อขายจะอยู่ที่บ้านของแต่ละคน (ทวิสันต์ โสณานุรักษ์.

2543: 47)

3. ความสำคัญของสารสนเทศในการวางแผนระยะยาว

สารสนเทศมีส่วนช่วยในการสนับสนุนกิจกรรมในการวางแผนได้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด ด้วยการสำรวจสนธิสัญญาและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภค การประเมินลักษณะของการแข่งขันด้านการตลาด ด้วยการติดตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ความเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งทางการตลาด การดำเนินการของแต่ละบริษัท แนวโน้มของอุตสาหกรรมในภาพรวม การรู้เท่าทันถึงความเปลี่ยนแปลงในทางกฎหมายและการเมือง ตลอดจนการติดตามภาวะเศรษฐกิจทั้งในและนอกประเทศ

สารสนเทศมีความสำคัญต่อธุรกิจ เนื่องจากสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและการวางแผนงานของผู้บริหารระดับต่างๆ รวมทั้งการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ดังนั้น การใช้สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรทางธุรกิจ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้เกิดขึ้นในการแข่งขันทางธุรกิจ

คุณลักษณะของสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมีคุณลักษณะบางประการเพื่อให้สารสนเทศนั้นเป็นสารสนเทศที่ดี การนำสารสนเทศไปใช้งานในแต่ละครั้ง ผู้ใช้จะพิจารณาถึงคุณค่าของสารสนเทศรายละเอียดของคุณสมบัติที่ควรจะเป็นหรือคุณลักษณะของสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสรุปได้ดังนี้ (อรนุช เศวตรัตนเสถียร. 2544: 2-4; จรัส อติวิทยากรณ์. 2548: 2; เอกชัย เจริญนิตย์. 2548: 33 - 35)

1. ความเกี่ยวข้อง (Relevance) คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ มีความเกี่ยวข้องกับการงานปัจจุบัน มีแนวโน้มที่จะเป็นประโยชน์ในอนาคต และช่วยให้ผู้ใช้ที่ได้รับสารสนเทศสามารถเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ซับซ้อนได้ และเป็นสารสนเทศที่สื่อความหมายต่อผู้บริหารได้ตรงกับความต้องการ ให้สารสนเทศที่สำคัญครบถ้วน

2. ความทันต่อเหตุการณ์ (Timeliness) คือ สารสนเทศที่มาในเวลาที่เหมาะสม ไม่เร็วก่อนเวลาที่ต้องการ หรือช้าเกินการณ์ โดยสารสนเทศนั้นจะต้องมีความทันสมัยด้วยการได้มาของสารสนเทศจำเป็นต้องให้ทันต่อความต้องการของผู้ใช้ มีการตอบสนองต่อผู้ใช้ได้เร็ว ดีความหมายของสารสนเทศได้ทันต่อเหตุการณ์หรือความต้องการ ความเร็วในที่นี้ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ใช้ในแต่ละสถานการณ์ หากมีการจัดทำรายงานทันทีที่เก็บข้อมูลแต่ละชุดมาได้ จะทำให้มีปริมาณรายงานมากเกินไปและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ดังนั้น สารสนเทศควรจะรวดเร็วพอที่จะทำได้จากข้อมูลปริมาณหนึ่ง และไม่ควรรวดเร็วจนไม่สามารถบอกถึงแนวโน้มหรือการเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งได้

3. การนำเสนอและรูปแบบ (Presentation and format) สารสนเทศที่มีประโยชน์ควรเป็นสารสนเทศที่ได้รับการนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม รูปแบบที่เข้าใจได้เป็นสิ่งสำคัญ ดังเช่น การนำเสนอสารสนเทศบนหน้าจอ โดยใช้รูปแบบต่างๆ กราฟ และระบบแบบจำลอง

4. การเข้าถึงได้ (Accessibility) คือ การเข้าถึงสารสนเทศได้ทางกายภาพรวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น การทราบว่ามีสิ่งใดให้ใช้ได้บ้าง การทราบวิธีการใช้สิ่งที่มี เช่น การทราบวิธีการใช้สาระสังเขปและดัชนี ทำให้สามารถนำไปใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

5. ความถี่ (Frequency) ความต้องการสารสนเทศขององค์กรทางธุรกิจหรือผู้บริหารย่อมมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามสารสนเทศที่ได้รับนั้นควรจะต้องมีความถี่มากพอ ที่จะช่วยให้องค์กรทางธุรกิจหรือผู้บริหารสามารถตอบรับกับปัญหาและโอกาสต่างๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งด้วย

6. ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Comprehensiveness) เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นอย่างยิ่งของสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร ถึงแม้ว่าสารสนเทศจะมีความถูกต้องและทันต่อการใช้งานแล้วก็ตาม แต่ถ้าสารสนเทศไม่ครบถ้วนพอที่จะทำการวินิจฉัยได้ ก็จัดว่าเป็นสารสนเทศที่ขาดความสมบูรณ์นั่นเอง ความสมบูรณ์ของสารสนเทศขึ้นอยู่กับการรวบรวมข้อมูลและวิธีการทางปฏิบัติด้วย ในการดำเนินการจัดทำสารสนเทศต้องสำรวจและสอบถามความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ในระดับที่เหมาะสม

7. ความถูกต้อง (Accuracy) เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญของสารสนเทศสำหรับผู้บริหารเนื่องจากผู้บริหารส่วนใหญ่ไม่มีเวลาตรวจสอบสารสนเทศทั้งหมดที่ต้องการใช้ โดยสารสนเทศที่ถูกต้อง ต้องเป็นสารสนเทศที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรืออคติ ถ้ามีการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วข้อมูลเหล่านั้นเชื่อถือไม่ได้จะทำให้เกิดผลเสียอย่างมาก ผู้ใช้จะไม่กล้าอ้างอิงหรือนำเอาไปใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นเหตุให้การตัดสินใจของผู้บริหารขาดความแม่นยำ และมีโอกาสผิดพลาดได้ สารสนเทศที่มีความถูกต้องมากจะเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าสำหรับผู้บริหาร

8. การคาดการณ์ได้ (Predictiveness) การคาดการณ์ได้สำหรับสารสนเทศที่ใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นคุณลักษณะที่สำคัญ เพราะสารสนเทศที่สามารถบอกได้ถึงอนาคตเป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์สำหรับผู้บริหาร โดยสารสนเทศที่มีคุณลักษณะเช่นนี้ อาจจะมีการบ่งชี้ที่แสดงถึงความเป็นไปได้ใน การเกิดเหตุการณ์ต่างๆ รวมอยู่ด้วย

9. ความกะทัดรัด (Conciseness) การจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมาก จึงจำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างข้อมูลให้กะทัดรัดสื่อความหมายได้ มีการใช้รหัสหรือย่อข้อมูลให้เหมาะสม สามารถแสดงสาระสำคัญต่างๆ โดยการสรุปเฉพาะสิ่งที่ผู้บริหารต้องการ อาจอยู่ในรูปแบบของรูปภาพ ตัวเลข กราฟ ซึ่งให้ความชัดเจนและกะทัดรัดกว่าการบรรยายด้วยตัวอักษร

10. ความละเอียดแม่นยำ (Reliability) หมายถึง ความละเอียดแม่นยำในการวัดข้อมูล การให้ความเชื่อถือได้สูงในการประมวลผล เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศ โดยการประมวลผลนั้นจะต้องไม่เกิดข้อผิดพลาดเลย ซึ่งต่างกับคุณสมบัติในข้อความถูกต้อง (Accuracy) โดยความถูกต้องนั้นยังอนุญาตให้เกิดข้อผิดพลาดได้ในบางกรณีประมาณ 1 – 2 เปอร์เซ็นต์ ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้รายงานของผู้บริหาร และประเภทของรายงานว่าเป็นรายงานที่ใช้ภายในองค์กรหรือรายงานที่ใช้ภายนอกองค์กร

11. คุณสมบัติเชิงปริมาณ (Quantifiable) หมายถึง สารสนเทศที่สามารถวัดได้ หรือแสดงออกมาในรูปของตัวเลข หรือบอกเป็นเปอร์เซ็นต์ของความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจได้

12. ความยอมรับได้ (Appropriateness) หมายถึง ระดับของความยอมรับได้ในรูปแบบของรายงานในกลุ่มของผู้ใช้สารสนเทศ

13. ความไม่ลำเอียง (Freedom from bias) หมายถึง สารสนเทศจะต้องไม่ปกปิดข้อมูลความจริง หรือทำให้ผู้ใช้สารสนเทศเข้าใจผิดๆ ต่อสารสนเทศนั้นๆ เพราะอาจจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาดไปด้วย

14. ความชัดเจน (Clarity) หมายถึง สารสนเทศจะต้องเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน ไม่คลุมเครือ

คุณสมบัติที่ควรจะเป็นหรือคุณลักษณะของสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยผู้บริหารในการวางแผนและวางนโยบายต่างๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดี ในโลกธุรกิจผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องทราบข่าวสารและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคมหรือเศรษฐกิจเพื่อนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ประเภทของสารสนเทศทางธุรกิจ

การดำเนินงานธุรกิจนั้นจำเป็นต้องใช้สารสนเทศทางธุรกิจต่างๆ มากมายหลายประเภท ทั้งสารสนเทศภายในองค์กรที่เป็นสารสนเทศเกี่ยวกับการดำเนินงานซึ่งมีอยู่แล้วภายในองค์กร และสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เป็นสารสนเทศที่อยู่ภายนอกกิจการ แต่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ประเภทของสารสนเทศทางธุรกิจสามารถแบ่งได้ดังนี้ (ครรชิต มัลลียงศ์. 2536: 103-104)

1. สารสนเทศการดำเนินงาน คือข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานภายในบริษัทหรือหน่วยงาน เช่น ข้อมูลกำลังผลิต การขาย การรับเงิน การชำระเงิน ปริมาณวัตถุดิบที่มีกำลังคนและทักษะความสามารถ ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่มีอยู่แล้วในบริษัท มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน การวางแผนและคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต ส่วนการนำไปใช้ขึ้นอยู่กับทักษะประสบการณ์และการเห็นการณ์ไกลของผู้บริหาร

2. สารสนเทศลูกค้า คือข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับลูกค้าและการซื้อขายทำธุรกิจระหว่างลูกค้ากับบริษัท ข้อมูลลูกค้าที่จำเป็นมี 2 ส่วนคือ ส่วนแรกได้แก่ ข้อมูลการซื้อขายและการชำระเงินของลูกค้า ตลอดจนข้อมูลกว้างๆ เกี่ยวกับตัวลูกค้า เช่น ชื่อ นามสกุล เพศ วันเกิด ที่อยู่ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่สองเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและธุรกิจของลูกค้าตลอดจนความเกี่ยวข้องของลูกค้ากับคู่แข่งใน ส่วนนี้ควรได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

3. สารสนเทศคู่แข่ง การทำธุรกิจไม่ว่าจะในด้านใดจะต้องมีคู่แข่งอยู่เสมอ ถ้าองค์กรไม่รู้จักรักคู่แข่งดีพอแล้ว องค์กรก็อาจจะพ่ายแพ้ในการแข่งขันได้ การรู้จักคู่แข่งนั้นไม่ใช่รู้จักเพียงแต่ชื่อ แต่ต้องรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อผู้บริหารระดับสูงที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ชื่อผู้ถือหุ้น เงินลงทุน สินค้า บริการ ราคาสินค้า การดำเนินงาน เป้าหมาย กลยุทธ์ การจัดจำหน่าย รายละเอียดเหล่านี้สำคัญมาก เพราะจะทำให้องค์กรทราบว่าคุณแข่งจะขยับตัวอย่างไรบ้าง จะกระทบกระเทือนการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร และองค์กรควรตอบสนองอย่างไร การติดตามสารสนเทศของคู่แข่งจะช่วยให้องค์กรสามารถทำการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งได้

4. สารสนเทศสิ่งแวดล้อม การทำธุรกิจจะต้องอยู่ในสิ่งแวดล้อมหลายรูปแบบ เช่น กฎหมายและระเบียบต่างๆ วัฒนธรรม ความเชื่อ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบภาษี ความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ข้อบังคับที่เกี่ยวกับการค้าและทรัพย์สินทางปัญญา สารสนเทศเหล่านี้มีประโยชน์ต่อองค์กรในการวางแผนการดำเนินงานและสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นองค์กรหรือผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจและมีสารสนเทศเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น การเปิดโรงงานต้องมีสารสนเทศในเรื่องของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การเปิดโรงงานในเขตนั้นมีบริการโครงสร้างพื้นฐานอะไรบ้าง เช่น มีหมายเลขโทรศัพท์หรือไม่ ไฟฟ้าเพียงพอหรือไม่ น้ำสะอาดมีหรือไม่ ระเบียบว่าด้วยการกำจัดน้ำเสียและกากของเสียเป็นอย่างไรบ้าง ประชากรในบริเวณนั้นมีมากพอที่จะว่าจ้างเป็นพนักงานหรือไม่ มีบริการขนส่งสาธารณะหรือไม่ ปัญหาเกี่ยวกับการโจรกรรมมีหรือไม่ สารสนเทศเหล่านี้เป็นสิ่งที่จะละเลยมองข้ามไม่ได้และจำเป็นจะต้องรู้เพื่อเตรียมการป้องกันไว้แต่เนิ่นๆ

5. สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากร คือสารสนเทศต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็นแหล่งทรัพยากรแรงงาน แหล่งทรัพยากรเงินทุน หรือแหล่งทรัพยากรวัตถุดิบ เป็นต้น สารสนเทศเหล่านี้มีประโยชน์ต่อองค์กรในการช่วยให้องค์กรสามารถเลือกแหล่งทรัพยากร หรือปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงของแหล่งทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม เช่น สารสนเทศ

เกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรใหม่ๆ วัตถุประสงค์ต่างๆ แหล่งทรัพยากรที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยลง การควบกิจการ (Merge) และการรับทำกิจการต่อ (Takeover) ระหว่างแหล่งทรัพยากรต่างๆ (อรนุช เศรษฐรัตน์เสถียร. 2544: 5)

ในการดำเนินธุรกิจความต้องการสารสนเทศที่นำมาใช้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ สารสนเทศภายในองค์กรและสารสนเทศภายนอกองค์กร (ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. 2548: 44 – 46; ศุภิสราพร สุชาติพยะรัตน์. 2548: 27) ซึ่งสารสนเทศทั้งสองประเภทมีรายละเอียดดังนี้

1. สารสนเทศภายในองค์กร เป็นสารสนเทศสำคัญที่บ่งบอกว่าองค์กรหรือหน่วยงานนั้นมีผลการดำเนินงานอย่างไร สารสนเทศประเภทนี้ ได้แก่

1.1 การพยากรณ์การขาย เป็นการวางแผนที่สำคัญที่สุดขององค์กร เพราะเป็นการจัดการทรัพยากรทั้งหมดของบริษัท ซึ่งเค้าโครงการวางแผนจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนอื่นๆ ภายในสำนักงานได้ทั้งหมด

1.2 การวางแผนทางการเงิน หรือเรียกว่า แผนงบประมาณ แผนการเงินเป็นแผนงานที่แสดงให้เห็นถึงจำนวน เวลาที่จะต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรทั้งหมด แผนการเงินมีความสำคัญเพราะต้องเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลายประเภทของบริษัท

1.3 ปัจจัยเกี่ยวกับอุปกรณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต ไม่ว่าจะเป็นกำลังคน เงินทุน โรงงานและเครื่องมือการผลิต รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ นับว่าเป็นสารสนเทศที่สำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดขอบเขตในการวางแผน ปัจจัยดังกล่าวนี้บริษัทสามารถควบคุมได้

1.4 นโยบาย เป็นเป้าหมายระยะยาวของบริษัท จะต้องกำหนดนโยบายให้มีความสัมพันธ์กัน การจัดทำนโยบายของบริษัท และการทำแผนระยะสั้นต้องสัมพันธ์กันและมีโอกาสที่จะเป็นไปได้สูง

2. สารสนเทศภายนอกองค์กร เป็นสารสนเทศที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็น ข่าวกเกี่ยวกับองค์กรและหน่วยงานจากภายนอก ตลอดจนสารสนเทศเกี่ยวกับคู่แข่ง การเปลี่ยนแปลงทางการเงิน การตลาด เศรษฐกิจและการเมือง สารสนเทศประเภทนี้ ได้แก่

2.1 สารสนเทศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจในระยะยาวขององค์กร สารสนเทศบางเรื่องจะมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงานซึ่งได้แก่

2.1.1 การเมืองและรัฐบาล เป็นสารสนเทศที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจมาก เพราะสภาพทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สารสนเทศดังกล่าวจะใช้ในการวางแผนล่วงหน้า

2.1.2 แนวโน้มของประชากร เป็นสารสนเทศที่มีส่วนช่วยในการกำหนดขนาดของตลาด การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรจะเกี่ยวข้องกับจำนวนประชากรแยกไปตามวัย และที่ตั้งของประชากร ส่วนแนวโน้มของสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคจำเป็นต้องคาดการณ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2.1.3 แนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจ สารสนเทศเกี่ยวกับเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ แนวโน้มของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ความสามารถในการหารายได้ของผู้บริโภคภาวะการจ้างงาน ความสามารถในการผลิต การลงทุน ระดับราคาและค่าจ้าง และดัชนีทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่มีคุณค่าในการวางแผนของบริษัท

2.1.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก การเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและการคิดวิธีการผลิตใหม่ๆ จึงทำให้บริษัทต่างๆ จะต้องคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี

2.1.5 ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต สารสนเทศที่ใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตที่สำคัญได้แก่ แรงงาน ทุน และวัสดุที่ใช้ในการผลิต

2.2 สารสนเทศในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นสารสนเทศที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น สารสนเทศที่เกี่ยวกับความต้องการทางกิจกรรม อุตสาหกรรม ความต้องการของบริษัท เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง

2.2.1 ความต้องการทางอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการทางอุตสาหกรรม

2.2.2 ความต้องการของบริษัท คือ ความต้องการในการผลิตของบริษัท แต่ละบริษัท ความสามารถและการดำเนินงานของแต่ละบริษัทย่อมมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความสามารถ และการดำเนินงานของบริษัทที่เป็นคู่แข่งกันนั้น

2.2.3 สถานภาพของการแข่งขัน สารสนเทศเกี่ยวกับคู่แข่งขึ้นนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะต้องนำมาใช้ในการคาดการณ์ความต้องการของบริษัท เพื่อทำการตัดสินใจและวางแผนปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จตามการคาดการณ์ โดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

2.2.3.1 ผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เช่น ความสามารถในการทำผลกำไร การแข่งขันทางการตลาด สารสนเทศเหล่านี้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการตั้งวัตถุประสงค์ของผลการดำเนินงานของบริษัทที่ผ่านมาแล้ว

2.2.3.2 กิจกรรมที่ดำเนินการในปัจจุบัน เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการพัฒนาการแข่งขันที่จะเป็นผลกระทบกระเทือนต่อการวางแผน เช่น การดำเนินกลยุทธ์เกี่ยวกับราคา การโฆษณา การแนะนำสินค้าใหม่ การเปลี่ยนแปลงเส้นทางการจัดจำหน่าย

2.2.3.3 การวางแผนในอนาคต เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าใหม่ การวิจัยและพัฒนา รวมทั้งสารสนเทศอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อกิจกรรมของบริษัทในอนาคต

การนำเสนอเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

การนำเสนอเทศมาใช้และการวิเคราะห์สารสนเทศขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจในยุคสารสนเทศที่เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลกระทบถึงการดำเนินงาน ทำให้รูปแบบของการดำเนินธุรกิจต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

ตัวอย่างขององค์กรที่ประสบความสำเร็จในยุคสารสนเทศ โดยนำเสนอเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้คือบริษัท เอนไซโคลพีเดีย บริทานิกา (Encyclopedia Britannica) ผู้ผลิตสารานุกรมรายใหญ่ของโลกในศตวรรษที่ 18 ได้เริ่มประสบภาวะการแข่งขันในปี ค.ศ. 1990 ที่คู่แข่งเริ่มเปลี่ยนรูปแบบนำเสนอสารานุกรมในแบบของซีดีรอม ซึ่งต้นทุนต่ำกว่า สามารถค้นหาข้อมูลได้ เร็วกว่าและนำเสนอได้ทั้งเสียง รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานั้นทางบริษัท เอนไซโคลพีเดีย บริทานิกา ยังคงเชื่อมั่นในคุณภาพของตนเองและยึดติดกับรูปแบบเดิมที่พิมพ์สารานุกรมในกระดาษที่มีคุณภาพดี และไม่ได้สนใจที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอแต่ประการใด ทั้งที่การพิมพ์บนกระดาษคุณภาพดี เล่มใหญ่นั้นทำให้ราคาของสารานุกรมสูงและไม่สะดวกในการปรับปรุงให้ทันสมัย ปรากฏว่าเพียงช่วงเวลา 3 ปี ยอดขายต่อปีของบริษัท เอนไซโคลพีเดีย บริทานิกา ลดลงจาก 117 ล้านเหรียญสหรัฐ เหลือเพียง 57 ล้านเหรียญสหรัฐ ทำให้บริษัทต้องเผชิญกับปัญหาล้มละลายและอื่นๆ ซึ่งเป็นผลอันสืบเนื่องจากการวางกลยุทธ์ผิดพลาดและไม่ได้ให้ความสนใจกับผลกระทบจากธุรกิจในรูปแบบของซีดีรอม ทำให้บริษัท เอนไซโคลพีเดีย บริทานิกา ไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่ต้องปรับตัวเองให้เข้ากับธุรกิจแบบดิจิทัลได้ โดยได้เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลเป็นบริทานิกาออนไลน์ (Britannica Online) ซึ่งเป็นการให้บริการสารานุกรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยการสมัครสมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าการซื้อสารานุกรมมาก จากการดำเนินการนี้เองทำให้บริษัท เอนไซโคลพีเดีย บริทานิกา สามารถกลับมาสร้างรายได้ มากขึ้นอีกครั้ง นอกจากนี้ข้อมูลในสารานุกรมยังสามารถปรับปรุงให้ทันสมัยและสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้ง่ายอีกด้วย อย่างไรก็ตามบริษัท เอนไซโคลพีเดียบริทานิกา ยังคงผลิตสารานุกรมในรูปแบบหนังสือแบบเดิมอยู่ แต่ธุรกิจหลักได้กลายเป็นบริทานิกา ออนไลน์แทน (สมชาย นำประเสริฐชัย. 2543: 95-96)

การปรับเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจนั้นควรเริ่มปรับเปลี่ยนทันทีที่พิจารณาว่าจำเป็นเพื่อความพร้อมขององค์กรในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ไม่ใช่รอจนกระทั่งธุรกิจมีปัญหาและถูกบังคับให้ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เลวร้าย การปรับเปลี่ยนในยุคสารสนเทศนี้แตกต่างจากยุคอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้และติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา เพื่อใช้ในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาประยุกต์และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินการทางธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องกล้าพอที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงาน และต้องสามารถนำเทคโนโลยีมาสร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้สูงขึ้น

ธุรกิจทุกประเภทอาจถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ เนื่องจากสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น อุตสาหกรรมการผลิตต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับการวิจัยตลาด การจัดส่งสินค้าและการโฆษณา การทำธุรกิจการเกษตรก็ต้องอาศัยสารสนเทศเช่นเดียวกัน เพื่อลดความเสี่ยงดังนี้ (ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์. 2545: 58)

1. ช่วยเตือนภัยล่วงหน้าจากภัยที่ไม่ได้คาดคิด เช่น ภัยจากธรรมชาติ โรคระบาด ทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย กระทั่งถึงกิจกรรมอื่นๆ เช่น การขาย การแปรรูปสินค้า ดังนั้น ถ้าการประกอบธุรกิจการเกษตรใดมีระบบสารสนเทศที่สามารถเตือนภัยได้ล่วงหน้า หรือรวดเร็วทันเหตุการณ์ ก็จะทำให้การประกอบธุรกิจการเกษตรนั้นสามารถปรับปรุงการดำเนินงาน หรือป้องกันล่วงหน้า เป็นการลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจการเกษตรให้น้อยลง

2. ช่วยประเมินสถานการณ์การตลาดได้ใกล้เคียงความจริง คือ เมื่อมีข้อมูลทางด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นจำนวนการผลิตและราคา จะใช้สารสนเทศประเมินสถานการณ์ล่วงหน้าได้ถูกต้องและตัดสินใจวางแผนว่าจะผลิตมากหรือน้อย เพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจการเกษตรอันไม่แน่นอนทางด้านราคาของวัตถุดิบ

3. ช่วยให้การประกอบธุรกิจการเกษตรปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันในตลาดได้ในสภาวะการแข่งขันทางการตลาดสูง สารสนเทศย่อมมีบทบาทสูงตามไปด้วย เนื่องจากการประกอบธุรกิจการเกษตรที่รับรู้สารสนเทศทางด้านการตลาดอย่างกว้างขวาง แม่นยำและรวดเร็ว ย่อมจะสามารถปรับกลยุทธ์การผลิตได้อย่างรวดเร็ว จึงช่วยให้การประกอบธุรกิจการเกษตรสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ช่วยให้การประกอบธุรกิจการเกษตรนำสินค้าออกสู่ตลาดในช่องทางและเวลาที่ให้กำไรได้มากที่สุด คือ สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่ายเก็บรักษายาก ดังนั้น องค์กรจึงมีความต้องการสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการตลาด ที่จะสามารถรับซื้อสินค้าในเวลาที่ยรวดเร็ว เพื่อตัดสินใจนำสินค้าออกสู่ตลาดตามความต้องการของผู้บริโภคได้ และเป็นการลดความเสียหายอันเกิดจากการเน่าเสียของสินค้าอีกด้วย

ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันสูง สารสนเทศได้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับองค์กรทางธุรกิจ ในเรื่องของ การนำสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ พบว่าสารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรทางธุรกิจ ดังคำกล่าวที่ว่า ความรู้ คือ อำนาจ หรือ สารสนเทศ คือ อำนาจ (Information is power) ใครมีข้อมูลมากผู้นั้นย่อมมีอำนาจมาก คำดังกล่าวสามารถพิสูจน์ได้ดีในวงการธุรกิจหรืออุตสาหกรรม บริษัทใดมีข้อมูลทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ย่อมได้เปรียบกว่าบริษัทที่ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยี

แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจ

แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจ เป็นแหล่งที่สามารถให้สารสนเทศทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการสารสนเทศขององค์กรทางธุรกิจได้ ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาคือ แหล่งที่มาของสารสนเทศ การทราบถึงแหล่งที่มาของสารสนเทศจะช่วยให้ผู้ใช้สารสนเทศประเมินความถูกต้อง ความเชื่อถือได้ของสารสนเทศได้ดียิ่งขึ้น แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจเกิดขึ้นจาก 2 แหล่งคือ แหล่งสารสนเทศภายในองค์กรและแหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กรดังนี้ (เอกชัย เจริญนิติย์. 2548: 25-26)

แหล่งสารสนเทศภายในองค์กร

แหล่งสารสนเทศภายในองค์กร เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นภายในองค์กรซึ่งสามารถนำมาผลิตเป็นสารสนเทศที่ใช้ภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายและกฎข้อบังคับขององค์กร เช่น การปรับเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง หรือปัญหาเรื่องแรงงานสัมพันธ์ในองค์กร ซึ่งต้องนำมาพิจารณา เพราะมีความสัมพันธ์อย่างมากกับต้นทุนขององค์กร ตัวอย่างของสารสนเทศภายในองค์กรมีดังนี้

1. ประเภทของสินค้าที่กำลังผลิตในโรงงานหรือส่งออกขายในตลาด
2. ประเภทของตลาด
3. ส่วนแบ่งของสินค้าในแต่ละเขต
4. สภาพแรงงานสัมพันธ์ในองค์กร
5. ประสิทธิภาพตามปริมาณสินค้าที่ผลิตและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการผลิต
6. ผลกำไรที่องค์กรได้รับเมื่อเทียบกับองค์กรอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน
7. สภาพคล่องของบริษัท
8. อัตราการหมุนเวียนของทรัพย์สิน
9. ยอดขายของจุดคุ้มทุน
10. นโยบายการลดราคาสินค้า
11. นโยบายการให้สินเชื่อทางการค้า
12. นโยบายการกักตุนสินค้า
13. เงินลงทุนพัฒนาและวิจัยสินค้า
14. โครงสร้างขององค์กรในลักษณะรวม หรือกระจายอำนาจ

แหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กร

แหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กร เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร แล้วนำมาผลิตเป็นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถกำหนดการหรือกำหนดช่วงโอกาสที่จะตอบโต้สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาแนวทางธุรกิจไว้ ตัวอย่างของสารสนเทศภายนอกองค์กรมีดังนี้

1. คู่แข่งรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งของการตลาดมาก
2. โอกาสใหม่ทางการค้า
3. อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ เปรียบเทียบกับการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ดำเนินการ
4. สภาพตลาดแรงงาน
5. พัฒนาการทางเทคโนโลยีซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น พัฒนาการของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์
6. แนวโน้มของภาวะเงินเฟ้อ
7. สภาพเศรษฐกิจของโลก
8. แนวโน้มของอุปสงค์และอุปทานในธุรกิจที่ดำเนินอยู่
9. ระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการกู้เงินที่นำมาลงทุนในโครงการต่างๆ

10. การออกกฎหมายใหม่ของรัฐบาล

แหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กรนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น พบว่าแหล่งสารสนเทศทางธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศอีกแหล่งหนึ่งที่ผู้ใช้ควรให้ความสนใจจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ทำให้หน่วยงานหลายแห่งจัดทำข้อมูลเพื่อนำเสนอทางเว็บไซต์ ผู้ใช้สามารถค้นหาได้ง่าย ตัวอย่างของสารสนเทศทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีดังต่อไปนี้ (อัจฉรา จันทร์ฉาย. 2544: 228)

1. บริษัทบิซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) ให้สารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลบริษัทจดทะเบียนออนไลน์ในประเทศไทยที่สมบูรณ์และถูกต้อง โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.bol.co.th>
2. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้สารสนเทศเกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดขึ้น โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.set.or.th>
3. ธนาคารแห่งประเทศไทย ให้สารสนเทศเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย ฐานข้อมูลเศรษฐกิจ ตลาดการเงิน สถาบันการเงิน เศรษฐกิจเอเชีย บทความและสิ่งพิมพ์ โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.bot.or.th>
4. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ให้สารสนเทศเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศของไทย ข้อมูลเศรษฐกิจและการค้าของต่างประเทศ ภาวะส่งออกสินค้าสำคัญและเศรษฐกิจมหภาคของไทย โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.exim.go.th>
5. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ให้สารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลวิชาการ ภาวะอุตสาหกรรม ภาษีอากร ทรัพยากรมนุษย์ กฎหมาย การส่งเสริมการลงทุน การส่งออก เทคโนโลยี มาตรฐานอุตสาหกรรม พลังงานอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.fti.or.th>

6. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้สารสนเทศเกี่ยวกับการทำธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท ข้อควรรู้ในการก่อตั้งธุรกิจในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายการทำธุรกิจในประเทศไทย รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม กฎหมายสำหรับนักลงทุนต่างชาติและฐานข้อมูลการลงทุนในประเทศไทย โดยเข้าสืบค้นได้ที่ <http://www.boei.go.th>

สารสนเทศทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการใช้สารสนเทศทางธุรกิจมากขึ้น โดยที่ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องเดินทางไปค้นข้อมูลที่หน่วยงานดังกล่าว

สารสนเทศที่ได้จากแหล่งทั้งสอง สามารถใช้วิธีการรวบรวมได้ใน 2 รูปแบบคือ วิธีการรวบรวมจากแหล่งสารสนเทศปฐมภูมิ (Primary sources) และรวบรวมจากแหล่งสารสนเทศทุติยภูมิ (Secondary sources) ซึ่งการรวบรวมทั้ง 2 รูปแบบมีดังนี้ (ศรีสมรัก อินทจันทร์ยง. 2549: 61)

1. แหล่งสารสนเทศปฐมภูมิ สารสนเทศจะถูกรวบรวมขึ้นจากเหตุการณ์หรือปัญหาที่ต้องการการแก้ไขหรือตัดสินใจ เช่น การเฝ้าสังเกตบริการรับชำระเงินค่าสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเกี่ยวกับระยะเวลาที่ลูกค้าแต่ละรายใช้ในการชำระค่าสินค้า ซึ่งจะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดจำนวนผู้รับชำระเงินต่อไป หรือการออกแบบสอบถามลูกค้าเพื่อสำรวจความพอใจในการให้บริการของร้านค้า เพื่อนำสารสนเทศไปปรับปรุงบริการของร้านค้า เป็นต้น วิธีการในการรวบรวมสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศปฐมภูมินั้น ได้แก่ การเข้าสังเกตการณ์ (Observation) การทดลอง (Experiment) การสำรวจ (Survey) และการประมาณค่า (Estimation) วิธีการแต่ละวิธีมีทั้งข้อดีและข้อเสีย การจะเลือกวิธีไหนมาใช้จะต้องคำนึงความเหมาะสมที่มีต่อลักษณะของปัญหาและสารสนเทศที่ต้องการ

2. แหล่งสารสนเทศทุติยภูมิ เป็นแหล่งสารสนเทศที่ทำหน้าที่บันทึกและรวบรวมข้อมูลนำมาประมวลผลเป็นสารสนเทศไว้ก่อนแล้ว ผู้ใช้ที่ต้องการสามารถขอรับหรือขอซื้อสารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งนี้ได้ โดยทั่วไปแล้ว สารสนเทศที่ได้จากแหล่งสารสนเทศทุติยภูมินี้ จะถูกประมวลผลให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เหมาะสมกับการนำไปใช้งานแต่อาจจะมีบ้างที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ดังนั้นผู้ใช้จะต้องนำไปประมวลผลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ในประเด็นของความสะดวกแล้วแหล่งสารสนเทศทุติยภูมิจะอำนวยความสะดวกในการนำเสนอสารสนเทศให้กับผู้ใช้ได้มากกว่าแหล่งสารสนเทศปฐมภูมิ

สารสนเทศมีส่วนสำคัญในการดำเนินงาน องค์กรธุรกิจสามารถแสวงหาสารสนเทศได้จากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร จึงจะได้สารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งสารสนเทศทางธุรกิจที่มีอยู่มากมายหลายแหล่ง แต่สารสนเทศส่วนมากจะมาจากภายนอกองค์กร ดังที่ ดร็คเกอร์ (Drucker. 2544: 207) สรุปไว้ว่า ในระยะยาวแล้วสารสนเทศจากแหล่งภายนอกองค์กรจะเป็นสารสนเทศที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับธุรกิจ สารสนเทศประเภทนี้ไม่เพียงแต่เป็นพื้นฐานนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมที่ถูกต้อง แต่ยังเป็นพื้นฐานไปสู่ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคต

สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ความหมายของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ (Commercial Information Service Center) มีผู้ให้ความหมายของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ดังนี้

รักเก้และกลอสเบรนนอร์ (Rugge; & Glossbrenner. 1992: 15 - 16) ให้ความหมายว่า ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างแหล่งสารสนเทศและผู้ต้องการสารสนเทศ และได้รับผลตอบแทนที่เรียกว่า ค่านายหน้า (Commission) และได้อธิบายความแตกต่างของ นายหน้าค้าสารสนเทศ (Information Broker) และบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ (Fee – Based Information Services) ว่านายหน้าค้าสารสนเทศเป็นคำที่ประชาชนและบริษัทนิยมใช้ ส่วนคำว่าบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จะเป็นคำที่ยอมรับในวงการวิชาการ เนื่องจากเป็นคำที่ทำให้เห็นความแตกต่างของบริการสารสนเทศที่ไม่เสียค่าบริการในห้องสมุด และบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่จัดโดยองค์กร คำกำไรได้อย่างชัดเจน นักวิชาการกล่าวว่า นายหน้าค้าสารสนเทศเป็นคำที่ทำให้เห็นภาพการขายบริการสารสนเทศที่คิดค่านายหน้าเช่นเดียวกับนายหน้าค้าสังหาริมทรัพย์ ซึ่งตามความเป็นจริง การให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์นั้น มีลักษณะคล้ายกับการให้บริการของทนายความหรือแพทย์ซึ่งเป็นอาชีพที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะและคิดค่าบริการ

ฟีเธอร์และสเตอร์จ (Feather; & Sturges. 2003: 193 - 194) ให้ความหมายว่าสถาบันที่ให้บริการจัดเตรียมสารสนเทศตามความต้องการโดยมีค่าใช้จ่าย อาจจะจัดให้ในฐานะที่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของบริการสารสนเทศของห้องสมุด หรือสามารถให้บริการด้วยการติดต่อบริษัทที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ยังหมายถึงบุคคลหรือองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้าค้าสารสนเทศ ที่ขายบริการสารสนเทศและมีความเชี่ยวชาญในการหาสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ โดยค้นจากสื่อที่เผยแพร่เป็นหลัก เมื่อได้สารสนเทศที่ต้องการจะนำเสนอผู้ใช้ จะไม่หาสารสนเทศโดยการวิจัย จะไม่ปรับเปลี่ยนสารสนเทศที่หาได้ จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างแหล่งสารสนเทศกับผู้ใช้อย่างแท้จริง และมีชื่อเรียกอื่นๆ เช่น ที่ปรึกษาสารสนเทศ (Information consultant) บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ (Fee – Based Information Services) ศูนย์วิจัยทางธุรกิจ (Business Research Center) บริการสารสนเทศแบบเบ็ดเสร็จ (One – Stop Information Shop) และนักธุรกิจสารสนเทศ (Infomediary)

ลอนดราย (Londrie. 2004: Online) ให้ความหมายว่า เป็นอาชีพที่มีความชำนาญหลายๆ ด้าน เมื่อรวมเข้าด้วยกันสามารถให้สารสนเทศที่ต้องการได้ โดยใช้วิธีการต่างๆ รวมกันทั้งเทคนิคการสืบค้นจากออนไลน์ – ออฟไลน์ และการวิจัยตามความต้องการของผู้ใช้บริการ งานบริการทุกประเภทแตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าและค่าบริการที่ตกลงกันไว้ เมื่อได้สารสนเทศที่ต้องการแล้วจะนำเสนอในลักษณะที่เหมาะสม โดยการสรุปความและตรวจสอบความถูกต้องของสารสนเทศ

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2545: 16) ให้ความหมายว่า สถาบันบริการสารสนเทศโดยคิดค่าบริการ ข้อมูลที่ผู้ใช้งานต้องการมักเป็นข้อมูลที่มุ่งประโยชน์ทางด้านธุรกิจ การค้าและอุตสาหกรรมเป็นหลัก จึงต้องการข้อมูลที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ในด้านธุรกิจ โดยเสียค่าบริการให้กับสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์อาจจะเป็นห้องสมุดหรือศูนย์ข้อมูลที่จัดให้มีบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ นอกจากนั้นบุคคลหรือองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้าค้าสารสนเทศ ตัวแทนขายสารสนเทศ และองค์กรที่ทำธุรกิจอุตสาหกรรมสารสนเทศ ทำหน้าที่รวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล ประเมินค่าและเผยแพร่สารสนเทศและให้บริการตามความต้องการ

สมชาย วรรณญาณไกร (2545: 24) ให้ความหมายว่า สถาบันที่ดำเนินการรวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล ประเมินค่าและเผยแพร่สารสนเทศในลักษณะที่เป็นธุรกิจและมีนายหน้าค้าสารสนเทศทำหน้าที่จัดส่งเอกสาร ค้นหาค้นหาสารสนเทศ บริการเขียนโครงการวิจัย เขียนรายงาน ทำวิจัยวิเคราะห์ตลาด งานแปล และการจัดทำโฆษณา

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง สถาบัน หน่วยงาน องค์กร ที่ประกอบธุรกิจบริการสารสนเทศ ค้าสารสนเทศ หรือจัดหาสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้บริการโดยคิดค่าบริการและหวังผลกำไร มีคำที่ใช้เรียกสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์แตกต่างกันออกไปหลายคำ แต่พบว่าคำที่นิยมใช้กันมากคือนายหน้าค้าสารสนเทศและบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศ

จุดเริ่มต้นการประกอบธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศเริ่มต้นครั้งแรกที่ประเทศฝรั่งเศสในปี ค.ศ.1948 โดยบริษัทซิล วู เพล (S'il Vous Plait : SVP) เป็นผู้ริเริ่มธุรกิจให้บริการตอบคำถามทางโทรศัพท์แก่นักธุรกิจโดยคิดค่าบริการ ต่อมาในปี ค.ศ. 1958 บริษัทเวิลด์ ไวด์ อินฟอร์เมชัน (World Wide Information Service) ได้เปิดให้บริการข่าวสารธุรกิจสำหรับนักหนังสือพิมพ์ โดยมีสำนักงานอยู่ที่เมืองนิวยอร์กและที่เมืองนี้เอง บริษัทเอส วี พี (SVP) ได้ขยายเครือข่ายจัดตั้งบริษัทไฟนด์/เอสวีพี (FIND/SVP) ในปี ค.ศ.1969 โดยนายแอนดรูว์ การ์วิน (Andrew Garvin) และกลายเป็นบริษัทให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกา (วนิดา บัณณิม. 2540: 27)

อุตสาหกรรมสารสนเทศเริ่มต้นในสาขาเคมีและเภสัชกรรมก่อน เช่น งานพิมพ์ของเคมีคัล แอ็บสแตรคท์ (Chemical Abstracts) ในปี ค.ศ. 1907 มีการพัฒนาเทคโนโลยีการถ่ายภาพในปลายทศวรรษ 1930 โดยปรับปรุงการผลิตกล้องถ่ายรูป มีการพัฒนาเครื่องถ่ายไมโครฟิล์มทำให้การจัดหาข้อมูลข่าวสารเสียค่าใช้จ่ายถูกลงและเจริญขึ้นอย่างรวดเร็วหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เพราะปัจจัย 2 ประการ คือ

1. แรงผลักดันให้พิมพ์รายงานการวิจัยที่ยังไม่ได้จัดพิมพ์เผยแพร่จำนวนมากเพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

2. การจัดตั้งแผนการมาร์แชล (Marshall) เพื่อหาผู้ช่วยเหลือด้านเงินทุนและจัดหาข้อมูลที่สำคัญๆ ส่งไปยุโรปสำหรับการปรับปรุงการสร้างความใหม่และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

ในปี ค.ศ. 1952 มีการจัดตั้งบริษัทด็อกคิวเมนต์อินช (Documentation Inc.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ปรึกษาการให้ข่าวสารข้อมูลของเอกชนแห่งแรก ต่อมาในปี ค.ศ. 1955 ได้มีการจัดตั้งบริษัท เฮอเนอร์ เมเยอร์ แอนด์ โค (Herner Meyer & co.) ซึ่งได้รับเงินช่วยเหลือเป็นเงิน 12,000 ดอลลาร์สหรัฐ จากมูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติสหรัฐ (NSF) มีการก่อตั้งสมาคมยูจีน การ์ฟิลด์ (Eugene Garfield) โดยทำสัญญากับเบล แล็บส์ (Bell Labs) ทำสารบัญที่เป็นปัจจุบัน (Current contents) ของสิ่งพิมพ์สำคัญๆ และในปี ค.ศ. 1964 สมาคมยูจีน การ์ฟิลด์ ได้จัดพิมพ์ดัชนีการอ้างถึงในสาขาวิทยาศาสตร์ (Science Citation Index) กำหนดออกปีละ 4 ฉบับ หลังจากนั้นมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยต่างๆ ได้เริ่มทำวิจัยและพัฒนาในสาขาสารสนเทศศาสตร์ และการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงานสารสนเทศเพื่อสนองความต้องการข่าวสารข้อมูลและมีการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น การถ่ายไมโครฟิล์มและการถ่ายเอกสาร นอกจากนี้ยังมีการใช้คอมพิวเตอร์อย่างกว้างขวางในการทำดัชนีข้อมูลอีกด้วย แต่ยังไม่สามารถจัดเก็บเนื้อหาของข้อมูลทั้งหมดได้

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 การเติบโตของข้อมูลข่าวสารมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางในการใช้คอมพิวเตอร์และการใช้เทคโนโลยีด้านข่าวสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นพร้อมกับการเติบโตของข้อมูลข่าวสารในระหว่างปี ค.ศ. 1960 – 1970 เป็นช่วงเวลาที่สำคัญเพราะรัฐบาลเพิ่มเงินช่วยเหลือในด้านการวิจัยขั้นพื้นฐานและการวิจัยประยุกต์ทำให้มีเอกสารจำนวนมากมายังนั้นจำนวนข้อมูลที่ต้องวิเคราะห์และเก็บไว้เผยแพร่ภายหลังหรือนำมาแก้ไขในอนาคตจึงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิทยาการสาขาใหม่ๆ มากขึ้น มีการทำวิจัยเป็นทีมมากขึ้น เพราะเครื่องมือสมัยใหม่ที่ใช้ในการทดลองมีราคาแพง

อุตสาหกรรมสารสนเทศในทศวรรษ 1970 – 1980 บริษัทล็อกฮีต อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส (Lockheed Information Services) และบริษัทเอสดีซี ซีร์ช เซอร์วิส (SDC Search Service) ได้พัฒนาการให้บริการระบบฐานข้อมูล การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจข่าวสารข้อมูลดังกล่าวทำให้ระบบคอมพิวเตอร์และการสื่อสารข้อมูลมีบทบาทมากขึ้น นอกจากนี้การให้บริการด้านไมโครคอมพิวเตอร์และโทรภาพสาร (Teletext) ทำให้สามารถผลิตข้อมูลได้ในทุกรูปแบบสำหรับใช้ในที่ทำงานหรือแม้แต่ที่บ้าน นอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีดาวเทียมและการสื่อสารระยะไกลทำให้การส่งข้อมูลจากหน่วยความจำกลางของคอมพิวเตอร์ไปสู่ผู้ใช้ข้อมูลที่ปลายทางได้รับความสะดวกขึ้น (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. 2545: 57 - 58)

ในปี ค.ศ. 1980 รายงานธุรกิจสารสนเทศ (The Business of Information Report) สํารวจพบว่าในต่างประเทศมีบริษัทสารสนเทศเป็นจํานวนมาก สมาคมอุตสาหกรรมสารสนเทศ (Information Industry Association) จึงได้จําแนกบริษัทสารสนเทศออกเป็น 6 ประเภท ตามลักษณะการให้บริการดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542: 150 - 151)

1. บริษัทสารสนเทศปฐมภูมิ คือ บริษัทรับจัดบริการรวบรวมสารสนเทศปฐมภูมิ เฉพาะสาขาวิชา บริษัทประเภทนี้จะเป็นผู้ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลเอง

2. บริษัทสารสนเทศทุติยภูมิ คือ บริษัทรับจัดบริการสารสนเทศทุติยภูมิรวมทั้ง การอ้างอิงไปยังแหล่งสารสนเทศอื่นๆ รวมทั้งแหล่งสารสนเทศปฐมภูมิ ซึ่งมีความชำนาญในการ จัดพิมพ์ทำเนียบนาม เช่น สารานุกรมสมาคม (Encyclopedia of Association) นามานุกรมห้องสมุดเฉพาะและศูนย์สารสนเทศ (Directory of Special Libraries and Information Centers)

บริษัทสารสนเทศทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิโดยทั่วไปจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีกิจการ มั่นคง และมีความพร้อมในเรื่องแหล่งทรัพยากร เทคโนโลยี เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร การเก็บรวบรวมข้อมูลมักกระทำในรูปของฐานข้อมูล โดยข้อมูลผ่านกระบวนการจัดดำเนินการ จัดเก็บ ประมวลผล และค้นคืนอย่างมีระบบ ธุรกิจสารสนเทศมีข้อดีพิเศษจากธุรกิจชนิดอื่น คือ สามารถขายสารสนเทศได้ซ้ำแล้วซ้ำอีกโดยไม่หมดสิ้นและสามารถปรับปรุงให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

3. บริษัทสารสนเทศจากฐานข้อมูล คือ บริษัทที่คําสารสนเทศจากฐานข้อมูล คอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจผลิตโดยบริษัทเองหรือรวบรวมจากแหล่งอื่น บริษัทสารสนเทศปฐมภูมิและ ทุติยภูมิเปรียบเสมือนเป็นโรงงานผลิตสารสนเทศ ส่วนบริษัทสารสนเทศจากฐานข้อมูล เปรียบเสมือนผู้ขนส่งหรือเป็นผู้แจกจ่ายโดยคิดค่าบริการจากผู้ใช้งานฐานข้อมูล

4. บริษัทสารสนเทศรายย่อย คือ บริษัทที่มีลักษณะเป็นบริษัทนายหน้าหรือที่ปรึกษา ให้บริการค้นหาสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ บริการเอกสารสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูล จัดทำรายงาน ช่วยทําวิจัยสนาม หรือเป็นตัวกลางติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ให้กับลูกค้าตาม ข้อตกลงเป็นรายๆ

5. บริษัทธุรกิจบริการจัดประชุม สัมมนา คือ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจจัดประชุม สัมมนาฝึกอบรมบุคลากรแก่หน่วยงาน สถาบัน และเอกชน ซึ่งดำเนินการทั้งหมดเกี่ยวกับการประชุมสัมมนา ไม่ว่าจะเป็นการจัดรายการ การติดต่อวิทยากร การติดต่อของสถานที่ประชุม ที่พัก ผู้เข้าประชุมสัมมนา การประชาสัมพันธ์ การจัดเตรียมของว่าง เอกสารและอื่นๆ โดย ค่าใช้จ่ายทั้งหมดและค่าบริการจะรวมเฉลี่ยเป็นค่าลงทะเบียนที่ผู้เข้าสัมมนาหรือประชุมต้องจ่าย บริษัทธุรกิจบริการจัดประชุมสัมมนาอาจเป็นผู้จัดประชุมสัมมนาหรือเป็นตัวแทนจัดให้กับหน่วยงาน สถาบันหรือสมาคมวิชาการ สมาคมวิชาชีพต่างๆ

6. บริษัทส่งเสริมบริการสารสนเทศ คือ บริษัทรับเหมาดำเนินงานกิจการต่างๆ เกี่ยวกับสารสนเทศ เช่น การจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ การช่วยเหลือในการจัดระบบ การจัดการเกี่ยวกับเครื่องอำนวยความสะดวกในการค้นคืนสารสนเทศ บริษัทประเภทนี้อาจเป็นบริษัทเล็กๆ ที่มีโปรแกรมเมอร์เพียงคนเดียวทำหน้าที่ออกแบบระบบสำหรับลูกค้าแต่ละรายหรือขายข้อมูลสำเร็จรูปแก่ลูกค้า หรืออาจเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีคอมพิวเตอร์หลายเครื่องไว้ให้บริการ

ทั้งนี้ บริษัทค้าสารสนเทศบางแห่งมีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวข่งกันหลายประเภทโดยอาจจะดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้ง 6 ประเภท หรือดำเนินธุรกิจมากกว่า 1 ประเภท จากการจำแนกประเภทของบริษัทค้าสารสนเทศของสมาคมอุตสาหกรรมสารสนเทศที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดอยู่ในกลุ่มบริษัทค้าสารสนเทศรายย่อย นอกจากนี้ลักษณะของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่พบในต่างประเทศจะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ สถาบันที่ให้บริการฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ และนายหน้าค้าสารสนเทศ (ประภาวดี สืบสนธิ์. 2543: 157) สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ทั้ง 2 ลักษณะมีรายละเอียดดังนี้

1. สถาบันที่ให้บริการฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ คือ ธุรกิจที่ให้บริการสืบค้นหรือเรียกใช้สารสนเทศจากฐานข้อมูล ประกอบด้วยองค์กรและบริษัทต่างๆ ที่เป็นศูนย์บริการฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น โอซีแอลซี (Online Computer Library Center : OCLC)

โอซีแอลซีก่อตั้งในปี ค.ศ. 1967 เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรแต่ต้องเป็นสมาชิกให้บริการห้องสมุดที่ใช้คอมพิวเตอร์และหน่วยงานวิจัย โดยมุ่งเน้นให้บริการแก่สาธารณะเพื่อขยายขอบเขตการเข้าถึงโลกสารสนเทศและลดค่าใช้จ่าย ปัจจุบันมีห้องสมุดจำนวน 50,540 แห่งจาก 84 ประเทศทั่วโลกที่ใช้บริการของโอซีแอลซี ในการจัดซื้อ จัดหา จัดหมวดหมู่ และการยืมทรัพยากรห้องสมุด นักวิจัย นักเรียน คณาจารย์ นักศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ บรรณารักษ์และผู้ที่ต้องการสารสนเทศอื่นๆ ใช้บริการบรรณานุกรม สารสังเขปและสารสนเทศฉบับเต็มของโอซีแอลซี ซึ่งโอซีแอลซี และห้องสมุดสมาชิกมีความร่วมมือในการจัดทำและดูแลฐานข้อมูล เวิลด์แคท (WorldCat) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลออนไลน์ของโอซีแอลซี โดยที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปสืบค้นสารสนเทศได้ที่ <http://www.oclc.org/about/default.htm>

2. นายหน้าค้าสารสนเทศ คือ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการหาสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ โดยค้นจากสื่อที่เผยแพร่เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นฐานข้อมูลออนไลน์ ซีดีรอม สิ่งพิมพ์ที่ซีดีรอม หรือค้นจากห้องสมุดและสถาบันบริการสารสนเทศต่างๆ เมื่อได้เรื่องที่ต้องการจะนำเสนอผู้ใช้นั้นนายหน้าค้าสารสนเทศในความหมายเดิมจะไม่หาสารสนเทศโดยการวิจัย จะไม่ปรับเปลี่ยนสารสนเทศที่หาได้ จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างแหล่งสารสนเทศและผู้ใช้อย่างแท้จริง โดยสรุปแล้วนายหน้าค้าสารสนเทศมีลักษณะดังนี้

2.1 ให้บริการตามคำขอ

2.2 ค้นหาสารสนเทศจากสื่อที่เผยแพร่ที่มีอยู่ ในบางครั้งอาจใช้โทรศัพท์หรือสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

2.3 ดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไร

ในต่างประเทศนายหน้าค้าสารสนเทศเป็นอาชีพที่แพร่หลายและมีการแข่งขันกัน ผู้ประกอบการต่างปรับปรุงลักษณะบริการของตนให้ขายได้ เช่น เพิ่มบริการให้คำปรึกษาสารสนเทศ วิจัยตลาด จัดทำโครงการ และจัดการประชุมสัมมนา

พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การรวมตัวกันของผู้ประกอบการค้าสารสนเทศจากทวีปยุโรป ลาตินอเมริกา และผู้ประกอบการค้าสารสนเทศในประเทศสหรัฐอเมริกาที่เมืองมิลวอกี (Milwaukee) มลรัฐวิสคอนซิน เพื่อสร้างเครือข่ายร่วมกันในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยการจัดตั้งสมาคมวิชาชีพสารสนเทศอิสระหรือเอไอไอพี (Association of Independent Information Professionals : AIIP) (Levine. 1995: Online) แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีจุดประสงค์การก่อตั้งบริษัทและมีบริการหลายอย่างที่แตกต่างกัน แต่ที่คล้ายคลึงกันทั้งหมดก็คือ การดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการสืบค้นสารสนเทศ การจัดองค์กรและการวิเคราะห์หรือการให้คำปรึกษาและการจัดการ ความจำเป็นในเรื่องมาตรฐานวิชาชีพได้รับการยอมรับและระบุไว้ในจรรยาบรรณการประกอบธุรกิจ โดยกล่าวถึงความรับผิดชอบของสมาชิกและมาตรฐานที่กำหนดไว้ ให้มีการศึกษาต่อเนื่องเพื่อยกระดับทักษะจึงเป็นหัวข้อสำคัญในการประชุมองค์กร ซึ่งจัดให้มีการประชุมทุกปีในเมืองใหญ่ของสหรัฐ โปรแกรมเพิ่มเติมอื่นๆ เช่น ลิขสิทธิ์ ความรับผิดชอบและข้อกฎหมายต่างๆ ทำให้สมาชิกพัฒนาองค์กรได้มากขึ้น (Association of Independent Information Professionals. 2003: Online)

โดยสรุปแล้ว พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในต่างประเทศเริ่มต้นจากบริการตอบคำถามทางโทรศัพท์โดยคิดค่าบริการ มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ในอุตสาหกรรมสารสนเทศ โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการฐานข้อมูล ทำให้ธุรกิจข่าวสารข้อมูลเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีบริษัทค้าสารสนเทศเกิดขึ้นจำนวนมากและมีการจัดตั้งสมาคมวิชาชีพสารสนเทศอิสระ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่พบในต่างประเทศจะมีอยู่ 2 ลักษณะคือ สถาบันที่ให้บริการฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์และนายหน้าค้าสารสนเทศ

พัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย

พัฒนาการการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยได้เริ่มต้นขึ้นราวสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2489 พร้อมๆ กับการเข้ามาของสำนักข่าวรอยเตอร์ โดยการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในยุคนั้นจะอยู่ในรูปของจดหมายข่าวที่เป็นสรุปข่าวในตอนเช้า ซึ่งมีพนักงานส่งเอกสารนำส่งแก่สมาชิกวันต่อวัน อีก 14 ปีต่อมาจึงมีบริการข่าวสารข้อมูลเป็นระยะๆ ผ่านเครื่องโทรพิมพ์ (Telex) ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับข่าวสารข้อมูลที่เร็วขึ้น แต่ยังไม่ใช้บริการข้อมูลข่าวสารแบบออนไลน์และยังห่างไกลคำว่าออนไลน์แบบวินาทีต่อวินาทีหรือแบบเรียลไทม์ (Real-time) ในปัจจุบันมาก

ในปี พ.ศ. 2526 หรือราว 10 ปี หลังจากทีรอยเตอร์ได้นำระบบบริการข้อมูลทางจอภาพออกบริการทั่วโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 ประวัติศาสตร์การบริการข้อมูลออนไลน์ในประเทศไทยจึงเริ่มต้นขึ้น ระบบจอภาพดังกล่าวสามารถเรียกข้อมูลจากสำนักงานใหญ่มาดูได้ มาให้บริการเป็นรายแรกโดยมุ่งเน้นลูกค้าในตลาดกลุ่มการเงินและธนาคาร และในปีนั้น บิสนิส บริษัทสำนักข่าวแห่งแรกของคนไทยและเป็นตัวแทนของสำนักข่าว คไนร์ท-ริดเดอร์ ยูนิคอม (Knirht-Ridder Unicom) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท คไนร์ท-ริดเดอร์ อินซ์ (Knirht-Ridder Inc) ประเทศสหรัฐอเมริกาได้เข้ามาให้บริการข่าวสารด้านธุรกิจแบบเรียลไทม์ ผ่านทางจอภาพคอมพิวเตอร์เช่นกัน โดยใช้ชื่อในขณะนั้นว่าบริษัทสำนักข่าวสารธุรกิจจำกัด อีกประมาณ 2 ปีต่อมาบริษัทเทลเรท (Telerate) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มดาวโจนส์ประเทศสหรัฐอเมริกาได้นำระบบจอภาพมาบริการแข่งขันในตลาดกลุ่มเดียวกันกับรอยเตอร์ (พัฒนาการบริการข้อมูล. 2537: 22)

ในปีเดียวกันนี้เอง บริษัท เดอะ คลิปปิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทของ ธัญญา ผลอนันต์ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในรูปของกฤตภาคและจัดส่งข่าวทางด้านพัฒนาสังคมไปให้นักวิจัยในประเทศเยอรมนีโดยตรงเดือนละ 2 ครั้ง โดยได้รับทุนในการสนับสนุนในการจัดส่งกฤตภาคข่าว บริษัท เดอะ คลิปปิง จำกัด จึงขยายขอบเขตการให้บริการโดยให้บริการแก่บุคคลทั่วไปด้วย โดยได้เริ่มต้นการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 (วนิดา บัจฉิม. 2540: 30) แต่ต่อมาบริษัท เดอะคลิปปิง จำกัด ประสบปัญหาต้องเลิกกิจการเนื่องจากในช่วงนั้นธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายรวมทั้งบริษัทมีขนาดเล็ก เงินทุนไม่เพียงพอ และประกอบกิจการบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นธุรกิจหลักเพียงอย่างเดียวทำให้ขยายฐานลูกค้ายาก ธุรกิจจึงไม่ขยายตัวเท่าที่ควร

ประมาณปี พ.ศ. 2533 การให้บริการข้อมูลซื้อขายหลักทรัพย์จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแบบเรียลไทม์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาท เนื่องจากบรรดาโบรกเกอร์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกลุ่มนักธุรกิจรวมถึงนักเล่นหุ้นที่หวังเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ต่างต้องการข้อมูลส่วนนี้ จึงเกิดธุรกิจคนกลางรับซื้อข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้บริการหลักทรัพย์ในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นในวงการธุรกิจบริการข้อมูลออนไลน์ และแตกขยายการให้บริการข้อมูลในด้านอื่นๆ ขึ้นมาอีกมากมาย นับได้ว่าการให้บริการข้อมูลซื้อขายหลักทรัพย์เป็นยุคแรกเริ่มของธุรกิจค้าข้อมูล

ในส่วนของบริษัทเอกชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักพิมพ์หรืออุตสาหกรรมการพิมพ์ หนังสือ วารสาร นิตยสารและหนังสือพิมพ์ ได้เริ่มเล็งเห็นช่องทางในการเข้าสู่ธุรกิจข่าวสารมากขึ้น จึงได้คิดพัฒนาในส่วนของห้องสมุดมาเป็นศูนย์ข้อมูลเชิงพาณิชย์ ซึ่งสามารถทำได้ง่ายเพราะธุรกิจนี้มีลูกค้าอยู่แล้ว เช่น ศูนย์ข้อมูลมติชนและศูนย์ข้อมูลเนชั่น

ในปี พ.ศ. 2521 ศูนย์ข้อมูลมติชน ได้พัฒนาขึ้นจากห้องสมุดหนังสือพิมพ์ของเครือมติชนที่มุ่งจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร เสริมการทำงานของกองบรรณาธิการและสิ่งพิมพ์ในเครือทุกฉบับ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ที่ต้องการความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล ข่าวสาร ต่อมาได้พัฒนาระบบงานรูปภาพและงานบริการผู้ใช้ศูนย์ข้อมูล เป็นหน่วยงานที่

ตอบสนองความต้องการใช้ข้อมูล ข่าวสารของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ นิตยสารทุกฉบับใน เครื่องติชน รวมถึงประชาชนและบุคคลภายนอกที่สนใจ ได้เริ่มพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์และการ จัดเก็บกฤตภาคโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้พัฒนาระบบกฤตภาคข่าวออนไลน์ (News Clipping Online) และเริ่มให้บริการแก่ลูกค้าและบุคคลภายนอก มีลูกค้าใช้บริการทั้งกฤตภาคข่าวออนไลน์ กฤตภาคข่าวซีดีรอม (News Clipping on CD-ROM) และแฟ้มกฤตภาคข่าว (News Clipping Byhand) ทั้งภาครัฐและเอกชน เปิดให้บริการมาจนถึงปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์ข้อมูลมติชน. 2547ก: ออนไลน์)

ในปี พ.ศ. 2532 ศูนย์ข้อมูลเนชั่นหรือเรียกสั้นๆ ว่า นิกส์ (National International Communications : NIC) ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม ในช่วงที่นักธุรกิจไทยเริ่มต้นตัว ทางด้านข้อมูลข่าวสาร ขณะนั้นนิกส์เป็นหนึ่งในไม่กี่แห่งของบริษัทเอกชนที่ประกาศตัวเป็น แหล่งขายข้อมูลอย่างเป็นทางการ โดยมีวัตถุประสงค์ในช่วงแรกเพื่อดำเนินธุรกิจบริการสารสนเทศ เชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการบริการข้อมูล ข่าวสาร ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ให้กับนักธุรกิจเอกชน สำนักข่าวต่างประเทศหรือองค์กรระหว่าง ประเทศ ได้ทราบข้อมูลจากเมืองไทยอย่างถูกต้อง ต่อมาเมื่อได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจึงมี การขยายขอบข่ายงานเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ เพราะนิกส์ได้เข้ามาสู่ตลาดการซื้อขายข้อมูลในช่วงที่ เหมาะสม ช่วงที่นักธุรกิจได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ข้อมูลข่าวสารช่วยตัดสินใจ กลุ่มลูกค้าจึงมีมากมายหลายประเภท บริการต่างๆ ของนิกส์ได้ขยายให้ทันกับความต้องการของ ผู้ใช้หลายรูปแบบ เช่น บริการข้อมูล ข่าวสาร ภาพและสไลด์แก่ลูกค้าทุกระดับทั่วโลก (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. 2545: 51)

สำหรับการบริการด้านการค้นฐานข้อมูลระบบออนไลน์หรือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในประเทศไทย เกิดขึ้นเมื่อการสื่อสารแห่งประเทศไทยได้เปิดบริการติดต่อศูนย์รวบรวมข้อมูลและ ศูนย์ประมวลผลระหว่างประเทศ (International Database Access and Remote Computing : IDAR) เมื่อ พ.ศ. 2527 การค้นฐานข้อมูลต้องอาศัยฐานข้อมูลต่างประเทศเป็นหลัก ในระยะแรกมี ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชียหรือเอไอทีที่ให้บริการฐานข้อมูล ไตอะลอก (DIALOG) ต่อมามหาวิทยาลัยและรัฐวิสาหกิจบางแห่งเปิดให้บริการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกือบทุกแห่งได้เปิดบริการค้นฐานข้อมูลด้วยซีดีรอม ทำให้ปริมาณการใช้บริการค้นฐานข้อมูลระบบออนไลน์ลดน้อยลง

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านสารสนเทศมีต้นทุนสูง สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงได้จัดศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี เพื่อบริการ สารสนเทศทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รับผิดชอบการสร้างฐานข้อมูลสารสนเทศวิชาการ ของประเทศเป็นผู้ให้บริการฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ ซึ่งให้บริการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์และ ฐานข้อมูลซีดีรอมที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เช่น ไตอะลอก เล็กซิส/เน็กซิส (Lexis/Nexis) เอ็สทีเอ็น อินเตอร์เนชันแนล (STN International) และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย รวมทั้งฐานข้อมูลอื่นๆ ที่มีสารสนเทศซึ่งนักวิจัย นักศึกษา ผู้บริหาร และผู้ประกอบการธุรกิจ

เกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ต้องการใช้ในการทำงาน การบริการ สืบค้นฐานข้อมูลในเชิงพาณิชย์ที่ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริม ให้บุคลากร นักวิจัยของหน่วยงานราชการและนักศึกษารวมทั้งภาคเอกชนมีโอกาสสืบค้น สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่กว้างขวางและทันสมัย (ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2547: ออนไลน์)

ในส่วน of ศูนย์วิจัยของธนาคาร เช่น บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด และบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าสู่ธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยการดำเนินงานในรูปแบบของบริษัทที่ปรึกษาและการวิจัยในแขนงต่างๆ ดังนี้

บริษัท ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (SCB Research Institute : SCBRI) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537 เพื่อให้บริการเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจและงานวิจัยเชิงเศรษฐกิจแก่บุคคลทั่วไปทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเชิงวิชาการในการวางแผนประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจและเศรษฐกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์บริษัทเพื่อธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจการให้สินเชื่อและการลงทุนทั่วไป รวมทั้งเพื่อสนับสนุนการวางแผนนโยบาย และโครงการต่างๆ โดยให้บริการวารสารและรายงานต่างๆ แก่สมาชิกดังนี้

1. วารสารสถานการณ์เศรษฐกิจ เป็นวารสารรายเดือนที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์และคาดการณ์เศรษฐกิจ การเงินทั้งในและต่างประเทศที่เป็นข้อมูลล่าสุด พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลทางสถิติที่น่าสนใจ เช่น เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจโลก ตลาดเงิน ตลาดทุน ตลาดการค้า การลงทุนภาคเอกชน

2. วารสารเศรษฐกิจปริทัศน์ เป็นวารสารรายเดือนที่นำเสนอบทความวิเคราะห์ประเด็นทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจ โดยมุ่งที่จะให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงรายละเอียดความเป็นมาของประเด็นที่น่าสนใจ การวิเคราะห์แนวโน้มและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

3. วารสารวิจัยการตลาด เป็นวารสารรายไตรมาสที่นำเสนอข้อมูลการตลาดด้านต่างๆ ได้แก่ การศึกษาตลาด ราคาสินค้า ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค

4. รายงานแนวโน้มธุรกิจ เป็นรายงานนิตยสารพิเศษที่นำเสนอการศึกษาและวิเคราะห์ธุรกิจประเภทต่างๆ กว่า 150 ประเภท โดยจัดเป็นหมวดหมู่ไว้รวม 20 หมวด เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างธุรกิจ ภาวะและขนาดตลาด จำนวนผู้ประกอบการและกำลังการผลิต ภาวะปัจจุบันและแนวโน้มในระยะ 1-2 ปี ข้างหน้าทั้งในด้านการตลาดและการผลิต รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงดัชนีภาวะธุรกิจและสรุปประเด็นสำคัญ

นอกจากบริการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ยังมีบริการรายงานทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บริการรายงานภาวะตลาดการเงินและแนวโน้มรายสัปดาห์ รายงานความเคลื่อนไหวและคาดการณ์มูลค่าการส่งออกรายเดือน รายงานความเคลื่อนไหวและคาดการณ์มูลค่าการนำเข้ารายเดือน และรายงานความเคลื่อนไหวการค้าน้ำมันรายเดือน (ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. 2547: ออนไลน์)

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด เป็นบริษัทในเครือของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2537 เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2538 เพื่อผลิตผลงานวิจัยในแขนงต่างๆ เผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม เนื้อหาสาระอย่างกว้างขวางทั้งด้านภาวะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจอุตสาหกรรม และเกษตรกรรม สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศ ความเคลื่อนไหวของตลาดเงินและตลาดหุ้น รวมถึงฐานะการดำเนินงานของสถาบันการเงินทุกประเภท บริการต่างๆ ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีดังนี้

1. เศรษฐวิเคราะห์ เป็นบริการที่รวบรวมรายงานวิเคราะห์วิจัยทั้งใน ภาคเศรษฐกิจระดับจุลภาคและมหภาค ภาคการเงินและภาคเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเน้นกระแส ของข่าวสารข้อมูลที่กำลังเป็นที่จับตามองในขณะนั้น รวมทั้งการรายงานสถานการณ์ทางการเงิน การตลาด และหุ้นรายสัปดาห์

2. โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม

3. เศรษฐธุรกิจ เป็นบริการที่รวบรวมรายงานวิเคราะห์วิจัยในภาคเศรษฐกิจแขนง ต่างๆ โดยเน้นการวิเคราะห์สถานการณ์หรือประเด็นที่น่าสนใจในแขนงนั้นโดยเฉพาะ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยให้บริการโดยการรับสมัครสมาชิกผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของบริษัทและการสั่งซื้อผลงานวิจัยในรูปแบบแผ่นซีดีรอม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2548: ออนไลน์)

ในปี พ.ศ. 2545 มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา และได้ให้ บริการกฤตภาคหนังสือพิมพ์ (News clip) เมื่อเดือนเมษายน โดยรวบรวมจากหนังสือพิมพ์ที่ วางจำหน่ายในประเทศที่มีทั้งข่าว บทสัมภาษณ์ บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ รายงานและข้อเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรภาครัฐและเอกชนรวมทั้งข้อมูลบุคคล ซึ่งให้บริการข่าวของปีปัจจุบันและ ย้อนหลัง เป็นประโยชน์ต่อการติดตามข่าวสารแบบวันต่อวัน ใช้ในการค้นคว้าอ้างอิงสำหรับ งานวิชาการ การวิจัยและเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจ การสืบค้นฐานข้อมูล กฤตภาคข่าวมีการให้หัวข้ออย่างละเอียดตามหลักบรรณารักษศาสตร์ถึง 22 หมวดหมู่ สามารถ สืบค้นคำสำคัญ (Key words) ได้ตามภาษาธรรมชาติ จัดเก็บบนแผ่นซีดีรอมและสามารถสืบค้น จากฐานข้อมูลที่ทันสมัย โดยมีวิธีการให้บริการดังต่อไปนี้ (ศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อ การพัฒนา. 2548: ออนไลน์)

1. ลงทะเบียนขอใช้บริการทางเว็บไซต์ของศูนย์ข้อมูลที่ <http://www.ifd.or.th>
2. ชำระค่าบำรุงตามเงื่อนไขของการให้บริการรูปแบบต่างๆ
3. ส่งสำเนาหลักฐานการชำระเงินมายังศูนย์ข้อมูลในกรณีที่ชำระเงินแบบโอนผ่าน

ธนาคาร

4. รอรหัสผ่าน (Password) สำหรับการใช้งานจากเจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูล
5. ใช้บริการโดยใส่รหัสผ่านและชื่อผู้ใช้ (User name) และลงบันทึกออก (Log out)

ทุกครั้งเมื่อเลิกใช้งาน

นอกจากนี้ศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา ยังได้จัดรูปแบบการให้บริการกฤตภาคข่าวออนไลน์ออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. แพคเกจ เอ (Package A) เรียกดูภาพข่าวได้ 220 ข่าว อายุการใช้งาน 2 เดือน
2. แพคเกจ บี (Package B) เรียกดูภาพข่าวได้ 100 ข่าว อายุการใช้งาน 2 เดือน
3. แพคเกจ ซี (Package C) เรียกดูภาพข่าวได้ 45 ข่าว อายุการใช้งาน 1 เดือน
4. แพคเกจ ดี (Package D) เรียกดูภาพข่าวได้ 25 ข่าว อายุการใช้งาน 2 สัปดาห์

ส่วนเงื่อนไขการใช้งานกฤตภาคข่าวออนไลน์ คือ สามารถค้นข้อมูลย้อนหลังได้ ทุกหมวดข่าว กำหนดขอบเขตของเวลาที่ต้องการค้นหาได้ การนับจำนวนภาพข่าวจะเกิดขึ้นเมื่อคลิกดูภาพข่าวหรือรายละเอียดของข่าวเท่านั้น

จากพัฒนาการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าในแต่ละยุคเป็นการเข้าสู่ธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ขององค์กรและหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ การค้าข้อมูลของบริษัทเอกชน บริการของศูนย์ข้อมูลเชิงพาณิชย์ในส่วนของอุตสาหกรรมการพิมพ์ บริการฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ขององค์กรอิสระ และการให้บริการของศูนย์วิจัยธนาคาร

บุคลากรที่ดำเนินงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

บุคลากรที่ดำเนินงาน คือผู้ปฏิบัติงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และทักษะในด้านต่างๆ เพื่อการจัดบริการที่เกี่ยวข้องดังนี้ (มัสยา ฐานพันธ์นิติกุล. 2545: 27-28; อ้างอิงจาก Crawford. 1988. *Information broking : a new career in information work*)

1. ความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสารสนเทศ ทำให้สามารถทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการสารสนเทศต่อไปได้ ได้แก่ การทำวิจัย การทำสาระสังเขป การรวบรวมบรรณานุกรม การจัดทำข่าวสารทันสมัย การรวบรวมนามานุกรม การจัดทำสิ่งพิมพ์และการแปล
2. ความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการจัดการสารสนเทศ เพื่อการจัดบริการเป็นที่ปรึกษาการจัดการทรัพยากรสารสนเทศ การจัดการเอกสาร การออกแบบฐานข้อมูล
3. ความรู้และความเชี่ยวชาญในการค้นคืนสารสนเทศ เพื่อการจัดบริการสืบค้นสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้

4. ความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้อง นอกจากจะให้บริการสารสนเทศแล้วยังมีบริการด้านอื่นๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา การประชุม และการฝึกอบรม บุคลากรจำเป็นต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ เช่น ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ด้านการบริการ ความสามารถทางด้านภาษา

5. ความรู้เฉพาะสาขาวิชา ผู้ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ควรมีความรู้ในสาขาวิชาเฉพาะ โดยสามารถเข้าใจเนื้อหาและแนวโน้มของศาสตร์ด้านนั้นๆ โดยเฉพาะความรู้สาขาที่สัมพันธ์กับองค์กร เพื่อเป็นผลดีเมื่อต้องให้บริการสารสนเทศในสาขาเฉพาะนั้นๆ

นอกจากนี้ วรรณญา โฆษิตกุลจร (2539: 217) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ พบว่า สาขาวิชาของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศมีดังนี้

1. สาขาวิชาในระดับปริญญาตรีของบุคลากรที่ได้รับการว่าจ้างมีจำนวน 24 สาขา วิชา ดังนี้ การเงิน การจัดการ การตลาด ครุศาสตร์ คอมพิวเตอร์ นิเทศศาสตร์ บรรณารักษศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ (การเงิน) บริหารธุรกิจ (การตลาด) บริหารธุรกิจ (คอมพิวเตอร์) โบราณคดี ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ ภูมิศาสตร์ รัฐศาสตร์ วารสารศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สถิติ สังคมวิทยา สังคมศาสตร์ สื่อสารมวลชน และไม่จำกัดสาขา

ส่วนสาขาวิชาที่ได้รับการว่าจ้างมากที่สุดในระดับปริญญาตรี คือ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการตลาด

2. สาขาวิชาในระดับปริญญาโทของบุคลากรที่ได้รับการว่าจ้างมีจำนวน 13 สาขา วิชา ดังนี้ การเงิน การตลาด คอมพิวเตอร์ คหกรรมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ บรรณารักษศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจ (การตลาด) วารสารศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สถิติ และเอ็มไอเอส

ส่วนสาขาวิชาที่ได้รับการว่าจ้างมากที่สุดในระดับปริญญาโท คือ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ (การตลาด)

จากที่กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของบุคลากรที่ดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่าผู้ปฏิบัติงานในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตสารสนเทศ การจัดการสารสนเทศ การค้นคืนสารสนเทศและมีความรู้เฉพาะสาขาวิชา ส่วนสาขาวิชาของผู้สำเร็จการศึกษาที่ได้รับการว่าจ้างมี หลากหลายสาขาวิชา

ประเภทของผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

การแบ่งกลุ่มผู้ใช้สารสนเทศ หมายถึง การจำแนกผู้ใช้สารสนเทศให้เป็นกลุ่ม เพื่อสามารถวางแผนกำหนดบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ สำหรับผู้ใช้สารสนเทศทางธุรกิจ การแบ่งกลุ่มผู้ใช้ขึ้นอยู่กับประเภทและลักษณะหน่วยงานที่เป็นผู้บริการสารสนเทศ หน่วยงานที่ต้องการใช้สารสนเทศทางธุรกิจ ได้แก่ (ประดิษฐา ศิริพันธ์. 2542: ออนไลน์)

1. บริษัทเอกชน หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงานทางธุรกิจที่ดำเนินงานในรูปแบบของบริษัท ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้จะใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลหรือใช้ในนามของหน่วยงาน
2. ธนาคารและสถาบันการเงิน หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในธนาคารกลาง ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเฉพาะกิจบางประเภท รวมทั้งสถาบันการเงิน ได้แก่ สำนักหักบัญชี บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทประกันภัย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมและสถาบันการเงินระหว่างประเทศ ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้จะใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลหรือใช้ในนามของหน่วยงาน
3. หน่วยงานราชการที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในกระทรวงต่างๆ ของทางราชการ ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้จะใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลหรือใช้ในนามของหน่วยงาน
4. บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูลหรือกฎหมาย หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินกิจการให้คำปรึกษาธุรกิจหรือกฎหมายในรูปแบบของบริษัท ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้จะใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลหรือใช้ในนามของหน่วยงาน
5. สถาบันการศึกษา หมายถึง ผู้ใช้หรือกลุ่มลูกค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในสถานบันการศึกษาระดับต่างๆ เช่น ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้จะใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลหรือใช้ในนามของหน่วยงาน
6. บุคคลทั่วไป หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพต่างๆ รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการสารสนเทศเป็นรายบุคคลนอกเหนือจากกลุ่มผู้ใช้ที่กล่าวมาข้างต้น

นอกจากนี้กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศยังสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศแบ่งออกตามลักษณะหน้าที่การงานและกลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศแบ่งตามลักษณะการใช้บริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2543: 522 - 523)

1. กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศแบ่งตามลักษณะหน้าที่การงาน สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ใช้ระดับนักบริหาร หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มบุคคลผู้นำในองค์กร เช่น ผู้บริหารระดับสูง ระดับกลางและระดับปฏิบัติการ รวมทั้งผู้นำในองค์กรของรัฐ

1.2 กลุ่มผู้ใช้ระดับนักธุรกิจและประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการค้า ธุรกิจและอุตสาหกรรม อาจเป็นเจ้าของกิจการหรือบริษัท ธนาคาร สถาบันการเงิน โรงงานอุตสาหกรรมและสถานประกอบการอื่นๆ

1.3 กลุ่มผู้ใช้ระดับนักวิชาการ หมายถึง กลุ่มที่ปฏิบัติงานในทางวิชาการทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย การทดลองต่างๆ ในทุกสาขาวิชา รวมทั้งครู อาจารย์ นักวิจัยในสถาบันการศึกษา ตลอดจนนักวิชาการหรือนักวิจัยที่ปฏิบัติงานทางวิชาการในกระทรวง ทบวง กรม สถาบันทางวิชาการและวิจัยต่างๆ

1.4 กลุ่มผู้ใช้ระดับนักเรียน นักศึกษา หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ที่กำลังศึกษาอยู่ทั้งในโรงเรียน สถาบันการศึกษาระดับสูง วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ใช้ระดับนี้ต้องการสารสนเทศเพื่อประกอบการศึกษา

2. กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศแบ่งตามลักษณะการใช้บริการสารสนเทศ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่ใช้บริการสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ มักรู้จักวิธีการค้นหาและรู้จักแหล่งสารสนเทศ รวมทั้งอาจรู้จักคุ้นเคยกับบริการสารสนเทศและบุคลากรของสถาบันบริการสารสนเทศเป็นอย่างดี

2.2 กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศเป็นครั้งคราวตามความจำเป็น เป็นกลุ่มที่อาจชักชวนหรือส่งเสริมให้มาใช้บริการสารสนเทศได้

2.3 กลุ่มผู้ใช้ซึ่งอาจไม่เคยใช้หรือใช้บริการสารสนเทศน้อยที่สุด เป็นกลุ่มที่ไม่มี ความจำเป็นต้องใช้บริการสารสนเทศ ถ้าต้องการสารสนเทศ มักใช้วิธีการติดต่อสอบถามจากผู้ใกล้ชิดและเพื่อนร่วมงานมากกว่าจะใช้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศ

จากประเภทของผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้ที่มีลักษณะเป็นสถาบัน หน่วยงาน องค์กร โดยเฉพาะองค์กรทางธุรกิจ อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์กลุ่มนี้ มีความต้องการสารสนเทศทางธุรกิจไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานหรือการตัดสินใจทางธุรกิจ

รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่มีให้บริการในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ความหมายของทรัพยากรสารสนเทศ

ทรัพยากรสารสนเทศ (Information materials) มีผู้ให้ความหมายของทรัพยากรสารสนเทศ ดังนี้

เอ็ดมุนด์ ทศนประสิทธิ์ผล (2542: 4) ให้ความหมายว่า การบันทึกข้อมูล ข่าวสาร เรื่องราว และความรู้โดยใช้อักษร ภาพ สัญลักษณ์ รหัส หรือเสียง ซึ่งปรากฏให้เห็นหรือได้ยิน หรือสัมผัสได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ วัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์

คณาจารย์ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ (2548: 8) ให้ความหมายว่า สารนิเทศประเภทต่างๆ ที่มีการบันทึกไว้ในสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งอาจเรียกว่า ทรัพยากรห้องสมุดหรือวัสดุห้องสมุด จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ วัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์

อาภากร ธาตุโลหะ (2547: 9) ให้ความหมายว่า วัสดุที่บันทึกสารสนเทศ ความรู้เรื่องราวต่างๆ ไว้ สามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ วัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ทรัพยากรสารสนเทศ หมายถึง วัสดุที่บันทึกความรู้เรื่องราวต่างๆ โดยใช้อักษร ภาพ สัญลักษณ์ รหัสหรือเสียง สามารถจำแนกรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศออกเป็นวัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์

วัสดุตีพิมพ์

วัสดุตีพิมพ์ หมายถึง วัสดุสารสนเทศที่นำเสนอเนื้อหาสาระโดยใช้ตัวอักษร ข้อความรูปภาพ ลงบนกระดาษโดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ในการอ่าน

รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศทางธุรกิจที่เป็นวัสดุตีพิมพ์มีมากมายหลายรูปแบบ ได้แก่ หนังสืออ้างอิง หนังสือทางธุรกิจทั่วไป วารสารและหนังสือพิมพ์ (ศุภพรรณ ลีนุตพงษ์. 2547: 15 - 29) ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

1. หนังสือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่ถ่ายทอดสาระความรู้ และเรื่องราวต่างๆ ผ่านตัวอักษรเป็นหลัก ซึ่งหนังสือที่ให้สารสนเทศทางธุรกิจจำแนกออกเป็น หนังสืออ้างอิง หนังสือและเอกสารทั่วไป

1.1 หนังสืออ้างอิง หนังสืออ้างอิงทางธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อใช้ค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารพื้นฐานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ การค้า และอุตสาหกรรม หนังสืออ้างอิงทางธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1.1.1 คู่มือแนะนำ เป็นหนังสือที่ช่วยในการเลือกทรัพยากรสารสนเทศทางธุรกิจ ในส่วนแรกคู่มือแนะนำจะอธิบายความรู้พื้นฐาน ส่วนถัดมาจะแนะนำทรัพยากรสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะให้รายละเอียดทางบรรณานุกรม รายการบรรณนิทัศน์ และมีการประเมินทรัพยากรสารสนเทศ หรืออาจจะบรรยายถึงลักษณะต่างๆ ที่ทรัพยากรสารสนเทศเกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชา เช่น Business Information Sources, Information Sources in Economics และ A Business Information Guidebook

1.1.2. พจนานุกรม พจนานุกรมทางธุรกิจถือว่าเป็นพจนานุกรมเฉพาะวิชาที่ให้ความรู้ หรืออธิบายคำศัพท์วิชาการทางด้านธุรกิจที่เฉพาะเจาะจง และสมบูรณ์กว่าพจนานุกรมทางภาษาทั่วไป เช่น พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ อธิบายศัพท์การบริหารจัดการสมัยใหม่ พจนานุกรมศัพท์การตลาด อังกฤษ - ไทย และ The Oxford Dictionary for the Business World

1.1.3 สารานุกรม สารานุกรมทางธุรกิจมีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอความรู้เฉพาะสาขาทางธุรกิจ การค้า และอุตสาหกรรม มีความสำคัญในฐานะที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ทางด้านธุรกิจ และเป็นแหล่งอ้างอิงเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การค้นคว้า

และหาข้อเท็จจริง เช่น Encyclopedia of Business, Encyclopedia of Banking and Finance, และ Encyclopedia of Management

1.1.4 หนังสือรายปี เป็นหนังสือที่บันทึกข้อมูล สถิติ หรือเหตุการณ์กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในแต่ละปี หนังสือรายปีทางด้านธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ หนังสือรายปีประเภท Yearbook เป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ ช่วงรอบปีที่ผ่านๆ มา ตามปีที่หนังสือระบุไว้ เช่น Foreign Companies in Thailand Yearbook 2000/2001 หนังสือรายปีประเภท Almanac เป็นหนังสือที่ให้ข้อเท็จจริงและสถิติที่สำคัญทางด้านเศรษฐกิจในรอบปีที่ผ่านๆ มาเช่นเดียวกับหนังสือรายปี แต่ Almanac จะให้ข้อมูลย้อนหลังของแต่ละปีเพิ่มเติม เช่น The Dow Jones-Irwin Business Almanac และรายงานประจำปี เป็นหนังสือรายปีที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้นๆ ในช่วงรอบปีที่ผ่านๆ มา เช่น รายงานเศรษฐกิจและการเงิน โดยธนาคารแห่งประเทศไทย

1.1.5 หนังสือคู่มือ เป็นหนังสืออ้างอิงประเภทที่จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมเรื่องราวและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์หรือแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับทางด้านธุรกิจ โดยหนังสือคู่มือจะให้รายละเอียดในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ซึ่งจะระบุเนื้อหาอย่างละเอียดมากกว่าในสารานุกรม เช่น คู่มือการวางแผนการตลาดสู่ภูมิภาคสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจดทะเบียนและบริษัทอนุญาต: คู่มือลงทุนธุรกิจหลักทรัพย์

1.1.6 นามานุกรม เป็นหนังสือที่ให้รายชื่อบุคคล องค์กร ห้างร้าน ธนาคาร หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในทางธุรกิจและอุตสาหกรรม มีประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารของบุคคล และหน่วยงานต่างๆ ทั้งราชการและเอกชน เช่น สรุปรายชื่อสหประชาชาติจดทะเบียน โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำเนียบสมาชิก โดยสมาคมบริษัทเงินทุน

1.1.7 สิ่งพิมพ์รัฐบาล คือเอกสารหรือสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า อุตสาหกรรม ซึ่งหน่วยงานของรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบทั้งการจัดพิมพ์และค่าใช้จ่าย เป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับตอบคำถามในเรื่องต่างๆ เช่น ผลงานของรัฐที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว หรือทราบข้อมูลที่เป็นนโยบาย กฎ ประกาศ ระเบียบ และพระราชบัญญัติต่างๆ สำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประกาศและพระราชบัญญัติต่างๆ ของกระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์

1.1.8 บรรณานุกรม คือหนังสืออ้างอิงที่ระบุรายชื่อหนังสือและรายละเอียดทางบรรณานุกรมของทรัพยากรสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและอุตสาหกรรม บรรณานุกรมบางเล่มจะมีบทวิจารณ์หรือข้อคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรสารสนเทศที่รวบรวมไว้ในเล่มนั้นๆ มีประโยชน์ในการเลือกทรัพยากรสารสนเทศที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการได้เป็นอย่างดี เช่น บรรณานุกรมสิ่งพิมพ์รัฐบาล บรรณานุกรมสิ่งพิมพ์ธนาคาร และบรรณานุกรมตำราเศรษฐศาสตร์

1.1.9 ดรรชนี เป็นหนังสือที่รวบรวมรายการ หัวเรื่อง หรือชื่อบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ หรือวัสดุสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทางด้านธุรกิจ จุดประสงค์เพื่อช่วยผู้ใช้ในการค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการว่าปรากฏในหนังสือ วารสาร หรือหนังสือพิมพ์ฉบับใด และ

ปรากฏในหน้าใด เช่น ดรรชนีสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์และมติชนสุดสัปดาห์ Wall Street Journal Index และ New York Times Index

1.2 หนังสือและเอกสารทั่วไป ในปัจจุบันหนังสือและเอกสารทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศทางธุรกิจมีอยู่มากมาย ได้แก่ หนังสือความรู้ทั่วไป หนังสือตำรา แบบเรียน รวมทั้งเอกสารและจุลสารต่างๆ ผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์กับข้อมูลเหล่านี้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในเรื่องของการเสริมสร้างความรู้ การหาคำตอบ การยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ และสนับสนุนการตัดสินใจดำเนินงานทางด้านธุรกิจ

2. สิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดทำเพื่อเผยแพร่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตามกำหนดเวลาที่ได้ระบุไว้ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน ฯลฯ มุ่งเสนอข่าวความเคลื่อนไหวตลอดจนความรู้และสาระที่ทันสมัย สิ่งพิมพ์ต่อเนื่องที่ให้สารสนเทศทางธุรกิจ ได้แก่ วารสารและหนังสือพิมพ์

2.1 วารสาร ปัจจุบันได้มีวารสารที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศทางธุรกิจ ผุดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับข่าวสารทันสมัยอย่างต่อเนื่อง วารสารทางธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภทคือ

2.1.1 วารสารธุรกิจทั่วไป เสนอเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมโดยทั่วไป ซึ่งจะมุ่งเน้นที่แนวโน้ม และพัฒนาการในภาพรวม เช่น การเงินการธนาคาร ผู้จัดการรายเดือน

2.1.2 วารสารทางการค้า เป็นวารสารที่ครอบคลุมรายละเอียดและมีข้อมูลเชิงวิเคราะห์สำหรับธุรกิจ อุตสาหกรรมหรือวิชาชีพใดๆ โดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยข่าวสารเกี่ยวกับพัฒนาการในปัจจุบัน การวิเคราะห์การปฏิบัติงานในอดีต และการทำนายอนาคต ซึ่งจัดทำโดยสำนักพิมพ์หรือองค์กรทางการค้าและวิชาชีพ เช่น ธุรกิจที่ดิน ธุรกิจอาหารสัตว์

2.1.3 วารสารทางวิชาการ เป็นวารสารที่มุ่งเน้นไปที่แนวความคิดมากกว่านำเสนอข่าวสาร สภาพการณ์ในปัจจุบัน โดยจะสรุปเหตุการณ์ในอดีตที่เพิ่งผ่านพ้นไปหรือเหตุการณ์ในอนาคตอันใกล้ บทความที่น่าสนใจอาจเป็นในเชิงทฤษฎี หรืออาจเสนอแนะแนวทางใหม่ในการจัดการกับปัญหาทางธุรกิจที่ประสบอยู่ วารสารทางการศึกษามักตีพิมพ์ภายใต้การอุปถัมภ์ของสมาคมวิชาการ สมาคมวิชาชีพหรือมหาวิทยาลัย เช่น จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์

2.1.4 วารสารเกี่ยวกับผู้บริโภค ส่วนมากเป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน การประกอบธุรกิจต่างๆ โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้อ่านที่เป็นบุคคลทั่วไป เช่น วารสารส่งเสริมการลงทุน วารสารดอกเบี้ย

2.1.5 วารสารของรัฐบาล เป็นวารสารที่จัดพิมพ์โดยหน่วยงานของรัฐบาล เช่น วารสารการเงินการคลัง โดยกระทรวงการคลัง รายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้ส่งออก โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

2.1.6 วารสารที่องค์กรจัดทำขึ้นเอง เป็นวารสารที่นำเสนอข้อมูลภายในองค์กรใด องค์กรหนึ่งทางธุรกิจ หรือเป็นวารสารที่นำเสนอสภาพเศรษฐกิจของภูมิภาคแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะ เช่น ซีเมนต์ไทยสัมพันธ์ โดยเครือซีเมนต์ไทย จดหมายข่าวประกันสังคม โดยสำนักงานประกันสังคม

2.2 หนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอสารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์ และเสนอ เรื่องราวที่เป็นที่สนใจในทุกๆ ด้าน หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาสำหรับการดำเนินธุรกิจ สามารถแบ่ง ได้เป็น 5 ประเภทคือ

2.2.1 หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มักจะประกอบด้วย สารสนเทศทางธุรกิจประมาณ 1 – 2 หน้า เช่น หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ไทยโพสต์ บ้านเมือง มติชน วัฏจักร

2.2.2 หนังสือพิมพ์ทางด้านธุรกิจและการเงิน ให้รายละเอียดครอบคลุมสภาวะ ทางธุรกิจ เศรษฐกิจและการเงินในปัจจุบัน เช่น ประชาชาติธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ

2.2.3 หนังสือพิมพ์ทางด้านการค้า เป็นหนังสือพิมพ์ที่เสนอเรื่องราวข่าวสารทาง ธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือวิชาชีพ โดยมากมักเป็นข่าวการปฏิบัติงานในวงวิชาชีพ เช่น เส้นทางนักขาย

2.2.4 หนังสือพิมพ์ของรัฐบาล เป็นหนังสือพิมพ์ที่จัดพิมพ์โดยหน่วยงานของ รัฐบาล เช่น Commerce Business Daily by U.S. Department of Commerce

2.2.5 หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการว่าจ้าง เป็นหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับตลาดหางาน โดยมากมักจะมีการประกาศหาบุคคลเข้าทำงานสำหรับตำแหน่งที่ระบุไว้ หรืออาจจะมีความ ที่เกี่ยวกับการว่าจ้างงาน การสัมภาษณ์งาน และเทคนิคในการหางาน ตัวอย่างหนังสือพิมพ์ ประเภทนี้ เช่น งานออฟเกรด งานวันนี้ หางานหาง่าย

วัสดุไม่ดีพิมพ์

วัสดุไม่ดีพิมพ์ เป็นวัสดุสารสนเทศที่นำเสนอเนื้อหาสารสนเทศด้วยภาพและเสียง หรือ อาจมีอักษร แต่ไม่ได้บันทึกลงบนแผ่นกระดาษ และต้องมีอุปกรณ์ในการอ่าน ได้แก่ โสตทัศนวัสดุและสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1. โสตทัศนวัสดุ เป็นวัสดุที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ ด้วยภาพและเสียงเป็นหลัก มี อุปกรณ์ช่วยในการถ่ายทอดสารสนเทศ โสตทัศนวัสดุที่เผยแพร่ข้อมูลด้านธุรกิจ การค้า และ อุตสาหกรรม ได้แก่ ภาพถ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น ภาพโปสเตอร์โฆษณาสินค้า แผนสถิติที่ใช้แสดงข้อมูลที่เป็นจำนวนหรือปริมาณตัวเลข เช่น แผนสถิติแบบลายเส้นที่แสดงข้อมูล การเปลี่ยนแปลงของดัชนีหุ้น แผนภูมิที่เสนอข้อมูลทางด้านธุรกิจ เช่น แผนภูมิแบบองค์การที่ แสดงความสัมพันธ์ของสายงานบริหาร นอกจากนี้โสตทัศนวัสดุที่เป็น สไลด์ เทปบันทึกเสียง วีดิทัศน์ รวมทั้งรายการโทรทัศน์วิทยุ ที่มีการบันทึกข้อมูลหรือความก้าวหน้าของธุรกิจในปัจจุบัน

ยังสามารถให้สารสนเทศเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจได้อีกด้วย

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นวัสดุสารสนเทศที่นำเสนอข้อมูลในรูปดิจิทัลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดีรอม แผ่นบันทึก การผลิตสารสนเทศออกมาในรูปแบบของซีดีรอมและแผ่นบันทึก จะได้แก่ หนังสือตำราที่มีซีดีรอมหรือแผ่นบันทึกมาพร้อมกับฉบับพิมพ์ มีผลทำให้สถาบันบริการสารสนเทศจำเป็นต้องมีทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ซีดีรอม และสื่อบันทึกต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้สารสนเทศในการเลือกรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีการจัดเก็บฐานข้อมูลที่นำเสนอสารสนเทศทางธุรกิจไว้ในรูปแบบซีดีรอมอีกด้วย แต่บางครั้งสารสนเทศที่จัดเก็บอยู่ในซีดีรอมหรือแผ่นบันทึก อาจมีเนื้อหาที่ล้าสมัยได้เนื่องจากการจัดเก็บสารสนเทศไว้ในสื่อดังกล่าวไม่สามารถปรับปรุงหรือเพิ่มเติมสารสนเทศใหม่ๆ เข้าไปได้ ปัจจุบันผู้ใช้สารสนเทศจึงนิยมใช้บริการการสืบค้นสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ทันสมัย สารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตมีทั้งแบบสืบค้นได้โดยไม่ต้องเสียค่าบริการ และต้องเสียค่าบริการให้กับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ ได้แก่ เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ สถาบัน สมาคมธุรกิจ และเอกชนต่างๆ ที่เสนอข้อมูลด้านธุรกิจ รวมทั้งวารสารและหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต

ทรัพยากรสารสนเทศที่มีการบันทึกสารสนเทศไว้ในรูปแบบต่างๆ เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี นับตั้งแต่การคิดค้นเทคโนโลยีการพิมพ์ ที่ช่วยให้การผลิตและเผยแพร่สิ่งตีพิมพ์ทำได้อย่างกว้างขวาง จนกระทั่งถึงปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนา มีการจัดเก็บสารสนเทศไว้ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ใช้สารสนเทศสามารถสืบค้นสารสนเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

สารสนเทศที่มีให้บริการในสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

สารสนเทศที่ให้บริการ คือ เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ ธุรกิจ การค้าขาย การนำเข้าและการส่งออก การผลิตสินค้า ราคาสินค้า การบรรจุหีบห่อ แหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบ ราคาค่าขนส่ง สถิติมาตรฐานสินค้า รายชื่อผู้ประกอบการ ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลบริษัท และกฎหมายต่างๆ (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. 2545: 95) จากการสำรวจพบว่าศูนย์ข้อมูลมติชนเป็นตัวอย่างของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ที่ให้บริการสารสนเทศอย่างหลากหลายตามหัวเรื่องข่าวที่ให้บริการต่อไปนี้ (ศูนย์ข้อมูลมติชน. 2547ข: ออนไลน์)

1. อุตสาหกรรมและบริการ เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมี สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องสำอางและเวชสำอาง ธุรกิจร้านเสริมสวย อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ท บ้านพักตากอากาศ ธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2. การก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับธุรกิจที่ดิน ธุรกิจ
การก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน ที่อยู่อาศัยและบ้านจัดสรร
3. การคมนาคม/การขนส่ง/การสื่อสารโทรคมนาคม เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการ
การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ ธุรกิจการบิน วิทยุคมนาคม ดาวเทียม
และทางด่วนข้อมูล
4. เกษตรกรรม เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับยางพาราและผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลังและ
ผลิตภัณฑ์ ปศุสัตว์ การทำฟาร์มและการประมง
5. ทรัพยากร/เหมืองแร่/พลังงาน เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับชลประทาน พลังงาน
ปิโตรเลียม ก๊าซและสิ่งแวดล้อม
6. เศรษฐกิจและการเงิน เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการค้าและการลงทุน การเงิน
และการธนาคาร นโยบายการคลังและธุรกิจการประกัน
7. การเมือง เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง พรรคการเมือง
รัฐธรรมนูญ การเลือกตั้ง การปกครองส่วนภูมิภาค การทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
8. ภาษาและสื่อสารมวลชน/ศิลปวัฒนธรรม เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับวิทยุ โทรทัศน์
และดนตรี
9. วิทยาศาสตร์และการแพทย์ เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการแพทย์ สาธารณสุข
โรงพยาบาล เกษตรกรรมและยารักษาโรค
10. เบ็ดเตล็ด เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจและ
การศึกษา

จากการวิเคราะห์ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการพาณิชย์ของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อ
การพัฒนาประเทศไทย (2541: 24-25) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ นักลงทุนและข้าราชการ
กระทรวงพาณิชย์ มีความต้องการใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจทั่วไป ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ จำนวนประชากร
การจ้างงานและอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน ได้แก่ การลงทุนของภาคเอกชนในประเทศ เงินลงทุน
จากต่างประเทศ สถิติการส่งเสริมการลงทุน นโยบายส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ด้าน
การลงทุน ข้อมูลของบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการคลัง ได้แก่ ประมาณการรายได้ จำแนกตามรายได้ต่างๆ
และเงินกู้ งบประมาณรายจ่ายจำแนกตามราชการและรัฐวิสาหกิจ ดุลการชำระเงิน สถิติข้อมูล
รัฐวิสาหกิจ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการเงิน ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตรา
ดอกเบี้ย ปริมาณเงินฝากและสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ อัตราเงินเฟ้อ การดำเนินงานของ
สถาบันการเงินและตลาดหลักทรัพย์

5. ข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งและการคมนาคม ได้แก่ โครงข่ายเส้นทางและยานพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมขนส่งสินค้า อัตราค่าระวาง ค่าธรรมเนียมและค่าบริการ ต้นทุนการดำเนินงานด้านการขนส่งสินค้า

6. ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ดุลการค้า สถิติการนำเข้า-ส่งออก และรายชื่อผู้นำเข้า-ส่งออก

7. ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตร ได้แก่ พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ ราคาและตลาดสินค้าเกษตร ราคาสินค้าเกษตรในตลาดต่างประเทศ ปัจจัยการผลิตและผลผลิตสินค้าเกษตร ต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร การนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร

8. ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ได้แก่ ปริมาณการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ กำลังการผลิตและดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ภาวะการผลิตของแต่ละอุตสาหกรรม

สารสนเทศที่ให้บริการและความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจ นักลงทุนและข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่าสารสนเทศที่ให้บริการมีเนื้อหาหลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมและบริการ การก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน การคมนาคม/การขนส่ง/การสื่อสารโทรคมนาคม เกษตรกรรม ทรัพยากร/เหมืองแร่/พลังงาน เศรษฐกิจ การเงินและการคลัง การเมือง ภาษาและสื่อสารมวลชน ศิลปวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และการแพทย์ การลงทุนและการค้าระหว่างประเทศ

ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง บริการต่างๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดให้บริการแก่ลูกค้า (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. 2545: 25-29) ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ หมายถึง บริการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น การจดทะเบียนบริษัทห้างร้าน การขอตั้งโรงงาน การจดทะเบียนผู้รับเหมาก่อสร้าง การจัดตั้งโรงเรียน การจัดตั้งโรงพยาบาล ผู้ขอคำปรึกษาเหล่านี้อาจจะเป็นนักธุรกิจทั่วๆ ไปที่ต้องการจะดำเนินธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจจะเป็นนักลงทุนจากต่างประเทศ ค่าบริการจะตกลงกันเป็นเรื่องๆ ไป

2. บริการจัดส่งเอกสารให้เป็นประจำ หมายถึง การจัดส่งสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเป็นประจำมีลักษณะการจัดส่งเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือนและรายปี เช่น ส่งกฤตภาค ข่าวและบทความประจำวัน สรุปข่าวต่างๆ วิเคราะห์ข่าวต่างๆ เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ จัดส่งวารสาร จุลสาร รายงานพิเศษ

3. บริการฐานข้อมูล หมายถึง การให้บริการสืบค้นหรือเรียกใช้สารสนเทศจากฐานข้อมูล อาจเป็นฐานข้อมูลที่ผลิตเองหรือเป็นเพียงตัวกลางในการเรียกใช้ ตัวอย่างของหน่วยงานที่จัดให้บริการประเภทนี้คือ ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี

4. บริการสืบค้นสารสนเทศ หมายถึง บริการค้นหาสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น บริการค้นหาสารสนเทศจากหนังสือหรือเอกสารต่างๆ รวมทั้งการสืบค้นจากฐานข้อมูล

5. บริการจัดทำวิจัย หมายถึง การรับทำวิจัยให้แก่บุคคลทั่วไป หรือองค์กรต่างๆ เช่น การรับทำวิจัยให้นักธุรกิจ บริษัท ห้างร้านที่มีความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อการศึกษา ค้นคว้า เพื่อผลิตสินค้าชนิดใหม่หรือขยายธุรกิจ ซึ่งส่วนมากจะเป็นเรื่องการตลาด การสำรวจความต้องการของผู้ใช้สินค้าอุปโภคบริโภค ตลอดจนวิจัยในด้านการเมืองการปกครองและการเกษตร

6. บริการสรุปข่าวที่สำคัญ หมายถึง การทำสรุปย่อข่าวและเหตุการณ์ที่ทันสมัย เฉพาะเรื่องจัดไว้ตามหัวข้อต่างๆ เพื่อบริการเฉพาะกลุ่ม เฉพาะสมาชิก

7. บริการสารสนเทศทันสมัย หมายถึง การเลือกสรรสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเสนอให้ผู้ใช้งานทราบทันทีเมื่อมีสารสนเทศใหม่ๆ เข้ามาเพื่อช่วยให้ผู้ใช้ได้ติดตามพัฒนาการใหม่ๆ ที่ตนสนใจได้ทันต่อเหตุการณ์ เป็นการเสนอให้แก่สมาชิกหรือกลุ่มผู้สนใจ เช่น โทรศัพท์แจ้งเป็นรายบุคคล แจ้งเป็นเอกสารตามแบบฟอร์มที่กำหนดขึ้น

8. บริการเลือกสรรสารสนเทศเฉพาะบุคคล หมายถึง บริการสารสนเทศทันสมัย ที่จัดให้แก่สมาชิก เฉพาะผู้ที่สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นการให้บริการที่เป็นประโยชน์ในด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัย

9. บริการจัดอบรมสัมมนา หมายถึง บริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จัดอบรมสัมมนาให้แก่บุคคลภายนอกในหัวข้อต่างๆ เช่น การบริหารงานผลิต การบริหาร การจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสถาบันที่ให้บริการจัดอบรมสัมมนาจะทำหน้าที่ด้านการจัดการ ตั้งแต่การติดต่อด้านวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ การจัดสถานที่และการรับสมัครผู้เข้ารับการอบรม

10. บริการแปล หมายถึง บริการแปลสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์บางแห่งอาจมีแผนกบริการแปลโดยเฉพาะ สถาบันบางแห่งอาจจะแนะนำแหล่งแปลให้กับผู้ที่ต้องการใช้บริการเพราะการแปลในสาขาเฉพาะ เช่น วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำเป็นจะต้องใช้นักแปลที่มีความรู้ในเรื่องนี้เป็นอย่างดี บริการแปลจะคิดอัตราค่าบริการไว้ให้ชัดเจน เช่น แปลบางส่วน เฉพาะข้อความที่สนใจต้องการทราบในเวลานั้น ซึ่งอาจจะถูกกว่าและเร็วกว่าแปลทั้งหน้าและทั้งเล่ม เรียกว่า บริการแปลให้ฟัง (Oral translation) นอกจากนั้นบริการแปลอาจจะคิดราคาต่อหน้าหรือต่อเล่ม ตามความยากง่ายของสาขาวิชา

11. บริการรวบรวมบรรณานุกรมและดัชนี หมายถึง การรวบรวมรายชื่อหนังสือ วารสารและเอกสารต่างๆ เป็นบริการที่จัดให้แก่ผู้ที่ต้องการรายชื่อเอกสารอ้างอิงในสาขาวิชาต่างๆ ที่จัดพิมพ์ไว้แล้ว เพื่อใช้ประโยชน์ในโครงการวิจัยและเพื่อลดการวิจัยซ้ำซ้อน

12. บริการจัดทำสาระสังเขป หมายถึง การย่อเนื้อหาสาระของเรื่องราวต่างๆ โดยมุ่งเน้นสาระสำคัญตามลำดับเนื้อหาจากเอกสารต้นฉบับให้รายละเอียดทางบรรณานุกรม เพื่อช่วยให้ผู้ใช้ได้ติดตามความก้าวหน้าทางวิทยาการในด้านต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มักจะผลิตสาระสังเขปในรูปแบบของหนังสือและซีดีรอม

13. บริการจัดทำสำเนา หมายถึง การบริการผู้ใช้บริการหรือลูกค้าในการทำสำเนาทรัพยากรสารสนเทศ เช่น การทำสำเนาเอกสาร สไลด์ วีดิทัศน์ ซีดีรอม ดิสก์ รูปภาพ หนังสือ

ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่าบริการต่างๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดให้บริการแก่ลูกค้านั้นมีหลากหลายบริการ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

วิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

วิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ทำให้ลูกค้าเข้าถึงหรือได้รับสารสนเทศอย่างรวดเร็ว (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. 2545: 29-30) ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) การสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทค้าสารสนเทศมีความนิยมสูงขึ้นและเป็นวิธีการหนึ่งที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าสามารถเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เมื่อสมัครเป็นสมาชิกแล้ว ลูกค้ามีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer : PC) ก็สามารถเรียกใช้สารสนเทศโดยผ่านบริษัทประเภทนี้ในระบบออนไลน์ เมื่อต้องการสารสนเทศใดก็สามารถดาวน์โหลด (Download) สารสนเทศจากเครือข่ายลงมาสู่คอมพิวเตอร์ของตน ดังนั้นบริษัทค้าสารสนเทศก็จะผลิตรายการ กิจกรรม ความรู้ สารสนเทศและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น (ลอง. 2543: 7 - 8)

2. การให้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail : E - mail) เป็นวิธีการหนึ่งที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์นำมาใช้ในการส่งสารสนเทศถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้า โดยเฉพาะรายงานต่างๆ เช่น รายงานเกี่ยวกับการเงิน ข้อมูลการนำเข้า-ส่งออกสินค้า ราคาน้ำมัน รวมทั้งการตอบคำถามต่างๆ ผู้รับสารสนเทศสามารถอ่านสารสนเทศจากหน้าจอหรือจากการพิมพ์ของเครื่องพิมพ์ได้ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เวลาในการสื่อสารรวดเร็วมากเพียงแค่นี้ไม่กี่นาทีแทนที่จะเป็นเวลาหลายวัน นับว่าเป็นวิธีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว

3. การให้บริการด้วยคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ หน่วยงานหรือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จะใช้ระบบเมนเฟรมคอมพิวเตอร์จัดการสารสนเทศและเผยแพร่บนระบบสื่อสารข้อมูลโทรคมนาคม บริษัทบริการสารสนเทศที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ อเมริกัน ออนไลน์ (American Online) คอมพิวเตอร์เซิร์ฟ (CompuServe) โพรดิจี (Prodigy) ไมโครซอฟต์ เน็ตเวิร์ค (Microsoft Network) เดอะ ซอร์ส (The Source)

ดาวโจนส์ บิซิเนส อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส (Dow Jones Business Information Service) และไดอะล็อก บริษัทใหญ่ระดับโลก เช่น อเมริกัน ออนไลน์และคอมพิวเซิร์ฟ มีสมาชิกนับล้านคนในปัจจุบัน แม้ว่าบริษัทดังกล่าวจะมีแม่ข่ายหรือศูนย์กลางอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ใช้ในทุกประเทศทั่วโลกสามารถสมัครเป็นสมาชิกได้ด้วยการจ่ายค่าสมาชิกและต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลพร้อมโมเด็มรวมทั้งซอฟต์แวร์สำหรับการสื่อสารข้อมูล เมื่อผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกแล้วจะได้รับชื่อผู้ใช้ (User name) และรหัสผ่าน (Password) เข้าใช้สารสนเทศจากฐานข้อมูลทุกรูปแบบทั้งหมดที่บริษัทจัดเตรียมไว้และสามารถเข้าสู่เครือข่ายอื่นๆ บนอินเทอร์เน็ตได้ด้วย (ลอง. 2543: 115) ส่วนในประเทศไทยตัวอย่างของบริษัทที่ให้บริการในลักษณะนี้ คือ บริษัท อินทิเกรตเต็ด ไฮเทค คอมมูนิเคชั่น จำกัด ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์โดยจำหน่ายข้อมูลข่าวสารทางคอมพิวเตอร์ออนไลน์

4. การให้บริการทางระบบกระดานข่าว (Bulletin Board System : BBS) เป็นการติดต่อกันระหว่างสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง โดยศูนย์บริการที่เป็นคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Host Computer) จะมีคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับโมเด็ม ถูกจัดให้ตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติเพื่อเก็บข่าวสารจากสมาชิกที่ส่งเข้ามาและให้ผู้ที่เรียกเข้ามาสามารถอ่านและแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลต่างๆ ได้ กลุ่มสนใจ องค์กรและบริษัทต่างๆ นิยมที่จะมีระบบกระดานข่าวเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน (กิดานันท์ มลิทอง. 2539: 54)

5. การให้บริการด้วยโสตสาร (Audiotext) เป็นการจัดทำและรวบรวมข้อมูลเพื่อให้บริการผ่านโทรศัพท์ โทรศัพท์ที่นำมาให้บริการมีหลายระบบ เช่น ระบบโทรศัพท์ที่องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทยให้บริการอยู่ตามบ้านพักอาศัย หรือ โทรศัพท์มือถือของบริษัทผู้ให้บริการต่างๆ ผู้ต้องการรับบริการข้อมูลด้วยเสียงเพียงแต่หมุนหมายเลขโทรศัพท์ไปยังบริษัทผู้ให้บริการข้อมูล เมื่อติดต่อได้เรียบร้อยแล้ว จะได้รับการแนะนำให้กดหมายเลขต่างๆ เพื่อฟังรายการข้อมูลที่ได้จัดเตรียมไว้ตามความต้องการ โสตสารเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จากธุรกิจระดับ 10 ล้านบาทเป็นธุรกิจเกือบ 1,000 ล้านบาทในเวลาเพียง 4 ปี และยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการเจริญเติบโตของธุรกิจมือถืออีกด้วย ข้อมูลจากองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ระบุว่าผู้มีให้บริการโสตสาร 5 รายคือ บริษัท อินโฟเทค คอมมูนิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไทยออดิโอเท็กซ์ จำกัด บริษัท สามารถอินโฟมีเดีย จำกัด บริษัท ไทย เทเล-วอยซ์ จำกัด และบริษัท เทเลเวิลด์ เซอร์วิส จำกัด สำหรับบริการของโสตสารได้แก่ กีฬา บันเทิง เกม โหราศาสตร์และสังคม (บิซิเนสไทย. 2544: ออนไลน์)

6. การให้บริการทางโทรศัพท์ (Telephone) เป็นวิธีการหนึ่งที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์นำมาใช้ในการบริการตอบคำถามแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยการตอบคำถามโดยทันที หรือนัดเวลาให้ผู้ใช้บริการมารับคำตอบภายหลัง

7. การให้บริการด้วยโทรสาร (Facsimile : Fax) เป็นวิธีการส่งสารสนเทศที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการผ่านเครื่องโทรสาร เช่น การส่งราคาหุ้น ราคาซื้อขายเงินตรา โทรสารสามารถรับส่งสารสนเทศได้อย่างรวดเร็วเท่ากับการใช้โทรศัพท์ โดยสามารถส่งข้อความจาก

เอกสารทุกภาษา ตัวเลข สัญลักษณ์ และภาพลายเส้น ในบางครั้งโทรสารจะถูกนำมาใช้ในการตอบคำถามเพื่อส่งคำตอบ

8. การให้บริการด้วยวีดิสาร (Videotext) ระบบวีดิสารจะช่วยให้การถ่ายทอดสารสนเทศที่จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์ เพื่อให้แสดงสารสนเทศได้จากโทรศัพท์เป็นการสื่อสารสารสนเทศแบบสองทางคือ ทั้งสามารถเลือกสารสนเทศที่ให้บริการหรือติดต่อสารสนเทศโดยตรงได้จากฐานข้อมูล ตัวอย่างของการบริการข้อมูลโดยใช้วิธีการนี้ คือ การบริการข้อมูลสื่อผสมผ่านสัญญาณแผ่ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งเป็นบริการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับข้อมูลราคาน้ำมัน วารสารภายใน ข้อมูลสินค้าให้กับลูกค้าสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ ผู้รับบริการต้องติดตั้งอุปกรณ์การรับสัญญาณจากผู้ให้บริการข้อมูล หรือติดตั้งอุปกรณ์การรับสัญญาณไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์จะแปลงสภาพเป็นโทรศัพท์และวิทยุในตัว สามารถรับชมรายการโทรทัศน์และวิทยุได้ (จุมพจน์ วนิชกุล. 2542: 149-150)

9. การให้บริการด้วยโทรภาพสาร (Teletext) โทรภาพสารเป็นการสื่อสารทางเดียวจึงไม่เหมือนกับวีดิสาร โทรภาพสารเป็นการสื่อสารสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสารมวลชนเป็นหลักสามารถรับสารสนเทศได้จากจอโทรทัศน์ ซึ่งให้บริการโดยการจัดเก็บสารสนเทศไว้ในกรอบข้อมูลหลายๆ กรอบ แต่ละกรอบจะมีสัญลักษณ์ ตัวอักษร ตัวเลข และกราฟิก ผู้ใช้สารสนเทศเพียงแต่กดสัญลักษณ์ที่ต้องการจากแป้นกดหน้าจอโทรทัศน์ก็จะได้รับทราบสารสนเทศปรากฏที่หน้าจอตีพิมพ์ ข้อมูลต่างๆ ที่จะส่งในระบบโทรภาพสารจะจัดเตรียมโดยบริษัทโทรทัศน์แล้ว โดยการบรรจุข้อมูลไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ จากนั้นจึงแพร่ภาพโดยสัญญาณโทรทัศน์ส่งตรงมายังเครื่องรับโทรทัศน์เป็นการบริการสารสนเทศแบบทางเดียวจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ข้อมูลที่ส่งผ่านสัญญาณโทรทัศน์ไปนั้นสามารถติดต่อ สร้างรูปภาพและจัดดัชนีข่าวสารได้รวมทั้งสามารถปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เมื่อผู้รับต้องการข้อมูลก็เพียงแต่กดปุ่มเพื่อให้ได้ดัชนีของข้อมูลต่างๆ เก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นผู้รับก็สามารถเรียกดูรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการได้ เช่น รายการบันเทิง บัญชีการบริการสังคม สถานที่พักผ่อน รายละเอียดเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ และอื่นๆ ได้มากมายเท่าที่มีการจัดเตรียมข้อมูลให้บริการ (จุมพจน์ วนิชกุล. 2542: 150-151)

10. การให้บริการนำส่งสารสนเทศ (Messenger) เป็นวิธีการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดให้มีเจ้าหน้าที่นำส่งสารสนเทศถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

11. การติดต่อขอรับบริการด้วยตนเอง (Followed by in-person pick-up) เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ให้ผู้ใช้บริการลูกค้าเข้าไปติดต่อขอรับบริการหรือสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเอง

12. การให้บริการทางไปรษณีย์ (Mail) เป็นการจัดส่งสารสนเทศทางไปรษณีย์ โดยคิดค่าบริการตามอัตราขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

วิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ด้วยวิธีการต่างๆ ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นความพยายามที่จะหาวิธีการที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงหรือได้รับสารสนเทศอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าให้ได้มากที่สุด

การคิดค่าบริการสารสนเทศ

โดยทั่วไปหน่วยงานธุรกิจมักมีวัตถุประสงค์หลักของการกำหนดราคาเพื่อแสวงหากำไรทำนองเดียวกันกับสถาบันบริการสารสนเทศหรือศูนย์สารสนเทศอาจมีจุดมุ่งหมายในการกำหนดราคาที่แตกต่างกันไปในแต่ละสถาบันบริการสารสนเทศ ซึ่งวิธีการกำหนดราคาสารสนเทศและบริการสารสนเทศ มีดังต่อไปนี้ (มาลี กาบมาลา. 2543: 57-58)

1. การกำหนดราคาสารสนเทศโดยใช้ต้นทุนเป็นเกณฑ์ (Cost-based pricing) เป็นวิธีการกำหนดราคาของสถาบันบริการสารสนเทศคิดราคาจากค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินงานให้บริการ วิธีนี้เป็นวิธีที่ไม่ต้องศึกษาความต้องการของตลาด ไม่ต้องคำนึงถึงการแข่งขันในตลาด และเป็นราคาที่ยุติธรรมสำหรับผู้บริโภค การบริการสารสนเทศอาจใช้วิธีการกำหนดราคาวิธีนี้เพราะเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับหน่วยงานที่ต้องการหารายได้โดยไม่หวังผลกำไร

2. การกำหนดราคาสารสนเทศโดยใช้ความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ (Demand-based pricing) เป็นวิธีการกำหนดราคาที่ใช้พิจารณาจากความต้องการบริการและสารสนเทศที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค โดยที่สถาบันบริการสารสนเทศอาจคิดค่าบริการสูง สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการน้อย หรือคิดค่าบริการอัตราที่สูงขึ้นในช่วงที่ผู้ใช้บริการมาก แม้ว่าค่าใช้จ่ายต่อหน่วยอาจจะเท่ากันทั้งสองกรณี วิธีการเช่นนี้ทำได้โดยกำหนดราคาแตกต่างกันสำหรับบริการและผลผลิตสารสนเทศประเภทเดียวกันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

3. การกำหนดราคาผลผลิตสารสนเทศโดยใช้การแข่งขันของตลาดเป็นเกณฑ์ (Competition-based pricing) เป็นวิธีการกำหนดราคาสารสนเทศที่พิจารณาจากผู้จำหน่ายผลผลิตหรือบริการประเภทเดียวกันว่าคิดค่าบริการอย่างไร โดยไม่จำเป็นต้องคิดค่าบริการราคาเดียวกับผู้แข่งขัน แต่จะปรับเปลี่ยนราคาโดยพิจารณาจากกิจกรรมของผู้แข่งขันเป็นสำคัญ ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือความต้องการของผู้บริโภคจะไม่มีเปลี่ยนแปลงก็ตาม

นอกจากวิธีการกำหนดราคาสารสนเทศและการบริการสารสนเทศที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การคิดค่าบริการสารสนเทศยังสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2537: 86-87)

1. การคิดค่าสมาชิก เป็นค่าบริการพื้นฐานซึ่งสมาชิกจะได้รับสิทธิประโยชน์ เช่น ได้รับข่าวสารตลอดปี ได้รับวารสาร สารสนเทศทันสมัย ได้รับส่วนลดในการซื้อทรัพยากรสารสนเทศที่ผลิตขึ้นโดยสถาบันบริการสารสนเทศ ซึ่งบริการต่างๆ เหล่านี้ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่ไปสมาชิก

2. การคิดค่าบอกรับเป็นสมาชิกวารสาร วารสารปฐมภูมิเฉพาะสาขาวิชา สารสังเขปและดัชนี รายงานการประชุมสัมมนา รายงานวิจัย สามารถบอกรับเป็นสมาชิกได้เป็นรายบุคคลหรือบอกรับในนามของหน่วยงาน

3. การคิดค่าแปลเอกสารจากภาษาต่างๆ โดยคิดค่าบริการตามจำนวนหน้าเอกสารที่แปล

4. การคิดค่าบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า โดยคิดค่าบริการตามปริมาณงานที่ต้องปฏิบัติ ความรวดเร็วที่ต้องการคำตอบ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในงานบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า

5. การคิดค่าจัดหาและจัดทำสำเนาทรัพยากรสารสนเทศ โดยคิดค่าบริการตามแหล่งที่มา เช่น ถ้าเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่หาได้ในประเทศ จะคิดค่าบริการที่ไม่แพงจนเกินไป แต่ถ้าเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ การคิดค่าบริการจะเพิ่มสูงขึ้น

การกำหนดราคาสารสนเทศนั้นค่อนข้างจะเป็นปัญหาและยากต่อการตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร ผู้บริหารสถาบันบริการสารสนเทศควรต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ในการกำหนดราคาวิธีที่เหมาะสมที่สุด สิ่งหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคา คือ ราคาที่ถูกหรือมีการลดราคาจะทำให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้นหรืออาจจะมีจำนวนผู้ใช้บริการลดลง ดังนั้น ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจว่าจะใช้บริการหรือไม่ และผู้ใช้มีความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพ ได้รับสารสนเทศตรงกับความต้องการ คำนวณกับเงินที่ต้องเสียไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

งานวิจัยในต่างประเทศ

จอห์นสัน (Johnson. 1989: Abstract) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นายหน้าค้าสารสนเทศ : กรณีศึกษาของธุรกิจใหม่ที่ประสบความสำเร็จ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจนายหน้าค้าสารสนเทศ และอธิบายรูปแบบการจัดตั้งองค์กรการค้าสารสนเทศ วิธีการวิจัยเป็นการกำหนดแผนงานโดยมุ่งเน้นความเป็นจริงในปัจจุบันและกำหนดคำถามขั้นแรกว่า อย่างไร และ ทำไม ในเรื่องเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของบริษัทตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันและมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติม โดยคัดเลือกนายหน้าค้าสารสนเทศที่ประกอบธุรกิจนี้มาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 125 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามและมีการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ โดยการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรงและสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การสัมภาษณ์มุ่งเน้นไปที่ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล รายละเอียดการเริ่มต้นของธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งองค์กร การค้าสารสนเทศและการพัฒนาคือคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นายหน้าค้าสารสนเทศส่วนใหญ่เริ่มก่อตั้งธุรกิจในปี ค.ศ. 1980 โดยมีผู้ก่อตั้งที่สำคัญ 1 คน ซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาโททางด้านบรรณารักษศาสตร์
2. ประเภทของบริการที่นายหน้าค้าสารสนเทศส่วนใหญ่จัดให้บริการคือ บริการรับทำวิจัย ให้คำปรึกษา บริการสืบค้นสารสนเทศ และบริการจัดส่งเอกสาร
3. นายหน้าค้าสารสนเทศส่วนใหญ่ยอมรับว่าไม่มีกฎหมายรองรับสำหรับสารสนเทศที่ให้บริการแก่ลูกค้า
4. มีการจัดทำแฟ้มประวัติของลูกค้าเพื่อการให้บริการที่เหมาะสม
5. การประกอบธุรกิจนายหน้าค้าสารสนเทศ เงินไม่ได้เป็นสิ่งผลักดันให้ธุรกิจเริ่มต้นหรือสิ้นสุด แต่เป็นสิ่งที่ช่วยขจัดปัญหาเรื่องข้อจำกัดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ
6. ปัญหาที่นายหน้าค้าสารสนเทศประสบคือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า รองลงมาคือกฎหมายลิขสิทธิ์
7. นายหน้าค้าสารสนเทศไม่ได้ดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก่อนการก่อตั้งบริษัท

วาร์ (Warr. 1992: Online) ได้ศึกษาการให้บริการสารสนเทศของนายหน้าค้าสารสนเทศในประเทศอังกฤษ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจในเรื่องของระยะเวลา การเติบโตของธุรกิจ การคิดค่าบริการ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน และปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจบริการสารสนเทศประสบความสำเร็จ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนายหน้าค้าสารสนเทศจำนวน 58 แห่ง ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 30 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจนายหน้าค้าสารสนเทศส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 1 – 5 ปี ประเภทของบริการได้แก่ บริการรับทำวิจัย บริการให้คำปรึกษา บริการจัดส่งบทความวารสาร และบริการสืบค้นสารสนเทศ วิธีคิดค่าบริการส่วนใหญ่คิดค่าบริการตามจำนวนชั่วโมงและรายวัน กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นลูกค้าหลักของธุรกิจค้าสารสนเทศคือ กลุ่มบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ ซึ่งมีการวิเคราะห์เหตุผลที่กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชนไว้ 2 เหตุผลคือ เหตุผลแรก บริษัทเอกชนขนาดใหญ่มีความสามารถในการจ่ายค่าบริการสารสนเทศมากกว่ากลุ่มองค์กรอื่นหรือบุคคลทั่วไป เหตุผลที่สองคือ บริษัทเอกชนขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงมูลค่าของสารสนเทศต่อองค์กรว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจ ส่วนปัญหาที่นายหน้าค้าสารสนเทศประสบคือ ปัญหาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกช่องทางการส่งเสริมการตลาด และการทำให้ผู้ใช้เข้าใจถึงมูลค่าของสารสนเทศ

ลูโก้ อีส และแบรดชอ (Lugo; East; & Bradshaw. 2000: Abstract) ได้ศึกษาประสิทธิผลของบริการนายหน้าค้าสารสนเทศ จุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างบริการส่วนภูมิภาคที่จะส่งเสริมให้ผู้ใช้เข้ามาใช้บริการของนายหน้าค้าสารสนเทศด้วยการให้บริการที่สมบูรณ์ได้ภายในการติดต่อเพียงครั้งเดียว โดยเริ่มต้นเปิดให้บริการตั้งแต่เดือนมกราคม ค.ศ. 1998 – มิถุนายน ค.ศ. 1999 มีผู้ร้องขอมาจำนวน 34 ราย สามารถให้บริการได้ทันเวลาได้ 23 ราย อีก 8 รายยังอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ มีเพียง 3 รายที่ช้ากว่ากำหนด ผู้ใช้บริการคือหน่วยงาน

ทางด้านคลินิก 13 หน่วยงาน ข้อมูลทั้งหมดรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูล 12 แหล่ง ผลจากการร้องขอ ทำให้ได้ข้อมูลถึง 2 กิกะไบต์ แหล่งข้อมูลได้รับประมาณ 65 กิโลไบต์ต่อ 1 ดอลลาร์ ราคาต่อหน้า คือ 19 เซนต์ต่อหน้า ผลประโยชน์ที่นายหน้าค้าสารสนเทศได้รับอย่างน้อย 3 เซนต์ต่อหน้าและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยสรุปได้ว่า บริการของนายหน้าค้าสารสนเทศประสบความสำเร็จอย่างมากลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการ ผลลัพธ์ที่สำคัญคือลูกค้ามีความพอใจในความเป็นไปได้ของการใช้ข้อมูลเพื่อโปรแกรมทุกชนิด ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ในการหาข้อมูลที่ต้องการและไม่ต้องจ้างนักเขียนโปรแกรมไว้ในที่ทำงาน ช่วยลดต้นทุนมากกว่าการจ้างนักเขียนโปรแกรม บริการนี้มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 1999 นายหน้าค้าสารสนเทศได้รับคำร้องขอที่มากกว่าปี 1998 นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อความสำเร็จของนายหน้าค้าสารสนเทศจากข้อเสนอแนะอื่นๆ ในเรื่องบริการของนายหน้าค้าสารสนเทศ

คลอดิน (Claudine. 2000: Online) ได้ศึกษาการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ของห้องสมุดเพื่อการวิจัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์การให้บริการแก่ผู้ใช้ กระบวนการและโครงสร้างหน่วยงานของแต่ละบริการ ปัจจัยที่ทำให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบความสำเร็จ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดที่เป็นสมาชิกของสมาคมห้องสมุดเพื่อการวิจัยจำนวน 121 แห่ง มีห้องสมุดตอบกลับมา 64 แห่ง มี 39 แห่งที่ระบุว่ามีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุด ผลการสำรวจพบว่า ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ได้แก่ บริการวิจัย บริการยืมหนังสือ บริการยืมวีดิทัศน์และวัสดุ ไม่ตีพิมพ์บริการจัดส่งบทความวารสาร บริการสืบค้นจากคอมพิวเตอร์ บริการสืบค้นสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า ส่วนวิธีการให้บริการ ได้แก่ โทรสาร โทรศัพท์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ มีผู้นำส่ง ไปรษณีย์ การติดต่อขอรับบริการด้วยตนเองและโปรแกรมนำส่งเอกสาร (Ariel) ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ คือ ปัญหาลิขสิทธิ์ ความต้องการที่ไร้เหตุผล ความคาดหวังจากผู้ใช้และความยากลำบากในการจัดความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ใช้หลักกับความต้องการของผู้ใช้จากภายนอก โดยสรุปแล้วบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นบริการที่ประสบความสำเร็จสามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้ภายนอก ทำให้ห้องสมุดเกิดรายได้และเป็นการสร้างรูปแบบบริการห้องสมุดแนวใหม่ซึ่งมีผลต่อจำนวนผู้ใช้

ฟิลด์ (Fields. 2003: Online) ได้ศึกษาอุตสาหกรรมสารสนเทศในประเทศนิวซีแลนด์ เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจประเภทนี้ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่ปรึกษาและคู่สัญญาจำนวน 36 คน ทำการสัมภาษณ์ได้ 26 คน ผลการวิจัยพบว่า งานในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ การจัดเก็บ บรรณสาร การจัดการสารสนเทศ การจัดการองค์ความรู้ มีลักษณะงานและทักษะความชำนาญที่จำเป็นสำหรับงานเหมือนกัน ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ บรรณสาร และการจัดเก็บ โดยมีอายุงานอยู่ระหว่าง 10 – 40 ปี ส่วนระยะเวลาประกอบธุรกิจสารสนเทศส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 3 – 5 ปี

งานวิจัยในประเทศ

จุมพจน์ วณิชกุล (2532: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประกอบธุรกิจการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ดำเนินงานให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ศึกษาวิธีดำเนินงานในการประกอบธุรกิจสารสนเทศเชิงพาณิชย์ และพิจารณาแนวโน้มในการดำเนินงานให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จากกลุ่มประชากรที่ดำเนินงานประกอบธุรกิจสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 48 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินการประกอบธุรกิจสารสนเทศเชิงพาณิชย์อยู่ 10 แห่ง มีสถานภาพเป็นหน่วยงานเอกชน 8 แห่ง หน่วยงานรัฐบาล 1 แห่ง และหน่วยงานนานาชาติ 1 แห่ง หน่วยงานที่ดำเนินการประกอบธุรกิจสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 8 แห่ง จัดเก็บข้อมูลด้วยการเก็บไว้ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ก่อนให้บริการ สารสนเทศที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการมีหลายประเภทแต่ประเภทที่ให้บริการมากที่สุด ได้แก่ สารสนเทศทางด้านเศรษฐกิจ บริการสารสนเทศที่ให้บริการมากที่สุด ได้แก่ บริการข่าวสารทันสมัย วิธีการให้บริการ ได้แก่ การส่งข้อมูลทางไปรษณีย์ ที่นิยมให้บริการรองลงไป คือ ส่งด้วยโทรสาร ส่วนค่าบริการตามอัตราที่ตั้งไว้ของแต่ละหน่วยงาน เหตุผลที่คิดว่าผู้ใช้บริการต้องการขอรับบริการ คือ การได้ข้อมูลอย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย และการได้รับคำตอบที่ประหยัดเวลาในการค้นหาข้อมูล แนวโน้มในการให้บริการในอนาคต ได้แก่ การให้บริการสืบค้นสารสนเทศระบบออนไลน์ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการสารสนเทศในอนาคต ได้แก่ ควรมีการฝึกอบรมให้ผู้ประกอบการให้บริการมีแนวทางในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง

ราहुณ วรสิทธิ์ (2534: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสภาพและแนวโน้มของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยโดยสำรวจและสัมภาษณ์จากศูนย์เอกสารธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งรวบรวมได้จากแหล่งโฆษณาและนามานุกรมทางธุรกิจ จำนวน 40 บริษัท ผลการวิจัยพบว่า ในจำนวนบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มี 21 บริษัท เป็นบริษัทที่จดทะเบียนการค้าเป็นนิติบุคคล 19 แห่งและเป็นธุรกิจส่วนบุคคล 2 แห่ง โดยมีสำนักงานเป็นกิจลักษณะทั้งหมด บุคลากรที่ให้บริการมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ความชำนาญพิเศษด้านคอมพิวเตอร์ คือ ต้องการให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ได้มากที่สุด ความชำนาญพิเศษที่บริษัทต้องการในอนาคตได้แก่ ทักษะภาษาต่างประเทศ งานบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวและมีความต้องการบุคลากรเพิ่มเป็นจำนวนมาก สารสนเทศที่ให้บริการได้รับความเชื่อถือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ เป็นอย่างมากและมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อพัฒนางานบริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ผลการสำรวจแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ซึ่งมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องไปในอนาคต

รัฐัญญา โฆษิตกุลจร (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจ้างบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ตั้งแต่ปี 2536–2538 ในด้านตำแหน่งงาน ลักษณะงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ ระดับการศึกษา ระดับเงินเดือนและเพื่อศึกษาคุณสมบัติบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในด้านความรู้ ความชำนาญ/ความสามารถและบุคลิกลักษณะ ตามความคาดหวังของผู้จัดการฝ่ายบุคคลและ/หรือผู้จัดการศูนย์ข้อมูล และตามความคาดหวังของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในบริษัท 14 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศที่ได้รับการว่าจ้างในปัจจุบันและในระหว่างปี 2536–2538 มีตำแหน่งงานหลากหลายและรับผิดชอบงานหลากหลาย แต่งานส่วนใหญ่เกี่ยวกับการจัดเก็บการค้นคืนสารสนเทศ และงานตีความวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น สาขาวิชาที่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศที่ได้รับการว่าจ้างระหว่างปี 2536–2538 ที่ได้รับการว่าจ้างมากที่สุดสำหรับระดับปริญญาตรีคือ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สำหรับระดับปริญญาโทคือ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ระดับเงินเดือนสูงสุดที่ได้รับการว่าจ้าง สำหรับระดับปริญญาตรีคือระดับ 23,001–25,000 บาท สำหรับปริญญาโทคือระดับ 59,001–60,000 บาท ความคาดหวังของผู้จัดการฝ่ายบุคคลและ/หรือผู้จัดการศูนย์ข้อมูลที่มีต่อคุณสมบัติของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ สูงกว่าความคาดหวังของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศในด้านความรู้ และมีความคาดหวังต่ำกว่าความคาดหวังของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในด้านความชำนาญ/ความสามารถและบุคลิกลักษณะ

วนิดา บัณณิม (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความต้องการและทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบสารสนเทศที่ผู้บริโภคมีความต้องการ ระยะเวลาที่ผู้บริโภคมีความต้องการได้รับสารสนเทศ ระดับราคาที่ผู้บริโภคมีความต้องการจ่ายเพื่อซื้อสารสนเทศ เนื้อหาของสารสนเทศที่ผู้บริโภคมีความต้องการ วัตถุประสงค์ของการนำสารสนเทศไปใช้ ปัญหาของสารสนเทศที่ผู้บริโภคได้รับการซื้อสารสนเทศ และทัศนคติในการเลือกใช้เกณฑ์ตัดสินใจในการพิจารณาเลือกตัวแทนหรือบริษัทเพื่อซื้อบริการสารสนเทศ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากประชากรซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ของบริษัทและศูนย์บริการข้อมูลหรือห้องสมุด จำนวน 150 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่ผู้บริโภคมีความต้องการบอกรับเป็นสมาชิกมากที่สุดคือ บริการสารสนเทศทันสมัย บริการรถจักรยานยนต์ บริการข่าวผ่านเครื่องมือสื่อสาร บริการสารสนเทศระบบออนไลน์ บริการรวบรวมและวิเคราะห์สารสนเทศ
2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการสารสนเทศตลอด 24 ชั่วโมง ผู้บริโภคบางส่วนต้องการสารสนเทศในช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น.

3. ระดับราคาของผู้บริโภคพึงพอใจต้องการจ่ายจริงมีระดับราคาต่ำกว่าระดับราคาของผู้บริโภคจ่ายจริง

4. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการสารสนเทศในด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านอุตสาหกรรม

5. ผู้บริโภคนำสารสนเทศที่ได้รับไปใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ เพื่อความทันสมัยเพราะเป็นยุคสังคมข่าวสาร เพื่อพัฒนาบุคลากรและเพื่อให้มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

6. ปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการซื้อบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์อยู่ในระดับปานกลาง เป็นปัญหาเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูล ความซ้ำซ้อนของแหล่งข้อมูล ได้รับสารสนเทศซ้ำ ได้รับสารสนเทศไม่ครบตามแหล่งข้อมูลที่ระบุไว้ในบริการ และระบบโทรคมนาคมมีปัญหา

7. ผู้บริโภคใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาเลือกบริษัทเพื่อซื้อบริการสารสนเทศ ความถูกต้องของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความรวดเร็วในการนำเสนอ เนื้อหาของสารสนเทศที่มีบริการ บริการด้วยราคายุติธรรม ชื่อเสียงของบริษัทผู้ขายบริการและความทันสมัยของเทคโนโลยีนำเสนอข้อมูล

มัสยา ฐานพันธ์นิติกุล (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะในด้าน วัตถุประสงค์ในการจัด ประเภทของบริการ ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการและอัตราค่าบริการ รวมถึงปัญหาในการจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากหัวหน้าบรรณารักษ์ห้องสมุดเฉพาะที่มีการจัดบริการสารสนเทศในหน่วยงานราชการ 30 แห่งและในหน่วยงานเอกชน 24 แห่ง รวมทั้งหมด 54 แห่งผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดเฉพาะส่วนใหญ่จัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร บริการที่ห้องสมุดเฉพาะจำนวนมากที่สุดจัดคือบริการทำสำเนา โดยให้บริการทำสำเนา หนังสือและเอกสาร ห้องสมุดจำนวนรองลงมาจัดบริการสืบค้นฐานข้อมูล โดยคิดค่าบริการพิมพ์ผลการสืบค้นลงบนกระดาษ ผู้ทำหน้าที่ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะคือบุคลากรทุกคนในห้องสมุด และให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ควบคู่ไปกับการให้บริการอื่นๆ ผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ และห้องสมุดเฉพาะส่วนใหญ่กำหนดอัตราค่าบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ตามประเภทของบริการและผู้ใช้บริการ การจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะประสบปัญหาด้านบริหาร ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการและบริการ ในระดับน้อย ประเด็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและรองลงมา ได้แก่ ความไม่พร้อมของอุปกรณ์ในการให้บริการ ความไม่เพียงพอของพื้นที่ของห้องสมุดในการให้บริการและความไม่พร้อมของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการ

จากการศึกษางานวิจัย ลักษณะงานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบริการ
 สารสนเทศเชิงพาณิชย์จะศึกษารูปแบบการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ขององค์กรธุรกิจและ
 ห้างสมุด รวมทั้งมีการศึกษาความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ผลจากการวิจัย
 ทำให้ทราบว่า บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นบริการที่ประสบความสำเร็จ ส่วนงานวิจัยที่
 เกี่ยวข้องกับสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย จะศึกษาการดำเนินงานในเรื่อง
 ของผู้ปฏิบัติงาน รูปแบบการให้บริการ ผู้ใช้บริการและอัตราค่าบริการ รวมทั้งสำรวจความคิดเห็น
 ของผู้ให้บริการ งานวิจัยต่างๆ เป็นงานวิจัยที่ศึกษาในบริษัท ศูนย์ข้อมูลและห้างสมุดที่ให้บริการ
 สารสนเทศเชิงพาณิชย์ แต่จากผลการวิจัยยังไม่ทราบว่าบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นบริการที่
 ประสบความสำเร็จเหมือนในต่างประเทศหรือไม่ โดยสรุปแล้วงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและ
 ต่างประเทศ สามารถจำแนกออกได้ 2 ประเภท คือ งานวิจัยที่ศึกษาการดำเนินงานของสถาบัน
 บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์และงานวิจัยที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสารสนเทศ
 เชิงพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 146 คนจำแนกเป็น

- 1.1 ผู้จัดการบริษัทจำนวน 134 คนจากบริษัทจำนวน 134 แห่ง

(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2548)

- 1.2 ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชนจำนวน 10 คนจากศูนย์ข้อมูลจำนวน 10 แห่ง

- 1.3 ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสังกัดองค์กรอิสระและหน่วยงานนานาชาติจำนวน 2 คนจากศูนย์ข้อมูลจำนวน 2 แห่ง

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จัดการบริษัท และผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยการสุ่มอย่างง่ายให้ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 108 คน ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำตามตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 42-44)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย 1 ชุดแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

การสร้างแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบริการสารสนเทศ
เชิงพาณิชย์
2. กำหนดโครงสร้างรายละเอียดของแบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหาที่จะสามารถ
ให้คำตอบได้ตรงตามความมุ่งหมายในการวิจัยตามที่กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อประธานและคณะกรรมการควบคุม
ปริญญาบัตรตรวจสอบแก้ไขความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำ
สำนวนภาษา และความชัดเจนของคำถาม หากพบข้อผิดพลาดก็ปรับปรุงตามคำแนะนำให้ถูกต้อง
4. นำแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญด้านบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จำนวน
3 ท่านตรวจสอบความเหมาะสม ความชัดเจนในการใช้ถ้อยคำ สำนวนภาษา และความถูกต้อง
ของเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่
 - 4.1 รองศาสตราจารย์ จุมพจน์ วณิชกุล ตำแหน่งผู้อำนวยการ
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
 - 4.2 คุณรังสิมา เพชรเม็ดใหญ่ ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ 1 ศูนย์บริการสารสนเทศ
ทางเทคโนโลยี
 - 4.3 คุณวิจิตรา บุญยพรหม ตำแหน่งบรรณารักษ์อาวุโส ศูนย์ข้อมูลมิติน
5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อประธานและคณะกรรมการควบคุม
ปริญญาบัตรเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ภาษาและความชัดเจนในข้อความถาม
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับผู้จัดการบริษัทและผู้อำนวยการ
ศูนย์ข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม
จำนวน 20 คน จากนั้นหาประสิทธิภาพของแบบสอบถาม โดยหาค่าความเชื่อมั่นเชิงประจักษ์
ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficients) ของครอนบาค (Cronbach) เริ่มตั้งแต่วันที่
18 พฤษภาคม 2548 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2548 ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน
15 ชุด แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 นอกจากนี้ยังได้พบข้อบกพร่องเกี่ยวกับ
คำถามและได้ทำการปรับปรุงแก้ไขคำถามเพื่อให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้
 - 6.1 คำถามตอนที่ 3 ข้อ 2 เพิ่มตัวเลือกที่ 6 ไม่มีการจัดระบบสารสนเทศ
 - 6.2 คำถามตอนที่ 3 ข้อ 3 เพิ่มตัวเลือกที่ 3 มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้
และจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ
7. หลังจากปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำ
เครื่องมือดังกล่าวไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรจริงต่อไป

รายละเอียดของแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วยชื่อหน่วยงาน ตำแหน่งงาน เพศ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบเติมคำ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วยระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ ประเภทของผู้ให้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการ และการคิดค่าบริการ คำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบเติมคำ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 7 ข้อประกอบด้วย รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศ การจัดเตรียมสารสนเทศ การจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ การจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ ในช่วงปีที่ผ่านมา วิธีการจัดหาข้อมูลและวิธีการประชาสัมพันธ์ คำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและมาตราประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ แบ่งเป็น 2 ข้อดังนี้

ข้อ 1 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน จำนวน 44 ข้อ ครอบคลุมปัญหา 7 ด้านคือ ปัญหาด้านการบริหารงาน ปัญหาด้านการจัดการ ปัญหาด้านทรัพยากรสารสนเทศ ปัญหาด้านเทคโนโลยี ปัญหาด้านการบริการ ปัญหาด้านบุคลากร และปัญหาด้านผู้ใช้

ข้อ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึงหน่วยงานต่างๆ ที่ได้คัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้จัดการบริษัทและผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 146 แห่ง โดยผู้วิจัยได้แนบซองเปล่าติดแสตมป์พร้อมกับเจ้าหน้าที่ส่งถึงผู้วิจัยแนบไปกับแบบสอบถาม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามแบบสอบถามโดยการโทรศัพท์ตาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการในระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม 2548 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2548 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 31 ชุด เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และสามารถวิเคราะห์

ข้อมูลได้ 25 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้คือ 108 ชุด เนื่องจากบริษัทหลายแห่งไม่ได้รับแบบสอบถามที่ผู้วิจัยส่งให้ทางไปรษณีย์

จากการที่ผู้วิจัยประสบปัญหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเดินทางไปส่งแบบสอบถามและรับคืนด้วยตนเองที่สถานประกอบการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามฉบับเดิม การเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 2 นี้ ได้ดำเนินการในระหว่างวันที่ 3 พฤศจิกายน 2548 ถึงวันที่ 27 มกราคม 2549 ได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนจำนวน 83 ฉบับ เนื่องจากผู้วิจัยเดินทางไปส่งแบบสอบถามและรับคืนด้วยตนเอง หากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบ ผู้วิจัยจะขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

โดยสรุปแล้ว รวมระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 5 เดือน 17 วันเริ่มตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2548 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2548 และในระหว่างวันที่ 3 พฤศจิกายน 2548 ถึงวันที่ 27 มกราคม 2549 โดยแจกแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 146 ชุด ได้รับกลับคืนมาทั้งสิ้น 108 ชุด คิดเป็นร้อยละ 73.97 ซึ่งแบบสอบถามจำนวนดังกล่าวเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ทั้งหมด

ตาราง 1 จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำแนกตามสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์	จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน	ร้อยละ
1. บริษัท	97	89.81
2. ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชน	10	9.26
3. ศูนย์ข้อมูลสังกัดองค์กรอิสระ	1	0.93
4. ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานนานาชาติ	0	0.00
รวม	108	100

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. รวบรวมและนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องแล้วจึงนำมาลงรหัสเพื่อการประมวลผล
2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

2.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ มาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

2.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ มาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละในส่วนที่เป็นคำถามแบบเลือกตอบ และแจกแจงความถี่ในส่วนที่เป็นคำถามปลายเปิด

2.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในส่วนที่เป็นคำถามแบบเลือกตอบมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในส่วนที่เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.5 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในส่วนที่เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแจกแจงความถี่ในส่วนที่เป็นคำถามปลายเปิด

ทั้งนี้ในส่วนที่เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับนั้น จะกำหนดค่าคะแนนในการตอบแต่ละระดับ ดังนี้

การกำหนดค่าคะแนนในแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 มีดังนี้

มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/มีปัญหาและอุปสรรค มากที่สุด
มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/มีปัญหาและอุปสรรค มาก
มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน

มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/มีปัญหาและอุปสรรค ปานกลาง
มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/มีปัญหาและอุปสรรค น้อย
มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/มีปัญหาและอุปสรรค น้อยที่สุด
มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

สำหรับการแปลผลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยอิงเกณฑ์ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9)
ดังนี้

การแปลผลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/ มีปัญหาและอุปสรรค มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/ มีปัญหาและอุปสรรค มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/ มีปัญหาและอุปสรรค ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/ มีปัญหาและอุปสรรค น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ/ มีปัญหาและอุปสรรค น้อยที่สุด

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ค่าร้อยละ

3.2 ค่าเฉลี่ย

3.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	จำนวนคน
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. สภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 2.2 จำนวนของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จำแนกตาม

กลุ่มสาขาวิชาและวุฒิการศึกษา

- 2.3 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ
- 2.4 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
- 2.5 ประเภทของการให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
- 2.6 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
- 2.7 การคิดค่าบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
3. วิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
 - 3.1 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศ

เชิงพาณิชย์

- 3.2 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศ

เชิงพาณิชย์

- 3.3 การจัดเตรียมสารสนเทศไว้ให้บริการ
- 3.4 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้

ให้บริการ

- 3.5 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้

ให้บริการในช่วงปีที่ผ่านมา

- 3.6 วิธีการจัดหาข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

3.7 วิธีการประชาสัมพันธ์ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศ

เชิงพาณิชย์

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงาน						
ผู้จัดการบริษัท	24	22.22	39	36.11	63	58.33
ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูล	2	1.85	3	2.78	5	4.63
อื่นๆ (เช่น บรรณารักษ์ นักวิจัย						
เลขานุการ)	14	12.96	26	24.07	40	37.04
รวม	40	37.04	68	62.96	108	100
อายุ						
26 – 30 ปี	23	21.30	38	35.19	61	56.48
31 – 35 ปี	9	8.33	11	10.19	20	18.52
36 – 40 ปี	-	-	8	7.41	8	7.41
41 – 45 ปี	4	3.70	8	7.41	12	11.11
46 – 50 ปี	3	2.78	2	1.85	5	4.63
51 ปีขึ้นไป	1	0.93	1	0.93	2	1.85
รวม	40	37.04	68	62.96	108	100

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตำแหน่งงานเป็นผู้จัดการบริษัท (ร้อยละ 58.33) ส่วนมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.96) และมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 56.48)

2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดัง ตาราง 3

ตาราง 3 ระยะเวลาการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	57	52.77
6 – 10 ปี	28	25.93
11 – 15 ปี	10	9.26
16 – 20 ปี	6	5.56
21 – 25 ปี	4	3.70
26 – 30 ปี	1	0.93
31 ปีขึ้นไป	2	1.85
รวม	108	100

จากตาราง 3 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินงานระหว่าง 1 – 5 ปี (ร้อยละ 52.77) รองลงมาคือ 6 – 10 ปี (ร้อยละ 25.93) และ 11 – 15 ปี (ร้อยละ 9.26) ตามลำดับ

2.2 จำนวนของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาและวุฒิการศึกษา ปรากฏดังตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาและวุฒิการศึกษา (N = 596)

วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มสาขาวิชา								
1. นิติศาสตร์/รัฐศาสตร์	17	2.85	6	1.01	-	-	23	3.86
2. การจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์	127	21.31	90	15.10	10	1.68	227	38.09
3. สังคมศาสตร์	10	1.68	1	0.17	-	-	11	1.85
4. นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์	27	4.53	10	1.68	-	-	37	6.21
5. มนุษยศาสตร์	35	5.87	9	1.51	-	-	44	7.38
6. ศิลปศาสตร์/อักษรศาสตร์	28	4.70	11	1.85	-	-	39	6.54
7. ศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์	15	2.52	1	0.17	-	-	16	2.68
8. วิศวกรรมศาสตร์	61	10.23	12	2.01	-	-	73	12.25
9. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	76	12.75	24	4.03	3	0.50	103	17.28
10. เกษตรศาสตร์	4	0.67	-	-	-	-	4	0.67
11. พยาบาลศาสตร์	7	1.17	3	0.50	-	-	10	1.68
12. เภสัชศาสตร์	7	1.17	2	0.34	-	-	9	1.51
รวม	414	69.45	169	28.37	13	2.18	596	100

*N คือ ผลรวมทั้งหมดของจำนวนบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จากสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จำนวน 108 แห่ง

จากตาราง 4 แสดงว่า บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศสำเร็จการศึกษาจากกลุ่มสาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์ มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 38.09) รองลงมาคือกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ร้อยละ 17.28) และกลุ่มสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ (ร้อยละ 12.25)

2.3 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ ปรากฏดังตาราง 5

ตาราง 5 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ

คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น	98	90.74
2. สามารถใช้คำสั่งของระบบปฏิบัติการต่างๆ เช่น WINDOWS, UNIX	74	68.52
3. มีทักษะในการใช้โปรแกรมตารางทำการ เช่น Microsoft Excel	91	84.26
4. มีทักษะในการใช้โปรแกรมเสนองาน เช่น Microsoft PowerPoint	77	71.30
5. มีทักษะในการใช้โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล เช่น Microsoft Access	51	47.22
6. มีทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก	35	32.41
7. มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตและบริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตได้	96	88.89
8. มีทักษะในการสร้างระบบการค้นคืนสารสนเทศผ่าน WWW เบื้องต้น เช่น การเขียน HTML หรือสร้าง Web Page	47	43.52
9. มีความสามารถในการจัดการและสร้างระบบเอกสารจากโปรแกรมจัดการ เอกสาร เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ (Word Processing), PDF (Portable Document Format)	51	47.22
10. มีความรู้ความสามารถในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	42	38.89
11. มีความชำนาญด้านพิมพ์ดีดภาษาไทย ไม่ต่ำกว่า 35 คำ/นาที	59	54.63
12. มีทักษะในการสื่อสารดี มีความรู้ภาษาอังกฤษ	88	81.48
13. มีความรู้ความสามารถในการศึกษาหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล	85	78.70
14. มีทักษะในการวิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศ กำหนดคำค้น จัดทำบรรณ สารสังเขป บรรณนิทัศน์	50	46.30
15. มีความสามารถในการสร้างสรรค์และพัฒนาสารสนเทศขึ้นใหม่	52	48.15
16. มีความสามารถในการวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ	46	42.59
17. มีความรู้เฉพาะสาขาวิชา โดยเฉพาะความรู้สาขาที่สัมพันธ์กับ องค์กร	43	39.81
18. อื่นๆ (คือ มีความรู้ด้านการวิจัยตลาด มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสามารถในด้านวิศวกรรม มีความสามารถในการติดต่อกับลูกค้า)	4	3.70

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 5 แสดงว่า คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ ที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ต้องการคือ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น (ร้อยละ 90.74) รองลงมาคือ มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตและบริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตได้ (ร้อยละ 88.89) และมีทักษะในการใช้โปรแกรมตารางทำการ เช่น Microsoft Excel (ร้อยละ 84.26) ตามลำดับ

2.4 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดัง ตาราง 6

ตาราง 6 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์*	จำนวน	ร้อยละ
1. รัฐวิสาหกิจ	55	50.93
2. บริษัทเอกชน	100	92.59
3. ธนาคารและสถาบันการเงิน	46	42.59
4. หน่วยงานราชการที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา	50	46.30
5. บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูลหรือกฎหมาย	25	23.15
6. สถาบันการศึกษา	43	39.81
7. บุคคลทั่วไป	50	46.30
8. อื่นๆ (เช่น ร้านค้าทั่วไป โรงแรม สายการบิน พรรคการเมือง ฯลฯ)	11	10.19

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 6 แสดงว่า กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน (ร้อยละ 92.59) รองลงมาคือ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 50.93) หน่วยงานราชการที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษาซึ่งมีจำนวนเท่ากับบุคคลทั่วไป (ร้อยละ 46.30) ตามลำดับ

2.5 ประเภทของการให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏ ดังตาราง 7

ตาราง 7 ประเภทของการให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ประเภทของการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์*	จำนวน	ร้อยละ
1. บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ	54	50.00
2. บริการจัดส่งเอกสารให้เป็นประจำ เช่น การจัดส่งส่งกฤตภาค	14	12.96
3. บริการฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้นเอง	49	45.37
4. บริการฐานข้อมูลสำเร็จรูปจากหน่วยงานที่ให้บริการฐานข้อมูลอื่นๆ	24	22.22
5. บริการสืบค้นสารสนเทศ	30	27.78
6. บริการรับทำวิจัย เช่น วิจัยตลาด วิจัยโครงการ วิจัยทางการศึกษา	40	37.04
7. บริการสรุปข่าวที่สำคัญ	17	15.74
8. บริการสารสนเทศทันสมัย	18	16.67
9. บริการเลือกสรรสารสนเทศเฉพาะบุคคล	9	8.33
10. บริการจัดอบรมสัมมนา	42	38.89
11. บริการแปลสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือ ลูกค้า	16	14.81
12. บริการรวบรวมบรรณานุกรมและดัชนี	3	2.78
13. บริการจัดทำสาระสังเขป	4	3.70
14. บริการจัดทำสำเนา	13	12.04
15. อื่นๆ (คือ บริการส่งเอกสารต่างประเทศ พัฒนาซอฟต์แวร์ให้กับ องค์กรต่างๆ บริการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของบริษัท)	3	2.78

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 7 แสดงว่า ประเภทบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการ คือ บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ บริการฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้นเอง (ร้อยละ 45.37) และบริการจัดอบรมสัมมนา (ร้อยละ 38.89) ตามลำดับ

2.6 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ปรากฏ
ดังตาราง 8

ตาราง 8 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

วิธีการให้บริการสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	68	62.96
2. บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	57	52.78
3. บริการด้วยคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์	35	32.41
4. บริการด้วยระบบกระดานข่าว	6	5.56
5. บริการทางโทรศัพท์	55	50.93
6. บริการด้วยระบบโทรสาร	48	44.44
7. บริการสารสนเทศผ่านทางโทรศัพท์มือถือ	20	18.52
8. บริการนำส่งสารสนเทศ	27	25.00
9. ลูกค้าติดต่อขอรับบริการด้วยตนเอง	64	59.26
10. บริการทางไปรษณีย์	37	34.26
11. อื่นๆ (คือ บริการโดยตรงของฝ่ายการตลาด การประชุมทางไกล สถานีโทรทัศน์ช่องยูบีซี)	3	2.78

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 แสดงว่า วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ คือ การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 62.96) รองลงมาคือลูกค้าติดต่อขอรับบริการด้วยตนเอง (ร้อยละ 59.26) และบริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 52.78) ตามลำดับ

2.7 การคิดค่าบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏ
 ดังตาราง 9

ตาราง 9 การคิดค่าบริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

การคิดค่าบริการสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. คิดค่าบริการรายวัน	11	10.19
2. คิดค่าบริการรายสัปดาห์	2	1.85
3. คิดค่าบริการรายเดือน	37	34.26
4. คิดค่าบริการรายปี	30	27.78
5. คิดค่าบริการตามจำนวนข้อความ	8	7.41
6. คิดค่าบริการตามจำนวนข่าว	2	1.85
7. คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ เช่น การให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ การทำวิจัย	64	59.26
8. คิดค่าสืบค้นสารสนเทศตามระยะเวลาที่ใช้ในการสืบค้น	4	3.70
9. คิดค่าสืบค้นสารสนเทศตามจำนวนเรื่องที่ให้บริการ	13	12.04
10. คิดค่าบริการตามจำนวนหน้า เช่น การพิมพ์ผลการสืบค้น การแปลเอกสาร	18	16.67
11. คิดค่าบริการแปลเอกสารตามความยากง่ายของเนื้อหาหรือตาม สาขาวิชา	17	15.74
12. อื่นๆ (เช่น คิดตามจำนวนโครงการ คิดค่าเช่าภาพตามการใช้งาน คิดตามจำนวนครั้ง คิดตามความกว้างของกระดาษกราฟ คิดตามจำนวนแผ่นซีดี ฯลฯ)	14	12.96

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 9 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คิดค่าบริการตาม
 เรื่องที่ให้บริการ เช่น การให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ การทำวิจัย (ร้อยละ 59.26) รองลงมาคือ
 คิดค่าบริการรายเดือน (ร้อยละ 34.26) และคิดค่าบริการรายปี (ร้อยละ 27.78) ตามลำดับ

3.1 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดังตาราง 10

ตาราง 10 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่ให้บริการของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. ฐานข้อมูลออนไลน์	58	53.70
2. ซีดีรอม	58	53.70
3. สิ่งตีพิมพ์	73	67.59
4. อื่นๆ (คือ สไลด์ แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์)	2	1.85

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 10 แสดงว่า รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการอยู่ในรูปแบบสิ่งตีพิมพ์ (ร้อยละ 67.59) รองลงมาคือ ฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งมีจำนวนเท่ากับซีดีรอม (ร้อยละ 53.70)

3.2 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดังตาราง 11

ตาราง 11 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. ระบบทศนิยมของดิวอี้	10	9.26
2. ระบบหอสมุดรัฐสภาอเมริกัน	3	2.78
3. ระบบทศนิยมสากล	8	7.41
4. ระบบที่หน่วยงานคิดขึ้นมาเป็นพิเศษ (เช่น จัดเก็บโดยการลงรหัส หมายเลข จัดเก็บตามลำดับอักษร จัดเก็บตามหัวเรื่องและคำค้น ฯลฯ)	31	28.70
5. ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ	61	56.48

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 11 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ (ร้อยละ 56.48) รองลงมาคือใช้ระบบที่หน่วยงานคิดขึ้นมาเป็นพิเศษ เช่น จัดเก็บโดยการลงรหัสหมายเลข จัดเก็บตามลำดับอักษร (ร้อยละ 28.70) และมีบางแห่งจัดเก็บโดยใช้ระบบทศนิยมของดิวอี้ (ร้อยละ 9.26)

3.3 การจัดเตรียมสารสนเทศไว้ให้บริการ ปรากฏดังตาราง 12

ตาราง 12 การจัดเตรียมสารสนเทศไว้ให้บริการ

การจัดเตรียมสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1. มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้	34	31.48
2. จัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ	36	33.33
3. มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้ก่อนและจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ	38	35.19
รวม	108	100

จากตาราง 12 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้ก่อนและจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 35.19) รองลงมาคือ จัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ (ร้อยละ 33.33)

3.4 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ ปรากฏดังตาราง 13

ตาราง 13 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการ

เนื้อหาของสารสนเทศ*	จำนวน	ร้อยละ
1. ธุรกิจ	56	51.85
2. การค้าขาย	22	20.37
3. การนำเข้าและการส่งออก	20	18.52
4. การผลิตสินค้า	22	20.37
5. ราคาสินค้า	19	17.59
6. การบรรจุหีบห่อ	11	10.19
7. แหล่งผลิต	14	12.96
8. แหล่งวัตถุดิบ	15	13.89
9. ราคาขนส่ง	9	8.33
10. สถิติมาตรฐานสินค้า	14	12.96
11. รายชื่อผู้ประกอบการ	26	24.07
12. ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง	21	19.44
13. ข้อมูลบริษัท	40	37.04
14. กฎหมายต่างๆ	16	14.81
15. อื่นๆ (คือ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม การเมือง กีฬา การศึกษา โบราณคดี ประวัติบุคคลสำคัญ ข้อมูลสำรวจความคิดเห็น (Poll))	9	8.33

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 13 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจ (ร้อยละ 51.85) รองลงมาคือข้อมูลบริษัท (ร้อยละ 37.04) และรายชื่อผู้ประกอบการ (ร้อยละ 24.07) ตามลำดับ

3.5 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการในช่วงปีที่ผ่านมา ปรากฏดังตาราง 14

ตาราง 14 เนื้อหาของสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จัดเตรียมไว้ให้บริการในช่วงปีที่ผ่านมา

เนื้อหาของสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ธุรกิจ	4.37	0.77	มาก
2. การค้าขาย	3.56	1.12	มาก
3. การนำเข้าและการส่งออก	2.66	1.51	ปานกลาง
4. การผลิตสินค้า	2.85	1.50	ปานกลาง
5. ราคาสินค้า	2.73	1.33	ปานกลาง
6. การบรรจุหีบห่อ	1.89	1.42	น้อย
7. แหล่งผลิต	2.32	1.12	น้อย
8. แหล่งวัตถุดิบ	2.38	1.18	น้อย
9. ราคาค่าขนส่ง	2.31	1.44	น้อย
10. สถิติมาตรฐานสินค้า	2.68	1.66	ปานกลาง
11. รายชื่อผู้ประกอบการ	3.41	1.38	ปานกลาง
12. ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง	3.19	1.47	ปานกลาง
13. ข้อมูลบริษัท	3.65	1.29	มาก
14. กฎหมายต่างๆ	3.10	1.62	ปานกลาง

จากตาราง 14 แสดงว่า ในช่วงปีที่ผ่านมาสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาคือ ข้อมูลบริษัท ($\bar{X} = 3.65$) และสารสนเทศด้านการค้าขาย ($\bar{X} = 3.56$) ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ใน ระดับมาก

3.6 วิธีการจัดหาข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดังตาราง 15

ตาราง 15 วิธีการจัดหาข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

วิธีการจัดหาข้อมูล*	จำนวน	ร้อยละ
1. จัดทำขึ้นเอง	78	72.22
2. รวบรวมจากแหล่งต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ แหล่งข้อมูลของทางราชการ แหล่งข่าวทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ห้องสมุด ศูนย์วิจัย วิจัยและโทรทัศน์	66	61.11
3. อื่นๆ เช่น สั่งซื้อ แลกเปลี่ยนกับหน่วยงานอื่น ฯลฯ	7	6.48

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 15 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ มีวิธีการจัดหาข้อมูลโดยการจัดทำขึ้นเอง (ร้อยละ 72.22) รองลงมาคือรวบรวมจากแหล่งต่างๆ (ร้อยละ 61.11)

3.7 วิธีการประชาสัมพันธ์ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ปรากฏดังตาราง 16

ตาราง 16 วิธีการประชาสัมพันธ์ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

วิธีการประชาสัมพันธ์*	จำนวน	ร้อยละ
1. เว็บไซต์	83	76.85
2. วิจัย	6	5.56
3. โทรทัศน์	5	4.63
4. หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร	38	35.19
5. จดหมายข่าว	25	23.15
6. จัดทำสิ่งพิมพ์เผยแพร่ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ใบแทรก ฯลฯ	43	39.81

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 16 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ (ร้อยละ 76.85) รองลงมาคือ จัดทำสิ่งพิมพ์เผยแพร่ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ใบแทรก (ร้อยละ 39.81) และประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร (ร้อยละ 35.19) ตามลำดับ

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
ปรากฏดังตาราง 17

ตาราง 17 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ปัญหาและอุปสรรค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการบริหารงาน			
1.1. การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้า	2.51	0.85	ปานกลาง
1.2 การแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน	2.51	0.90	ปานกลาง
1.3 การกระจายงานไม่ทั่วถึง	2.50	0.97	ปานกลาง
1.4 การจัดสรรพื้นที่ทำงานไม่เหมาะสม เช่น พื้นที่บริการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ห่างกัน	2.28	1.05	น้อย
รวม	2.45	0.71	น้อย
2. ด้านการจัดการ			
2.1 มีงบประมาณในการดำเนินงานไม่เพียงพอ	2.30	1.06	น้อย
2.2 ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน	2.63	1.10	ปานกลาง
2.3 ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่	2.55	1.03	ปานกลาง
2.4 เทคโนโลยีก้าวหน้าเร็ว ไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ทัน	2.31	0.97	น้อย
2.5 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจน	2.69	0.95	ปานกลาง
2.6 ปัญหาการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วง	2.51	1.00	ปานกลาง
2.7 ปัญหาการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย	2.20	0.94	น้อย
รวม	2.46	0.74	น้อย
3. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ			
3.1 มีทรัพยากรสารสนเทศไม่ครอบคลุม	2.61	0.95	ปานกลาง
3.2 ทรัพยากรสารสนเทศไม่ทันสมัย	2.36	0.90	น้อย
3.3 ทรัพยากรสารสนเทศมีรูปแบบให้เลือกน้อย	2.35	0.86	น้อย

ตาราง 17 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3.4 มีทรัพยากรสารสนเทศมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น	2.10	0.76	น้อย
3.5 ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาไทยมีจำนวนน้อย	2.18	1.02	น้อย
3.6 ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศมีจำนวนมากเกินไป	2.04	0.83	น้อย
รวม	2.27	0.61	น้อย
4. ด้านเทคโนโลยี			
4.1 อุปกรณ์โสตทัศนวัสดุ เช่น เครื่องเล่นวีดิโอเทป เครื่องเล่นวีซีดี เครื่องฉายสไลด์ ที่มีอยู่ไม่ทันสมัย	2.14	0.95	น้อย
4.2 การกำหนดคุณสมบัติของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสืบค้นมีประสิทธิภาพต่ำ	2.26	0.91	น้อย
4.3 อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับคอมพิวเตอร์ เช่น สแกนเนอร์ เครื่องพิมพ์ มีประสิทธิภาพต่ำ	2.15	0.93	น้อย
4.4 ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงานยังไม่สมบูรณ์	2.29	0.97	น้อย
รวม	2.21	0.77	น้อย
5. ด้านการบริการ			
5.1 ระเบียบการให้บริการยังไม่ชัดเจน	2.19	0.93	น้อย
5.2 ขาดการให้บริการในเชิงรุก	2.61	1.08	ปานกลาง
5.3 เจ้าหน้าที่ขาดทักษะในการให้บริการ	2.23	0.87	น้อย
5.4 เจ้าหน้าที่ละเลยไม่รับผิดชอบการให้บริการ	1.92	0.86	น้อย
5.5 เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ในสาขาวิชาที่ให้บริการ	2.02	0.80	น้อย
5.6 โสตทัศนวัสดุที่ให้บริการไม่เพียงพอ	2.07	0.85	น้อย
5.7 ความไม่ทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้บริการ	2.04	0.87	น้อย
5.8 ปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์	1.72	0.93	น้อย
5.9 การส่งข้อมูลถึงลูกค้าแบบ Express Delivery, E-mail, Messenger มีปัญหาเรื่องระบบการส่ง	1.92	0.86	น้อย
รวม	2.08	0.65	น้อย

ตาราง 17 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
6. ด้านบุคลากร			
6.1 ขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ผู้ที่มีความรู้ด้านการวิจัย	2.35	1.05	น้อย
6.2 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.52	1.04	ปานกลาง
6.3 ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูล	2.58	1.19	ปานกลาง
6.4 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการจัดการสารสนเทศ	2.46	1.05	น้อย
6.5 บางสายงานมีจำนวนบุคลากรมากเกินไป	1.81	0.82	น้อย
6.6 บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคน	2.78	1.18	ปานกลาง
6.7 ปัญหาในการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้ามาทำงาน	2.49	0.97	น้อย
6.8 ปัญหาการลาออกจากงานของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง	2.44	1.11	น้อย
รวม	2.43	0.73	น้อย
7. ด้านผู้ใช้บริการ			
7.1 ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกไม่สม่ำเสมอ ทำให้ขาดรายได้เป็นบางช่วง	2.32	0.97	น้อย
7.2 ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีการยกเลิกการเป็นสมาชิกทำให้ขาดลูกค้า	2.07	0.91	น้อย
7.3 ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการ	2.48	3.01	น้อย
7.4 ผู้ใช้ไม่เข้าใจเงื่อนไขอัตราค่าบริการ	2.08	0.93	น้อย
7.5 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงเกินไปจากการใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์	2.38	1.02	น้อย
7.6 ปริมาณผู้ใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีจำนวนน้อย	2.33	0.99	น้อย
รวม	2.28	0.89	น้อย
รวมทั้งหมด	2.31	0.55	น้อย

จากตาราง 17 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.31$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทุกด้านในระดับน้อย โดยปัญหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการจัดการ ($\bar{X} = 2.46$) รองลงมาคือ ด้านการบริหารงาน ($\bar{X} = 2.45$) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 2.43$)

ด้านการจัดการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจน ($\bar{X} = 2.69$) ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน ($\bar{X} = 2.63$) และขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่ ($\bar{X} = 2.55$)

ด้านการบริหารงาน สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีเท่ากันสองอันดับคือ การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้า ($\bar{X} = 2.51$) และการแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน ($\bar{X} = 2.51$)

ด้านบุคลากร สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคน ($\bar{X} = 2.78$) ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูล ($\bar{X} = 2.58$) และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 2.52$)

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบัน บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ตาราง 18 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบัน บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
1. ด้านการบริหารงาน	
1.1 ผู้บริหารขาดทักษะในการบริหารงาน บริหารคน ส่งผลให้เกิดปัญหา	4
1.2 การประสานงานยังไม่ชัดเจน ขาดวิธีการปฏิบัติงาน	2
1.3 ผู้บริหารขาดความเข้าใจในระบบสารสนเทศ	1
1.4 อำนาจการตัดสินใจมีจำกัด เพราะต้องขึ้นตรงต่อบริษัทแม่ที่อยู่ต่างประเทศ	1
1.5 ผู้บริหารองค์กรขาดความรู้ด้านบรรณารักษศาสตร์ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน	1
1.6 การแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงานทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกัน	1
รวม	10
2. ด้านการจัดการ	
2.1 การประชาสัมพันธ์ยังทำได้น้อยเพราะกลุ่มลูกค้าอยู่กระจัดกระจาย	2
2.2 การใช้ระบบการจัดการแบบใหม่ทำให้งานยังไม่ค่อยเป็นระบบ	2
2.3 มีคู่แข่งเปิดกิจการใหม่เป็นจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันด้านราคา	1
รวม	5
3. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ	
3.1 ข้อมูลทางธุรกิจของภาครัฐไม่ค่อยเปิดเผยแก่สาธารณะ เข้าถึงได้ยาก	3
3.2 มีงบประมาณจำกัดจึงไม่สามารถจัดหาทรัพยากรสารสนเทศมาได้อย่างครบถ้วน	3
3.3 ทรัพยากรสารสนเทศยังไม่มี การจัดระบบที่ดี สืบค้นได้ยาก	2
3.4 ในปัจจุบันมีทรัพยากรสารสนเทศเกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก เป็นปัญหาในการวิเคราะห์และเลือกนำมาใช้	1
3.5 พนักงานยังขาดความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรสารสนเทศ	1
3.6 พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ต่างจังหวัดสำรวจข้อมูลได้ล่าช้า	1
รวม	11

ตาราง 18 (ต่อ)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
4. ด้านเทคโนโลยี	
4.1 การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ประกอบการกิจยังตามไม่ทันกระแสเทคโนโลยีในปัจจุบัน	3
4.2 อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์ ยังไม่เพียงพอกับจำนวนบุคลากร	2
4.3 ความรวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้มีการปรับเปลี่ยนบ่อยเป็นเหตุให้สิ้นเปลืองงบประมาณ	1
4.4 มีปัญหาเรื่องการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพงาน	1
4.5 มีการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ไม่มีการจัดซื้อจากแหล่งพาณิชย์ ซึ่งอาจมีปัญหาในระยะยาวที่ต้องการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	1
4.6 การลงทุนในเรื่องเทคโนโลยียังมีความติดขัดอยู่บ้าง ทำให้ไม่สามารถพัฒนาระบบใหม่ๆ	1
4.7 ประเทศไทยซอฟต์แวร์ราคาสูงมาก บางครั้งการดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพย์สินทางปัญญา	1
รวม	10
5. ด้านการบริการ	
5.1 การนำเสนอสารสนเทศยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง	6
5.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้ใช้	5
5.3 การใช้ทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบสิ่งตีพิมพ์ยังมีปริมาณค่อนข้างน้อย	1
5.4 การบริการรับทำวิจัยมีข้อจำกัดในการให้บริการแก่ลูกค้า ที่มีความต้องการพร้อมกันสูงมากในบางช่วงของปี	1
5.5 การให้บริการโดยใช้ช่องทางด้านเครือข่ายธุรกิจเป็นวิธีที่ได้ผลดีมาก แต่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวิธีการอื่นมากกว่า	1
รวม	14
6. ด้านบุคลากร	
6.1 จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอกับงาน	7
6.2 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ตรงตามสายงาน	4
6.3 ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านระบบสารสนเทศที่มีความเชี่ยวชาญ	3
6.4 บุคลากรขาดทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	2
6.5 ขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน	2

ตาราง 18 (ต่อ)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
6.6 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานสารสนเทศ	2
6.7 ผู้ที่สำเร็จการศึกษาสาขาการวิจัยยังขาดความเข้าใจในการทำวิจัยตลาด	1
6.8 ขาดบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับงาน	1
6.9 บุคลากรที่บริษัทต้องการส่วนใหญ่เรียกเงินเดือนสูง	1
รวม	23
7. ด้านผู้ใช้บริการ	
7.1 ผู้ใช้บริการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการทำวิจัย	4
7.2 ผู้ใช้บริการไม่สามารถระบุรายละเอียดลักษณะข้อมูลที่ต้องการได้ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ	2
7.3 ผู้ใช้บริการขาดทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้สื่อสารกันลำบาก	2
7.4 จำนวนผู้ใช้บริการค่อนข้างน้อย	1
รวม	9

จากตาราง 18 แสดงว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ดังนี้

ด้านบุคลากร สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่องจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอกับงาน ขาดบุคลากรที่มีความรู้ตรงตามสายงาน และขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านระบบสารสนเทศที่มีความเชี่ยวชาญ

ด้านการบริการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่องการนำเสนอสารสนเทศยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง และเจ้าหน้าที่ให้บริการล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้ใช้

ด้านทรัพยากรสารสนเทศ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่องข้อมูลทางธุรกิจของภาครัฐไม่ค่อยเปิดเผยแก่สาธารณะ เข้าถึงได้ยาก ซึ่งมีจำนวนเท่ากันกับ มิงบประมาณจำกัดจึงไม่สามารถจัดหาทรัพยากรสารสนเทศมาได้อย่างครบถ้วน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันบริการ
สารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย สรุปผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของระยะเวลา
การดำเนินงาน บุคลากรที่ดำเนินงาน ประเภทของผู้ใช้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการ
ให้บริการและการคิดค่าบริการ
2. เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของ
ขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการประกอบด้วยรูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บ
สารสนเทศและเนื้อหาของสารสนเทศ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศ
เชิงพาณิชย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการบริษัทและผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูล ของ
สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชน องค์กรอิสระ
หน่วยงานนานาชาติ และบริษัทที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูล ณ
วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2548 จำนวน 146 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการบริษัทและผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลของ
สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่สุ่มมาจากประชากรใน
ข้อ 1 ได้จำนวน 108 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายตามตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่
และมอร์แกน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน

4 ข้อ ประกอบด้วยชื่อหน่วยงาน ตำแหน่งงาน เพศ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถาม
เป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบเติมคำ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วยระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ ประเภทของผู้ให้บริการ ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการ และการคิดค่าบริการ ค่าถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบเติมคำ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ จำนวน 7 ข้อประกอบด้วย รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศ การจัดเก็บสารสนเทศ การจัดเตรียมสารสนเทศ การจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ การจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศ ในช่วงปีที่ผ่านมา วิธีการจัดหาข้อมูลและวิธีการประชาสัมพันธ์ ค่าถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและมาตราประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ แบ่งเป็น 2 ข้อดังนี้

ข้อ 1 ค่าถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน จำนวน 44 ข้อ ครอบคลุมปัญหา 7 ด้านคือ ปัญหาด้านการบริหารงาน ปัญหาด้านการจัดการ ปัญหาด้านทรัพยากรสารสนเทศ ปัญหาด้านเทคโนโลยี ปัญหาด้านการบริการ ปัญหาด้านบุคลากร และปัญหาด้านผู้ใช้

ข้อ 2 ค่าถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการ 2 วิธี คือ ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พร้อมทั้งโทรศัพท์ติดตามผล ในระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม 2548 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2548 และส่งแบบสอบถามพร้อมทั้งรับคืนด้วยตนเองที่สถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 3 พฤศจิกายน 2548 ถึงวันที่ 27 มกราคม 2549 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 108 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

5.1 ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบ ใช้วิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

5.2 ตอนที่ 2 สภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ใช้วิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

5.3 ตอนที่ 3 วิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

5.4 ตอนที่ 3 วิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.5 ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแจกแจงความถี่ในส่วนที่เป็นคำถามปลายเปิด

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

1.1 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 1 – 5 ปี

1.2 บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มสาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์ มีจำนวนมากที่สุด

1.3 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ต้องการคือ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น

1.4 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน

1.5 ประเภทบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการคือ บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ

1.6 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คือ การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.7 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ เช่น การให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ การทำวิจัย

2. วิธีดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

2.1 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการอยู่ในรูปแบบสิ่งตีพิมพ์

2.2 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นมาตรฐาน

2.3 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้ก่อนและจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ

2.4 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจมากที่สุด

2.5 ในช่วงปีที่ผ่านมาสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

2.6 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ มีวิธีการจัดหาข้อมูลโดยการจัดทำขึ้นเอง

2.7 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

3.1 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทุกด้านในระดับน้อย โดยปัญหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการจัดการ รองลงมาคือด้านการบริหารงาน และด้านบุคลากร

3.1.1 ด้านการจัดการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจน ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน และขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่

3.1.2 ด้านการบริหารงาน สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีเท่ากันสองอันดับคือ การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้า และการแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน

3.1.3 ด้านบุคลากร สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคน ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูล และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านทรัพยากรสารสนเทศ ดังนี้

3.2.1 ด้านบุคลากร สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่อง จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอกับงาน ขาดบุคลากรที่มีความรู้ตรงตามสายงาน และขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านระบบสารสนเทศที่มีความเชี่ยวชาญ

3.2.2 ด้านการบริการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่องการนำเสนอสารสนเทศยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง และเจ้าหน้าที่ให้บริการล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้ใช้

3.2.3 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ประสบปัญหาและอุปสรรคเรื่องข้อมูลทางธุรกิจของภาครัฐไม่ค่อยเปิดเผยแก่สาธารณะ เข้าถึงได้ยาก ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ มีงบประมาณจำกัดจึงไม่สามารถจัดหาทรัพยากรสารสนเทศมาได้อย่างครบถ้วน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย การดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย มีดังนี้

1. สภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

1.1 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 1 – 5 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ กล่าวคือช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงเวลาที่สภาพเศรษฐกิจเอื้ออำนวยต่อการเกิดและเจริญเติบโตของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ เพราะเป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมการลงทุนด้านต่างๆ มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นในธุรกิจหลายประเภท ซึ่งสอดคล้องกับสถิติในการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ (Newly registered) ทั่วประเทศ ในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลังในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2548 ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า มีจำนวนการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเริ่มจากปี พ.ศ. 2544 มีการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ทุกประเภทจำนวน 31,998 ราย และอีก 5 ปีต่อมาในปี พ.ศ. 2548 มีการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 49,533 ราย และสอดคล้องกับสถิติในการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลังเช่นกัน ในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2548 พบว่า มีการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ทุกประเภท ในปี พ.ศ. 2544 จำนวน 15,536 ราย และต่อมาในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 20,847 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2549: ออนไลน์) จากสถิติในการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ในธุรกิจต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่เป็นนิติบุคคลด้วย ผลวิจัยในข้อนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวาร์ (Warr. 1992: Online) ที่ได้ศึกษาการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ของนายหน้าค้าสารสนเทศในประเทศอังกฤษ พบว่า ธุรกิจนายหน้าค้าสารสนเทศส่วนใหญ่ก่อตั้งขึ้นระหว่าง 1-5 ปี

1.2 บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ สำเร็จการศึกษาจากกลุ่มสาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์มีจำนวนมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะเด่นของธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์คือ การให้บริการสารสนเทศทางธุรกิจ ดังนั้นบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของสารสนเทศทางธุรกิจได้ดี จึงเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในภาคธุรกิจนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฟิลด์ (Fields. 2003: 16) ที่ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมสารสนเทศในประเทศนิวซีแลนด์ ในเรื่องของคุณสมบัติและการศึกษาของบุคลากรด้านการจัดการสารสนเทศ พบว่า งานบริการด้านสารสนเทศต้องใช้ความรู้และทักษะด้านการบริหารธุรกิจ เช่น ทักษะการจัดการโครงการ ความสามารถในการเป็นที่ปรึกษาธุรกิจ ที่ปรึกษาการจัดการกองทุนและการทำวิจัยตลาด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรรณญา โฆษิตกุลจร (2539: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่องของสาขาวิชาที่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศที่ได้รับการว่าจ้างมากที่สุด พบว่า บุคลากร

ผู้ปฏิบัติงานสารสนเทศที่ได้รับการว่าจ้างในระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 ที่ได้รับการว่าจ้างมากที่สุดสำหรับระดับปริญญาตรีคือ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สำหรับระดับปริญญาโทคือ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

1.3 คุณสมบัติของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ต้องการคือ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในการทำงาน องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องมากยิ่งขึ้น เช่น การนำรหัสแท่ง (Barcode) มาใช้ในงานห้องสมุดทำให้บริการยืมคืนรวดเร็วขึ้น ติดตามหนังสือที่มีผู้ยืมไปได้รวดเร็ว และสามารถจองหนังสือที่ต้องการอ่านได้สะดวก นอกจากนี้คอมพิวเตอร์ยังเข้ามามีบทบาทในงานอื่นๆ เช่น งานสำนักงานอัตโนมัติ งานออกแบบสินค้าสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งการเข้าถึงสารสนเทศผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้นบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จึงจำเป็นต้องมีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานวิเคราะห์ของ นูยมุดดิน (Nuimuddin. 2000: 4-6) ที่ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสารสนเทศ ในเรื่องของกรรมวิธีการประมวลผลสารสนเทศที่เหมาะสม พบว่า บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ จำเป็นต้องมีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ราหูนวาลิทธิ (2534: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาสภาพและแนวโน้มของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ในเรื่องของบุคลากรที่ดำเนินงานสารสนเทศเชิงพาณิชย์ พบว่า สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ต้องการให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ได้

1.4 กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจและองค์กรในเรื่องของการตัดสินใจ การวางแผน การคาดการณ์สำหรับอนาคต บริษัทเอกชนมีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงคุณค่าของสารสนเทศต่อองค์กร และเห็นความสำคัญของสารสนเทศต่อธุรกิจ อีกทั้งบริษัทเอกชนยังมีความสามารถในการจ่ายค่าบริการสารสนเทศได้มากกว่าผู้ใช้บริการหรือลูกค้ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเชรียนจานิและฮิกกิน (Shrianjani; & Higgins. 2001: Abstract) ที่ได้ศึกษาการใช้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารบริษัท เอกชนในประเทศสิงคโปร์ พบว่า ผู้บริหารของบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของสารสนเทศที่มีต่อการดำเนินงานของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาร์ (Warr. 1992: Online) ที่ได้ศึกษาธุรกิจนายหน้าค้าสารสนเทศในประเทศอังกฤษ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการหรือลูกค้าส่วนใหญ่คือกลุ่มบริษัทเอกชนขนาดใหญ่

1.5 ประเภทบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการคือบริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ธุรกิจบางแห่งจะมีข้อจำกัดเรื่องบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความถนัดเฉพาะด้าน ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการจึงมีความจำเป็นต้องใช้บริการของที่ปรึกษาธุรกิจ นอกจากข้อจำกัดเรื่องบุคลากรแล้ว เหตุผลหนึ่ง

ที่ทำให้บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจมีความสำคัญ จะเป็นเรื่องของการดำเนินธุรกิจจนมาถึงจุดอิ่มตัว การพัฒนาให้ดีขึ้นนั้นจะทำได้ยากในความคิดของบุคลากรที่อยู่ในองค์กร เนื่องจากความเคยชินกับระบบงานจนยากที่จะเปลี่ยนแปลงจากบุคลากรภายใน ถ้าหากผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการต้องการจะพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น จึงใช้บริการที่ปรึกษาเข้าไปวิเคราะห์และขอคำชี้แนะในการปรับปรุงกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราหุน วรสิทธิ์ (2534: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาประเภทของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่มีให้บริการมากที่สุด ได้แก่ การให้คำปรึกษา

1.6 วิธีการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ คือ การให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเติบโตของอินเทอร์เน็ต การเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ธุรกิจและปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการต้องนำธุรกิจของตนมาไว้บนอินเทอร์เน็ต และมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพราะสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้าได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาทำการของสถานประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาธุรกิจให้พร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลา กลุ่มเป้าหมายที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่มีรายได้ระดับกลางถึงบน กลุ่มนักธุรกิจที่มีอำนาจตัดสินใจ กลุ่มนักศึกษาและคนทำงานรุ่นใหม่ในสังคมไทย การจัดทำเว็บไซต์เพื่อการตลาดจึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ดังนั้นสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จึงเลือกใช้วิธีการให้บริการสารสนเทศผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ ศูนย์ส่งเสริมฐานข้อมูลญี่ปุ่น (Database Promotion Center, Japan: DPC. 2004: 14-15) เกี่ยวกับการให้บริการฐานข้อมูลในประเทศญี่ปุ่นพบว่ามีการให้บริการสารสนเทศผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

1.7 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ เช่น การให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ การทำวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความจำเป็นใช้สารสนเทศส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้เป็นหลักซึ่งส่วนใหญ่มีความหลากหลายมาก ถ้าหากใช้การคิดค่าบริการแบบเป็นระบบหรือเป็นสัญญาผูกพันจะส่งผลให้สารสนเทศที่ผู้ใช้บริการได้รับเกินความจำเป็นหรือสารสนเทศที่ได้รับไม่สามารถนำไปใช้งานได้จริง ทั้งนี้ความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความจำเป็นใช้หรือโอกาสที่ต้องใช้ ราคาค่าบริการสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจว่าจะใช้บริการหรือไม่ และผู้ใช้มีความมั่นใจว่าจะได้รับสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการตามเรื่องที่ใช้อย่างจริง การที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ เนื่องจากประเภทบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการคือ บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ ซึ่งการให้บริการประเภทนี้จะมีการตกลงค่าบริการเป็นเรื่องๆ ไป เช่นเดียวกับการคิดค่าบริการรับทำวิจัย นอกจากนี้ การคิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการยังเป็นวิธีการคิดค่าบริการที่ยุติธรรมเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น (C A International Information. 2547ก: 21) ที่ได้ศึกษาธุรกิจการให้คำปรึกษา ในเรื่องของปัจจัยที่ผู้ใช้บริการใช้ในการพิจารณาเลือกผู้ให้บริการ

ให้คำปรึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการให้คำปรึกษาที่สำคัญได้แก่ ราคา ค่าบริการให้คำปรึกษาที่มีความเหมาะสมกับขอบเขตของการให้บริการ

2. วิจัยดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

2.1 รูปแบบของทรัพยากรสารสนเทศที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ให้บริการอยู่ในรูปแบบสิ่งตีพิมพ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการเอกสารที่เป็นหลักฐาน เช่น รายงานการวิจัยในเรื่องต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าได้จ้างให้สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์เป็นผู้จัดทำ รวมทั้งเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ใช้บริการหรือลูกค้าเข้ามาขอคำปรึกษา เช่น กฎหมายธุรกิจ กฎหมายแรงงาน หลักเกณฑ์การขอจดทะเบียนบริษัท ห้างร้านและการขอตั้งโรงงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร เรืองสินชัยวานิช (2546: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการใช้ทรัพยากรสารสนเทศของอาจารย์และนักศึกษาในห้องสมุดคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในเรื่องของปริมาณการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า อาจารย์และนักศึกษานิยมใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อไม่ตีพิมพ์ใช้ในระดับน้อย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภจิน สุกโสภาส (2543: 107) ที่ได้ศึกษาการใช้และการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้านการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้ห้องสมุดส่วนใหญ่มีการใช้ทรัพยากรสารสนเทศประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีความคุ้นเคยมากกว่า สามารถนำไปใช้ได้ทุกที่และหยิบใช้ได้เมื่อต้องการ ซึ่งแตกต่างจากสื่อประเภทสื่อโสตทัศน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องใช้อุปกรณ์เชื่อมต่อในการทำงาน ไม่สะดวกในการพกพา และมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยากซับซ้อนกว่าการใช้สื่อสิ่งพิมพ์

2.2 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นมาตรฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะการให้บริการสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีความแตกต่างจากการให้บริการสารสนเทศในห้องสมุด รวมทั้งบุคลากรที่ทำหน้าที่จัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ไม่ใช่ผู้สำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และ/หรือสารสนเทศศาสตร์ จึงไม่มีการจัดระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นมาตรฐานเหมือนการจัดเก็บทรัพยากรห้องสมุด

2.3 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้ก่อนและจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการสารสนเทศ ดังนั้นจึงต้องจัดหาสารสนเทศไว้ให้พร้อมเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการสารสนเทศ ส่วนการจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ เนื่องจากสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จะต้องจัดหาสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า จึงต้องมีการสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเสียก่อน

2.4 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงปีที่ผ่านมา สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ ได้มีการให้บริการเนื้อหาของสารสนเทศด้านธุรกิจมากที่สุด ดังนั้นในช่วงปีนี้สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จึงต้องจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศไว้ให้บริการให้สอดคล้องกับช่วงปีที่ผ่านมา รวมทั้งสารสนเทศด้านธุรกิจเป็นสารสนเทศที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วนิดา ปัจฉิม (2540: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความต้องการและทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการสารสนเทศในด้านเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สาทิพย์ ธรรมชีวีวงศ์ (2541: บทคัดย่อ) ที่วิจัยพบว่า ผู้บริหารระดับกลางมีความต้องการสารสนเทศภายนอกองค์การทุกด้านในระดับมาก โดยต้องการด้านเศรษฐกิจมากที่สุด

2.5 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ มีวิธีการจัดหาข้อมูลโดยการจัดทำขึ้นเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีแหล่งข้อมูลเป็นของตนเองอยู่แล้ว เช่น ศูนย์ข้อมูลสังกัดหนังสือพิมพ์หรือสำนักพิมพ์ที่มีบุคลากรออกสำรวจ จัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งข้อมูลที่มีอยู่แล้ว โดยการนำข้อมูลที่มีอยู่มาปรับแต่งให้เป็นบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในรูปแบบของกฤตภาคออนไลน์ กฤตภาคข่าว รวบรวมบรรณานุกรม จัดทำดรรชนีและบริการสรุปข่าว นอกจากนี้สถาบันบริการสารสนเทศบางแห่งยังเป็นผู้ผลิตสารสนเทศ เช่น บริษัทรับทำวิจัย รับแปลเอกสารและเป็นผู้ผลิตฐานข้อมูล ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ จุมพจน์ วนิชกุล (2532: 49) ที่ได้ศึกษาการประกอบธุรกิจการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ พบว่า หน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีวิธีการจัดหาสารสนเทศเพื่อนำมาให้บริการ โดยวิธีการซื้อและรวบรวมจากทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ

2.6 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่ ใช้วิธีการการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยที่ผลักดันให้มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น คือ อัตราการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2547 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเริ่มจากปี พ.ศ. 2543 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 2,300,000 คน จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2547 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 6,971,500 คน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2548: ออนไลน์) จากอัตราการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ อินเทอร์เน็ตจึงครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ไว้อย่างมากมาย สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์จึงเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวพร ศานติวัฒน์ และคนอื่นๆ (2547: 38) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อสื่อที่ใช้ พบว่า สื่อประเภทเว็บไซต์

ของห้องสมุดเป็นสื่อที่นักศึกษาเรียนรู้มากที่สุด เนื่องจากเป็นวิธีที่นักศึกษาสามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้ ทุกหนทุกแห่งที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและตลอดเวลา ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ จรัสศรี ปักกัตตัง (2542: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเห็นด้วยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเห็นว่า มีประโยชน์ ทันสมัย สะดวก และสามารถให้ข้อมูลได้รวดเร็ว

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

3.1 สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคใน

การดำเนินงานทุกด้านในระดับน้อย โดยปัญหาด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านการจัดการ รองลงมาคือด้านการบริหารงาน และด้านบุคลากร

3.1.1 ด้านการจัดการ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจน ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน และขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่ ทั้งนี้ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจนอาจเป็นเพราะ สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์บางแห่งอาจขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ รวมทั้งการสร้างระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่มี ความจำเป็นต่อการดำเนินงาน จึงทำให้ละเลยงานในส่วนนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ ศูนย์ส่งเสริมฐานข้อมูลญี่ปุ่น (Database Promotion Center, Japan: DPC. 2004: 23 - 24) ที่ศึกษาปัญหาในการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ พบว่า ปัญหาในการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ คือ ค่าใช้จ่ายและเวลา ในการสร้างระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ ส่วนปัญหาในเรื่องต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการขาดงบประมาณหรือมีงบประมาณน้อยในการจัดซื้อเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซอฟต์แวร์ที่เป็นลิขสิทธิ์มีราคาสูง รวมทั้งการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการทำธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชัน (C A International Information. 2547: 8) ที่ได้ศึกษารัฐกิจรับทำวิจัย ในเรื่องจุดอ่อนของธุรกิจการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ให้บริการรับทำวิจัยทุกขนาดธุรกิจส่วนใหญ่จะมีจุดอ่อนที่สำคัญๆ ได้แก่ การขาดงบประมาณในการพัฒนาองค์กร เทคโนโลยีและเครื่องมือ ส่วนปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ยังทำได้ไม่มาก เนื่องจากลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอยู่กระจัดกระจาย รวมทั้งการเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัสยา ฐาปนพันธ์นิตกุล (2545: 129) ที่ได้ศึกษาการจัดบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะ พบว่า ห้องสมุดในหน่วยงานเอกชนประสบปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศที่จัด

3.1.2 ด้านการบริหารงาน สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีเท่ากันสองอันดับคือ การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้า และการแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน ทั้งนี้การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้าอาจเป็นเพราะการบริหารงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์บางแห่ง เช่น ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชนหรือบริษัทที่เป็นสาขาของต่างประเทศต้องขึ้นอยู่กัต้นสังกัด ซึ่งบางครั้งอาจมีข้อจำกัดในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการบริหารงาน เพราะต้องขึ้นอยู่กับริษัทแม่ที่อยู่ต่างประเทศหรือหน่วยงานต้นสังกัด การที่ต้องประสานงานกับต้นสังกัดอาจมีขั้นตอนมาก ทำให้เกิดความล่าช้าได้ ส่วนปัญหาเรื่องการแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะขนาดขององค์กรที่เป็นองค์กรขนาดเล็กมีฝ่ายงานต่างๆ ไม่มากรวมทั้งบุคลากรมีจำนวนน้อย เมื่อบุคลากรคนใดรับผิดชอบงานไหนแล้วก็ต้องรับผิดชอบงานนั้นตลอด ซึ่งแตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่มีฝ่ายงานต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคลากรที่อยู่ในองค์กรนั้นจึงมีความจำเป็นต้องเรียนรู้งานฝ่ายต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน ทำให้เกิดการหมุนเวียนงาน

3.1.3 ด้านบุคลากร สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคน ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูลและขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคนอาจเป็นเพราะ บุคลากรแต่ละคนต้องรับผิดชอบงานหลายอย่าง เนื่องจากลักษณะงานสารสนเทศเป็นงานที่มีขั้นตอนมาก สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์บางแห่งมีข้อจำกัดในเรื่องการจ้างงาน ทำให้จำนวนบุคลากรมีน้อยกว่าปริมาณงาน รวมทั้งเรื่องจำนวนของผู้ใช้บริการในแต่ละช่วงเวลามีมากน้อยต่างกัน ส่งผลให้ทางสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประสบกับความยากลำบากในการวางแผนเกี่ยวกับจำนวนบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ สินธุวงศ์ (2541: 138) ที่ได้ศึกษาการดำเนินงานศูนย์ข้อมูลทางโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า สัดส่วนของบุคลากรกับปริมาณงานไม่เหมาะสมและไม่ทราบการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของบุคลากร ส่วนปัญหาเรื่องขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูลและขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะงานที่เกี่ยวกับการสร้างฐานข้อมูลจะเกี่ยวข้องกับการวางแผน ศึกษา วิเคราะห์ ออกแบบ นำไปใช้งาน ทดสอบ ประเมินผลและบำรุงรักษาระบบฐานข้อมูลและโปรแกรมระบบจัดการฐานข้อมูล รวมทั้งแก้ไขปัญหาลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้ที่ปฏิบัติงานในลักษณะเช่นนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการทำงาน การที่สถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูล และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจสืบเนื่องจากบุคลากรที่มีอยู่มีทักษะในการปฏิบัติงานดังกล่าวไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ ศูนย์ส่งเสริมฐานข้อมูลญี่ปุ่น (Database Promotion Center, Japan: DPC. 2004: 26 - 27) ที่สำรวจพบว่า การให้บริการฐานข้อมูลในประเทศญี่ปุ่นขาดแคลน

บุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบ นักเขียนโปรแกรมและผู้ดูแลรักษาความปลอดภัย
ข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อองค์กรของรัฐ

ภาครัฐควรมีการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยพิจารณาจากผลงาน คุณภาพ และมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะต่อสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

ผู้ประกอบการควรมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายครอบคลุมครบวงจรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรเน้นรูปแบบการให้บริการที่ตนเองถนัดและมีความเชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศมากที่สุด และควรประชาสัมพันธ์ตนเองให้เป็นที่รู้จักให้มากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะต่อสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนควรผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในภาคธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ โดยการพัฒนาการเรียนการสอนให้เหมาะสม โดยเฉพาะการฝึกฝนความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้เนื่องจากตลาดแรงงานในภาคธุรกิจบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ยังประสบปัญหาในเรื่องบุคลากรไม่เพียงพอและขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านระบบสารสนเทศที่มีความเชี่ยวชาญ

4. ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรมีการศึกษาสภาพและแนวโน้มของบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในรูปแบบต่างๆ โดยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ

4.2 ควรมีการศึกษาลักษณะงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศ ของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

4.3 ควรมีการศึกษาความต้องการในการใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ของสถาบันอุดมศึกษา

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2548). รายชื่อนิติบุคคลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
กระทรวงพาณิชย์: บริการธุรกิจอื่นๆ. (แฟ้มเอกสาร). นนทบุรี: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
กระทรวงพาณิชย์.
- _____. (2549). สถิติการจดทะเบียนตั้งใหม่. สืบค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2549, จาก
http://www.dbd.go.th/thai/statistics/stat_m1.phtml
- กิดานันท์ มลิทอง. (2539). อธิบายศัพท์คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณาจารย์ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์. (2548). ทักษะการรู้สารสนเทศ.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2546). สารสนเทศและการศึกษาค้นคว้า. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ครรชิต มัลลียงศ์. (2536, มกราคม). สารสนเทศทางธุรกิจ. สสท. ฉบับเทคโนโลยี. 19(106):
102-109.
- จรัส อติวิทยาภรณ์. (2548). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- จรัสศรี ปักกัตตัง. (2542). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อ
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.
(นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพจน์ วนิชกุล. (2532). การประกอบธุรกิจการให้บริการสารนิเทศ. ป. บัณฑิต
(บรรณารักษศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- _____. (2542). ความรู้พื้นฐานทางเทคโนโลยีสารนิเทศ. กาญจนบุรี: โปรแกรมวิชา
บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี.
- ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. (2545). สารนิเทศทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
ศิลปาบรรณาคาร.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ซี เอ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น. (2547). รายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัยการพัฒนาธุรกิจ
บริการสู่ตลาดโลก : ธุรกิจการให้คำปรึกษา. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2549, จาก
<http://www.caii-thailand.com>
- _____. (2547). รายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัยการพัฒนาธุรกิจบริการสู่ตลาดโลก : ธุรกิจ
การศึกษาวิจัย. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2549, จาก <http://www.caii-thailand.com>
- ณัฐพล ศีตะสุทธิพันธุ์. (2544, มกราคม-กุมภาพันธ์). ระบบสารสนเทศเพื่อความเป็นเลิศทาง
ธุรกิจ. เพื่อการเพิ่มผลผลิต. 6(30): 65-67.

- ดรัคเกอร์, ปีเตอร์ เอฟ. (2544). *การบริหารจัดการในศตวรรษที่ 21*. แปลโดย ชื่นจิต แจ่มเจนกิจ. กรุงเทพฯ: เอ. อาร์. บีซิเนส.
- ทวิสันต์ โฉนวนุรักษ์. (2543, กรกฎาคม-กันยายน). สารสนเทศเพื่อประสิทธิภาพงาน. *ศูนย์บริการวิชาการ*. 8(3): 45-50.
- นันทา รักศรี. (2537). *การใช้สารสนเทศเชิงพาณิชย์ของสถาบันการเงิน* วิทยานิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บิสิเนสไทย. (2544). ธุรกิจออดิโอเท็กซ์ก้าวกระโดดขยายวงโตจาก Niche สู่ Mass. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2547, จาก <http://www.businesssThai.co.th/content.php?data=400970>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประดิษฐา ศิริพันธ์. (2542). *การจัดการสารนิเทศธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2547, จาก http://server.tiac.or.th/tiacThai/it_course/thch43-ch1.doc
- ประภาดี สืบสนธิ์. (2543). *สารสนเทศในบริบทสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ.
- ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์. (2545, มกราคม-กุมภาพันธ์). สารสนเทศกับองค์กรธุรกิจการเกษตร. *แม่โจ้ปริทัศน์*. 3(1): 57-59.
- ผ่องพรรณ แยมแซไข. (2544). *การใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ที่บอกรับเป็นสมาชิกโดยสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : รายงานการวิจัย*. เชียงใหม่: สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัฒนาการบริการข้อมูล. (2537, 29 สิงหาคม-4 กันยายน). *ผู้จัดการรายสัปดาห์*. หน้า 22.
- ไพเราะ เลิศวิราม. (2538, กันยายน). คำข้อมูลทางสาย ความอับจนหลงทาง และโอกาสรอด. *ผู้จัดการรายเดือน*. 13(144): 163-178.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาศิลปศาสตร์. (2537). *เอกสารการสอนชุดวิชา 13313 การบริการและเผยแพร่สารสนเทศ หน่วยที่ 1-7*. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยฯ.
- _____. (2542). *เอกสารการสอนชุดวิชา 13201 สารนิเทศศาสตร์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 11. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยฯ.
- _____. (2543). *เอกสารการสอนชุดวิชา 13313 การบริการและเผยแพร่สารสนเทศ หน่วยที่ 8 - 15*. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยฯ.
- มัสยา ฐานพันธ์นิติกุล. (2545). *การจัดบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์ในห้องสมุดเฉพาะ*. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

มาลี กาปมาลา. (2543, พฤษภาคม). การคิดค่าบริการสารสนเทศ. *บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มข.* 18(2): 53–60.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. ฝ่ายการวิจัยแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา โครงการแผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2540 – 2549. (2541). *ระบบข้อมูลสารสนเทศของกระทรวงพาณิชย์และการให้บริการข้อมูลการพาณิชย์*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิฯ.

เยาวพร ศานติวิวัฒน์; และคนอื่นๆ. (2547). รายงานการวิจัย ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ต่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ราहुณ วรสิทธิ์. (2534). *สภาพและแนวโน้มของบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย*.

วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ลอง, ลารี่; และ ลอง, แนนซี. (2543). *เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ*. แปลโดย

ลานนา ดวงสิงห์. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วนิดา ปัจฉิม. (2540). *ความต้องการและทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อบริการสารนิเทศ*

เชิงพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

วรัญญา โฆษิตกุลจร. (2539). *บุคลากรผู้ปฏิบัติงานสารนิเทศในธุรกิจบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์*.

วิทยานิพนธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิต

วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

วันเพ็ญ สินธุวงศ์. (2541). *การดำเนินงานศูนย์ข้อมูลทางโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก*

ช่อง 7. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2538, กุมภาพันธ์-มีนาคม). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่ายๆ

ที่บางครั้งก็พลาดได้. *ข่าวสารวิจัยการศึกษา*. 18(3): 8–11.

ศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2542). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

ศิริพร เรืองสินชัยวานิช. (2546). *การใช้ทรัพยากรสารสนเทศของอาจารย์และนักศึกษาใน*

ห้องสมุด คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.

(บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.

ศรีสมร็ก อินทุจันทร์ยง. (2549). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุจิมน สุโกภาส. (2543). *การใช้และการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุด*

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และ

สารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

- ศุภพรรณ สีนุตพงษ์. (2547,กรกฎาคม). รูปแบบสารนิเทศทางธุรกิจ. *บรรณารักษศาสตร์*. 24(2): 15 – 36.
- ศุภิสราพร สุราทิพย์รัตน์. (2548). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ไอดีซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์.
- ศูนย์ข้อมูลมติชน. (2547ก). ประวัติความเป็นมาศูนย์ข้อมูลมติชน. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2547, จาก <http://mic.matichon.co.th/about>
- _____. (2547ข). หัวเรื่องข่าวที่ให้บริการของศูนย์ข้อมูลมติชน. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2547, จาก <http://mic.matichon.co.th/service/advertise/title.asp>
- ศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา. (2548). IFD Newsclip Online. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2548, จาก <http://www.ifd.or.th>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2548). การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.ntl.nectec.or.th/internet/user-growth.html>
- ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2547). Welcome to TIAC. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2547, จาก <http://www.tiac.or.th/tiacthai/>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2548). ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยินดีต้อนรับ. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2548, จาก <http://www.kasikornresearch.com/index.wcgi>
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. (2547). บริษัท ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2547, จาก <http://www.scb.co.th/~scbri/about-t.html>
- สมคิด บางโม. (2545). *การประกอบธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สมชาย นำประเสริฐชัย. (2543, กรกฎาคม). ธุรกิจในยุคสารสนเทศ. *ไมโครคอมพิวเตอร์*. 18(180): 93–96.
- สมชาย วรรณญาณไกร. (2545). *เทคนิคการค้นคืนสารสนเทศเบื้องต้น : เอกสารประกอบการสอน รายวิชา บส 451*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาทิพย์ ธรรมชีวีวงศ์. (2541). *ความต้องการสารนิเทศภายนอกองค์กรและการใช้แหล่งสารนิเทศของผู้บริหารระดับกลาง : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการสื่อสารและอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สาธิตา ปฐมวิริยะวงศ์; และ สีปาน ทรัพย์ทอง. (2535, กรกฎาคม-กันยายน). ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสารนิเทศ. *ห้องสมุด*. 36(3): 35–40.
- สุพัทธา บุญมาก. (2541, มกราคม-เมษายน). สารสนเทศเพื่อการจัดการ. *สุทธิปริทัศน์*. 12(36): 17-22.

- สุมน มาลาสิทธิ์. (2546). *การจัดการผลิต/การดำเนินงาน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพาณิชยศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรนุช เศวตรัตนเสถียร. (2544, มกราคม). สารนิเทศ ธุรกิจ และผู้บริหาร. *บรรณารักษศาสตร์*.
21(1): 1–9.
- อัจฉรา จันท์ฉาย. (2544). *การพยากรณ์เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมพร นามเหลา. (2542). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาสารนิเทศเพื่อการศึกษาชั้นคว่ำ*.
นครราชสีมา: โปรแกรมวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
นครราชสีมา.
- อาภากร ธาตุโลหะ. (2547). *ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการค้นคว้า*. ชลบุรี:
ที.เค.กราฟฟิค พรินต์.
- เอกชัย เจริญนิทย์. (2548). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: พัฒนาวิชาการ.
- เอื้อมพร ทศนประสิทธิ์ผล. (2542). *สารนิเทศเพื่อการศึกษาชั้นคว่ำ*. ฉะเชิงเทรา:
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์.
- Association of Independent Information Professionals. (2003). *The Independent
Information Professionals*. Retrieved October 15, 2004, from
[http://www.aiip.org/Resources/IIP White Paper. html](http://www.aiip.org/Resources/IIP%20White%20Paper.html)
- Bondra Information Service. (2000, June). *Services that We Offer*. Retrieved October
9, 2004, from <http://www.bondra.com/services.htm>
- Claudine, Jenda. (2000, April). *Fee-Base Services*. Retrieved October 1, 2004, from
<http://www.arl.org/spec/259sum.html>
- DPC Database Promotion Center, Japan. (2004). *Databases in Japan 2004*. Retrieved
August 15, 2006, from [http://www.dpc.jipdec.jp/english/Databases_in_Japan
2004.pdf](http://www.dpc.jipdec.jp/english/Databases_in_Japan%202004.pdf)
- Feather, John; & Sturges, Paul. (2003). *International Encyclopedia of Information and
LibraryScience*. 2nd ed. New York: Routledge.
- Fields, Alison. (2003). *Consultancy and Contract Work in the Information Industry : The
Open Polytechnic of New Zealand*. Retrieved August 15, 2006, from
<http://www.topnz.ac.nz/>
- Johnson, Alice Jane Holland. (1989). *Information Brokers : Case Studies of Successful
Ventures*. (Online). From: UMI; [http://wwwlib.umi.com/ dissertations/ fullcit/
9008503](http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/9008503)
- Keenan, Stella. (1996). *Concise Dictionary of Library and Information Science*.
West Sussex: Bowker-saur.

- Levine, Marilyn M. (1995). *A Brief History of Information Brokering*. Retrieved October 15, 2004, from <http://www.asis.org/Bulletin/Feb-95/levine.html>
- Londrie, Keith. (2004). *What is an Information Broker?*. Retrieved October 15, 2004, from <http://www.4hb.com/marketing/0111infobroker.html>
- Lugo, Alejandra; East, Thomas D.; & Bradshaw, Richard L. (2000). *Effectiveness of an Information Broker Service*. Retrieved November 7, 2004, from <http://www.amia.org/pubs/symposia/D005815.PDF>
- Nuimuddin, Chowdhury. (2000). *Information Revolution, Foreign Direct Investment and Globalization : A Blue-print of Actions for Youth Employment*. Retrieved August 15, 2006, from http://www.eb2000.org/Short_Note_20.doc
- OCLC Online Computer Library Center. (2004). *About OCLC*. Retrieved December 27, 2004, from <http://www.oclc.org/about/default.htm>
- Rugge, Sue; & Glossbrenner, Alfred. (1992). *The Information Broker's Handbook*. Winderest: McGraw Hill.
- Shrianjani, Marie Gina; & Higgins, Susan Ellen. (2001, October). *Information As a Tool For Management Decision Making: A Case Study of Singapore*. Retrieved August 13, 2006, from <http://informationr.net/ir/7-1/paper114.html>
- Warr, Karen. (1992). *Business Information Broking in the UK*. Retrieved September 14, 2006, from <http://bir.sagepub.com/cgi/reprint/8/4/22.pdf>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
จดหมายติดต่อขอความร่วมมือในการวิจัย

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความให้สมบูรณ์

1. ชื่อหน่วยงานของท่าน บริษัท/ศูนย์ข้อมูล _____

2. ตำแหน่งงานของท่าน

☐ ผู้จัดการบริษัท

☐ ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูล

☐ อื่นๆโปรดระบุ _____

3. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

4. อายุ

☐ 26-30 ปี

☐ 31-35 ปี

☐ 36-40 ปี

☐ 41-45 ปี

☐ 46-50 ปี

☐ 51 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ในเรื่อง
ของระยะเวลาการดำเนินงาน บุคลากรที่ดำเนินงาน ประเภทของผู้ใช้บริการ
ประเภทของการให้บริการ วิธีการให้บริการ และการคิดค่าบริการ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความให้สมบูรณ์

1. หน่วยงานของท่านดำเนินงานให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มาแล้ว _____ ปี

2. บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศในหน่วยงานของท่านมีดังต่อไปนี้

วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)
1. นิติศาสตร์/รัฐศาสตร์			
2. การจัดการ/บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์			
3. สังคมศาสตร์			
4. นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์			
5. มนุษยศาสตร์			
6. ศิลปศาสตร์/อักษรศาสตร์			
7. ศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์			
8. วิศวกรรมศาสตร์			
9. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี			

วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)
10. เกษตรศาสตร์			
11. พยาบาลศาสตร์			
12. เกษตรศาสตร์			
13. อื่นๆ โปรดระบุ.....			
.....			

3. บุคลากรที่มีตำแหน่งงานด้านการจัดการสารสนเทศในหน่วยงานของท่าน จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในข้อใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น
- ☐ สามารถใช้คำสั่งของระบบปฏิบัติการต่างๆ เช่น WINDOWS, UNIX
- ☐ มีทักษะในการใช้โปรแกรมตารางทำการ เช่น Microsoft Excel
- ☐ มีทักษะในการใช้โปรแกรมเสนองาน เช่น Microsoft PowerPoint
- ☐ มีทักษะในการใช้โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล เช่น Microsoft Access
- ☐ มีทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก
- ☐ มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตและบริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตได้
- ☐ มีทักษะในการสร้างระบบการค้นคืนสารสนเทศผ่าน WWW เบื้องต้น เช่น การเขียน

HTML หรือสร้าง Web Page

- ☐ มีความสามารถในการจัดการและสร้างระบบเอกสารจากโปรแกรมจัดการเอกสาร

เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ (Word processing), PDF (Portable Document Format)

- ☐ มีความรู้ความสามารถในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล
- ☐ มีความชำนาญด้านพิมพ์ดีดภาษาไทย ไม่ต่ำกว่า 35 คำ/นาที
- ☐ มีทักษะในการสื่อสารดี มีความรู้ภาษาอังกฤษ
- ☐ มีความรู้ความสามารถในการศึกษาหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล
- ☐ มีทักษะในการวิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศ กำหนดคำค้น จัดทำดัชนี สารบัญ

บรรณนิทัศน์

- ☐ มีความสามารถในการสร้างสรรค์และพัฒนาสารสนเทศขึ้นใหม่
- ☐ มีความสามารถในการวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ
- ☐ มีความรู้เฉพาะสาขาวิชา โดยเฉพาะความรู้สาขาที่สัมพันธ์กับองค์กร
- ☐ อื่นๆโปรดระบุ_____

4. หน่วยงานของท่านให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ากลุ่มใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ รัฐวิสาหกิจ
- ☐ บริษัทเอกชน
- ☐ ธนาคารและสถาบันการเงิน
- ☐ หน่วยงานราชการที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา
- ☐ บริษัทที่ปรึกษาด้านข้อมูลหรือกฎหมาย
- ☐ สถาบันการศึกษา
- ☐ บุคคลทั่วไป
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ_____

5. หน่วยงานของท่านให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ บริการให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ
- ☐ บริการจัดส่งเอกสารให้เป็นประจำ เช่น การจัดส่งกฤตภาค (Clipping)
- ☐ บริการฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้นเอง
- ☐ บริการฐานข้อมูลสำเร็จรูปจากหน่วยงานที่ให้บริการฐานข้อมูลอื่นๆ
- ☐ บริการสืบค้นสารสนเทศ
- ☐ บริการรับทำวิจัย เช่น วิจัยตลาด วิจัยโครงการ วิจัยทางการศึกษา
- ☐ บริการสรุปข่าวที่สำคัญ
- ☐ บริการสารสนเทศทันสมัย
- ☐ บริการเลือกสรรสารสนเทศเฉพาะบุคคล
- ☐ บริการจัดอบรมสัมมนา
- ☐ บริการแปลสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า
- ☐ บริการรวบรวมบรรณานุกรมและดัชนี
- ☐ บริการจัดทำสารสังเขป
- ☐ บริการจัดทำสำเนา
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ_____

6. หน่วยงานของท่านมีวิธีการให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์อย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ☐ บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail : E - mail)
- ☐ บริการด้วยคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ (On – Line Computer)
- ☐ บริการด้วยระบบกระดานข่าว (Bulletin Board System : BBS)
- ☐ บริการทางโทรศัพท์
- ☐ บริการด้วยระบบโทรสาร (Fax)
- ☐ บริการสารสนเทศผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
- ☐ บริการนำส่งสารสนเทศ
- ☐ ลูกค้าติดต่อขอรับบริการด้วยตนเอง
- ☐ บริการทางไปรษณีย์
- ☐ อื่นๆ เช่น UBC, Audiotext, Videotext, Teletext ฯลฯ โปรดระบุ_____

7. หน่วยงานของท่านมีวิธีการคิดค่าบริการสารสนเทศอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ คิดค่าบริการรายวัน
- ☐ คิดค่าบริการรายสัปดาห์
- ☐ คิดค่าบริการรายเดือน
- ☐ คิดค่าบริการรายปี
- ☐ คิดค่าบริการตามจำนวนข้อความ
- ☐ คิดค่าบริการตามจำนวนข่าว
- ☐ คิดค่าบริการตามเรื่องที่ให้บริการ เช่น การให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจ การทำวิจัย
- ☐ คิดค่าสืบค้นสารสนเทศตามระยะเวลาที่ใช้ในการสืบค้น
- ☐ คิดค่าสืบค้นสารสนเทศตามจำนวนเรื่องที่ให้บริการ
- ☐ คิดค่าบริการตามจำนวนหน้า เช่น การพิมพ์ผลการสืบค้น การแปลเอกสาร
- ☐ คิดค่าบริการแปลเอกสารตามความยากง่ายของเนื้อหา หรือตามสาขาวิชา
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ_____

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์
ในเรื่องของขอบเขตสารสนเทศที่ให้บริการ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความให้สมบูรณ์

1. หน่วยงานของท่านจัดเตรียมทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ฐานข้อมูลออนไลน์
- ☐ ซีดีรอม
- ☐ สิ่งตีพิมพ์
- ☐ อื่นๆโปรดระบุ _____

2. หน่วยงานของท่านมีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ระบบทศนิยมของดิวอี้
- ☐ ระบบหอสมุดรัฐสภาอเมริกัน
- ☐ ระบบทศนิยมสากล
- ☐ ระบบที่หน่วยงานคิดขึ้นมาเป็นพิเศษ โปรดระบุ _____
- ☐ ไม่มีระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศ

3. หน่วยงานของท่านจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศไว้ให้บริการอย่างไรบ้าง

- ☐ มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้
- ☐ จัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต้องการ
- ☐ มีการจัดเตรียมสารสนเทศไว้และจัดหาสารสนเทศเมื่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

ต้องการ

หากท่านเลือกข้อ 3.1 และ 3.3 เป็นคำตอบ กรุณาตอบคำถามข้อ 4 - 7 หากท่านเลือก

ตอบข้อ 3.2 กรุณาข้ามไปตอบข้อ 6 และข้อ 7

4. หน่วยงานของท่านจัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศในข้อใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ ธุรกิจ | ☐ การค้าขาย |
| ☐ การนำเข้าและการส่งออก | ☐ การผลิตสินค้า |
| ☐ ราคาสินค้า | ☐ การบรรจุหีบห่อ |
| ☐ แหล่งผลิต | ☐ แหล่งวัตถุดิบ |
| ☐ ราคาค่าขนส่ง | ☐ สถิติมาตรฐานสินค้า |
| ☐ รายชื่อผู้ประกอบการ | ☐ ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง |
| ☐ ข้อมูลบริษัท | ☐ กฎหมายต่างๆ |
| ☐ อื่นๆโปรดระบุ _____ | |

5. ในช่วงปีที่ผ่านมาหน่วยงานของท่านได้จัดเตรียมเนื้อหาของสารสนเทศต่างๆ ต่อไปนี้ระดับใด

เนื้อหาของสารสนเทศ	ระดับการให้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ธุรกิจ					
การค้าขาย					
การนำเข้าและการส่งออก					
การผลิตสินค้า					
ราคาสินค้า					
การบรรจุหีบห่อ					
แหล่งผลิต					
แหล่งวัตถุดิบ					
ราคาค่าขนส่ง					
สถิติมาตรฐานสินค้า					
รายชื่อผู้ประกอบการ					
ข้อมูลส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง					
ข้อมูลบริษัท					
กฎหมายต่างๆ					
อื่นๆโปรดระบุ.....					
.....					

6. หน่วยงานของท่านมีวิธีการจัดหาข้อมูลอย่างไรบ้าง

- ☐ จัดทำขึ้นเอง
- ☐ รวบรวมจากแหล่งต่างๆ โปรดระบุ.....
- ☐ อื่นๆโปรดระบุ.....

7. หน่วยงานของท่านมีวิธีการประชาสัมพันธ์อย่างไรให้ผู้สารสนเทศได้ทราบถึงบริการต่างๆ

- ☐ ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์
- ☐ ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ
- ☐ ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์
- ☐ ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร
- ☐ จัดหมายข่าว
- ☐ จัดทำสิ่งพิมพ์ในการเผยแพร่ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ใบแทรก
- ☐ อื่นๆโปรดระบุ _____

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาที่พบในการดำเนินงานของท่าน เพียงข้อละ 1 เครื่องหมาย

1. หน่วยงานของท่านประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานต่างๆ ต่อไปนี้ระดับใด

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการบริหารงาน					
1.1 การบริหารงานมีขั้นตอนมากทำให้เกิดความล่าช้า					
1.2 การแบ่งงานอยู่ในลักษณะที่ไม่มีการหมุนเวียนงาน					
1.3 การกระจายงานไม่ทั่วถึง					
1.4 การจัดสรรพื้นที่ทำงานไม่เหมาะสม เช่น พื้นที่บริการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ห่างกัน					
1.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
.....					
2. ด้านการจัดการ					
2.1 มีงบประมาณในการดำเนินงานไม่เพียงพอ					
2.2 ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน					
2.3 ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่มีอยู่					
2.4 เทคโนโลยีก้าวหน้าเร็ว ไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ทัน					

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.5 ระบบการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศยังไม่ชัดเจน					
2.6 ปัญหาการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วง					
2.7 ปัญหาการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย					
2.8 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
3. ด้านทรัพยากรสารสนเทศ					
3.1 มีทรัพยากรสารสนเทศไม่ครอบคลุม					
3.2 ทรัพยากรสารสนเทศไม่ทันสมัย					
3.3 ทรัพยากรสารสนเทศมีรูปแบบให้เลือกน้อย					
3.4 มีทรัพยากรสารสนเทศมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น					
3.5 ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาไทยมีจำนวนน้อย					
3.6 ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศมีจำนวนมากเกินไป					
3.7 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
4. ด้านเทคโนโลยี					
4.1 อุปกรณ์โสตทัศนวัสดุ เช่น เครื่องเล่นวีดีโอเทป เครื่องเล่นวีซีดี เครื่องฉายสไลด์ ที่มีอยู่ไม่ทันสมัย					
4.2 การกำหนดคุณสมบัติของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการสืบค้นมีประสิทธิภาพต่ำ					
4.3 อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับคอมพิวเตอร์ เช่น สแกนเนอร์ พรินเตอร์ มีประสิทธิภาพต่ำ					
4.4 ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงานยังไม่สมบูรณ์					
4.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
5. ด้านการบริการ					
5.1 ระเบียบการให้บริการยังไม่ชัดเจน					
5.2 ขาดการให้บริการในเชิงรุก					
5.3 เจ้าหน้าที่ขาดทักษะในการให้บริการ					

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.4 เจ้าหน้าที่ละเลยไม่รับผิดชอบการให้บริการ					
5.5 เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ในสาขาวิชาที่ให้บริการ					
5.6 โสตทัศนวัสดุที่ให้บริการไม่เพียงพอ					
5.7 ความไม่ทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้บริการ					
5.8 ปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์					
5.9 การส่งข้อมูลถึงลูกค้าแบบ Express Delivery, E-mail, Messenger มีปัญหาเรื่องระบบการส่ง					
5.10 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
6. ด้านบุคลากร					
6.1 ขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ผู้ที่มีความรู้ด้านการวิจัย					
6.2 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
6.3 ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการสร้างฐานข้อมูล					
6.4 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการจัดการสารสนเทศ					
6.5 บางสายงานมีจำนวนบุคลากรมากเกินไป					
6.6 บุคลากรมีน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของแต่ละคน					
6.7 ปัญหาในการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้ามาทำงาน					
6.8 ปัญหาการลาออกจากงานของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง					
6.9 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
7. ด้านผู้ใช้บริการ					
7.1 ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกไม่สม่ำเสมอ ทำให้ขาดรายได้เป็นบางช่วง					

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.2 ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีการยกเลิกการเป็นสมาชิก ทำให้ขาดลูกค้า					
7.3 ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการ					
7.4 ผู้ใช้ไม่เข้าใจเงื่อนไขอัตราค่าบริการ					
7.5 ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงเกินไปจากการใช้ บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์					
7.6 ปริมาณผู้ให้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์มีจำนวน น้อย					
7.7 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

2. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

2.1 ด้านการบริหารงาน.....

.....
.....
.....

2.2 ด้านการจัดการ.....

.....
.....
.....

2.3 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ.....

.....
.....
.....

2.4 ด้านเทคโนโลยี.....

.....
.....
.....

2.5 ด้านการบริการ.....

.....

.....

.....

2.6 ด้านบุคลากร.....

.....

.....

.....

2.7 ด้านผู้ให้บริการ.....

.....

.....

.....

2.8 ปัญหาด้านอื่นๆ.....

.....

.....

.....

*****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม*****

ภาคผนวก ค

รายชื่อสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

**รายชื่อสถาบันบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบ
แบบสอบถาม**

บริษัทจำนวน 97 แห่ง

1. ขนบไทย

50/46 ซอยหมู่บ้านฝนทอง ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขต กรุงเทพฯ 10220 โทร. 0-2552-6302, 0-2521-1064

<http://thaifolk.com/banner/translate/TranslationFee.htm>

2. คอนเฟอเรนซ์ แอนด์ เซมินาร์ โพรเฟสชันนัล

139 อาคารเศรษฐกิจรณทาวเวอร์ ชั้น 7 ยูนิต เอ/1 ถนนปิ่น แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2266-6119

3. คาร์พีเดียม คอนซัลตัง

209/1 อาคารซีมิก ชั้นที่ 11 อาคาร บี ยูนิต 3 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทร. 0-2640-8103-6

4. คิทท์ แอนด์ เมอเรีย

183 อาคารริเจนท์เฮาส์ ชั้น 18 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทร. 0-2255-6495-7

5. ควินไทล์ส (ประเทศไทย)

191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้นที่ 17 ห้องเลขที่ 4 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2686-2601

6. เคนซิงตัน แอสโซซิเอทส์ (ประเทศไทย)

323 อาคารยูไนเต็ด เซนเตอร์ ชั้น 41 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0-2231-1586, 0-2231-1596
<http://www.kensington.co.th>

7. แคปปิตอล โซลูชั่น จำกัด

56 อาคารญาติ ชั้น 7 ห้อง 7/7 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2632-9855-7

8. จีโนซิส

54 อาคารบีบี ชั้น 18 ห้อง 1810 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2260-5749

9. จี เอฟ เค มาร์เก็ตติ้ง เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย)

195 ดิเกเอ็มไพร์ทาวเวอร์ชั้น 27 ห้อง 2712 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร
กรุงเทพฯ 10120
โทร. 0-2670-3300-31

10. เจอีซี ข้อมูลการเกษตร

56 อาคารญาติ ชั้น 5 ห้อง 512 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2632-8118
<http://www.jec.co.th/index.htm>

11. เจเอสพีแอดไวส์เซอร์

323 อาคารยูไนเต็ดเซ็นเตอร์ ชั้น 30 ห้อง 3004 บี ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก
กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2266-9021-2
<http://www.jspartners.com>

12. ชินนี่ ดอทคอม

408/65 อาคารชุดพหลโยธินเพลส ชั้น 16 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0-2619-1123
<http://www.shinee.com/2004/inews/index.asp>

13. ซอฟต์แวร์เอท

31 อาคารพญาไท ชั้น 9 ห้อง 914-5 ถนนพญาไท พญาไท ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0-2247-8577

<http://www.softsuite.co.yh>

14. ซาวิลส์ (ประเทศไทย)

140 อาคารแปซิฟิกเพลส ชั้น 12 สุขุมวิท 3 คลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2254-5050-7, 0-2254-9951-2, 0-2254-9954

15. ซิโนแปซิฟิกเอ็นเตอร์ไพรส์

889 อาคารไทยซีซีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทร. 0-2672-3194-5, 0-2673-9192, 0-2673-9373

16. ซีอี เอนเทอร์ไพรซ์ คอนซัลติ้ง

62 มิลเลนเนีย ทาวเวอร์ (Millennia Tower) ชั้น 20 ห้อง 2001 ซอยหลังสวน ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2255-0211-5

<http://www.ce.enterprise.com>

17. ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น

126/15 ซอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2391-7024-5

<http://www.caii-thailand.com>

18. ฌี (ไทยแลนด์)

87 อาคารนายเลิศ ชั้น 3 ถนนสุขุมวิท 5 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2655-3950-2

19. ดับเบิลอิมแพ็ค

195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 12 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทร. 0-2670-1100

20. ดีลอยท์คอนซัลติ้ง

183 อาคารรัชนาการ ชั้น 25 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทร. 0-2676-5695-9

21. เดอะทรานสเลเตอร์ส

163 อาคารรัชต์ภาคย์ ชั้น 6 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2258-3932

22. เดอะเลิร์ชเชอร์

511/2 ซอยศูนย์วิจัย 4 ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
โทร. 0-2319-4976-9

23. ทีคิวเอ็ม เบสท์

36 ซอยสุขุมวิท 34 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2260-3710-3
<http://www.tqmbest.com/>

24. เทน ที ซี

92/52 ชั้น 18 อาคารสารธาณี 2 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2238-4745, 0-2636-6196
<http://www.tentc.com>

25. เทเลอินเทล

เอเวอร์กรีน เฟลส ชั้น 6 ถนนพญาไท ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0-2219-3339, 0-2219-3343
<http://www.tele-intel.com>

26. ไทยเรตติ้ง แอนด์ อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส

191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2231-3005-7
<http://www.tris.co.th>

27. ไทยเลอร์ เนลสัน ซอฟเฟรส (ไทยแลนด์)

849 อาคารรวิวัฒน์ ชั้น 12 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2635-1276-99

28. ไทยเวนเจอร์ ดอท คอม

735 ซอยสุขุมวิท 22 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2663-0104

<http://www.thaiventure.com/>

29. ไทยแพลเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์

140 วันแชนพิกเพลส ชั้น 18 ห้อง 1810 สุขุมวิท คลองเตย 10110

โทร. 0-2653-2442

30. ไทยโหลด ดอท คอม

1010 ชั้น 3 ห้อง 3011 อาคารชินวัตรทาวเวอร์ 3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทร. 0-2949-2277, 0-2949-2699

<http://www.thaiload.com>

31. บริษัท เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น

3300/106-107 ตึกช้าง อาคารบี ชั้น 20 ถนนพหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทร. 0-2513-8467

32. นาโนบี

140/45 อาคารไอทีเอฟ-ทาวเวอร์ ชั้น 20 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2231-6281-2

33. นิปปอน เคที แมนเนจเม้นท์

32/49 อาคารชินโ-ไท ชั้น 16 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2661-6004-5, 0-2258-0365, 0-2258-0367-8

<http://www.nipponkt.com>

34. บีซีเนส มิชชั่น เอเชีย

5 อาคารสิทธิวรกิจ ชั้น 14 ซอยพิพัฒน์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2636-7660, 0-2636-7661, 0-2636-7662, 0-2636-7663

35. บีซีเนส ออนไลน์

900/8-10 อาคารเอสวีโอเอ ทาวเวอร์ ชั้น 12 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทร. 0-2657-3999, 0-2684-0880, 0-2682-5425
<http://www.bol.co.th>

36. บีซีเนสอินเทลลิเจนซ์เทคโนโลยี

889 อาคารไทยซีซีทาวเวอร์ ชั้น 27 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทร. 10120 0-2673-9601-4

37. บีสนิวส์ เอเอฟอี (ประเทศไทย)

968 อาคารอื้อจือเหลียง ชั้น 17 โซนบี ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2637-5700

38. บีที ที่ปรึกษาธุรกิจ

44 ชั้น 24 อาคารไทยธนาคาร ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2626-7123-7

39. บีเอ็มเจ คอนซัลแทนซี กรุ๊ป

52 ธานีะพลาซ่า ชั้น 23 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2235-4177-8
<http://www.bmj.co.th>

40. บุษ แอลเลน แฮมิลตัน อิงค์

อาคารทูแปซิฟิคเพลส ชั้น 11 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2653-2255

41. แบรินด์ เมกเกอร์

128/407 อาคารพญาไท พลาซ่า ชั้น 37 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0-2219-3190-1

<http://www.brandmaker.co.th>

42. เพอร์ฟอร์มา โกลบอล ลิมิเต็ด

87 เอ็มไอ ทาวเวอร์ ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2654-0550-1, 0-2654-0589, 0-2654-0599

43. เพอร์รี่ จอห์นสัน อิงค์

55 อาคารเวปเพลส ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2655-3323-4

44. โพธิ์ไชทร์เสิร์ช

163 อาคารรัชต์ภาคย์ ชั้น 11 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2661-6093-7, 0-2661-7788-95

45. ไฟร์อายส์

29 อาคารวานิสสา ซอยชิดลม ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2250-0155-8

46. มาร์เก็ตติ้ง อินทิเกรชั่น

87/2 อาคารอลซีซั่นส์เพลส ซี.อาร์.ซี ทาวเวอร์ ชั้น 10 ห้อง 1006 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี

เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2685-3600-4

<http://www.mi.co.th>

47. มาร์เก็ตไวส์

163 อาคารรัชต์ภาคย์ ชั้น 3 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2665-7202, 02259-0295, 0-2665-7244

48. มิลวาร์ด บราวน์ ไฟร์ฟลาย

317 อาคารกมลสุโกศล ชั้น 12 ยูนิต เอ, บี ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2631-2550, 0-2631-2858, 0-2631-2529

49. แมกซิมัม โปรดักต์วิที คอนซัลแตนท์

55 อาคารเวฟเพลส ชั้น 9 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2655-4407-10, 0-2655-4745

50. บริษัท รีเสิร์ช ไดนามิกส์

952 อาคารรามแลนด์ ชั้น 15 ถนนพระราม 4 แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2632-8632, 0-2632-8639, 0-2632-8641
<http://www.researchdynamics-it.com>

51. รีเสิร์ช อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย (ไทยแลนด์)

849 อาคารวรวัฒน์ ชั้น 21 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2635-1516

52. เรียล แคปิตอล คอนซัลติ้ง

54 อาคารบีบีลิตติ้ง ชั้น 10 ห้อง 1006 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2260-7110-3

53. วีเน็ต แคปิตอล

90/22-23, 90/25 อาคารสารธานี 1 ชั้น 10 ถนนสาทรเหนือ บางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2636-8282
<http://www.vnet.co.th>

54. ไวร์เลส บิสซิเนส อินเทลลิเจนซ์

41/4 อาคารทยุคตา ชั้น 8 ซอยสีลม 19 (ตรอกเวท) แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2635-3573-5
<http://www.wbi.co.th>

55. ศูนย์การเปลี่ยนนาชาติ

สำนักงานใหญ่: 501 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร. 0-2243-2018, 0-2243-2109, 0-2243-2050, 0-2243-0546

56. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

400/22 ชั้น 9 อาคารธนาคารกสิกรไทย ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท

กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0-2273-1883, 0-2273-1884, 0-2273-1885

<http://www.kasikornresearch.com>

57. ส่งเสริมเทคโนโลยีชนบท

44/5 ซอยอาทิตย์ ถนนวิภาวดี แขวงบางค้อ เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150

โทร. 0-2878-8694, 0-2878-8695

58. สามารถ อินโฟ มีเดีย

99/12 หมู่ที่ 4 อาคารซอฟต์แวร์ปาร์ค ชั้น 24 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

โทร. 1113

<http://www.bug1113.com>

59. สำนักข่าวเดอะโตเกียวแอนด์ซุนนิชิ ชิมบุน

76/1 แอมบาสเตอร์คอร์ต ซอยหลังสวน ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2255-0737

60. สำนักข่าวรอยเตอร์ (ประเทศไทย)

968 อาคารอ็องเจลีแยง ชั้น 34 – 35 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก

กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2251-6257, 0-2250-0552, 0-2503-1415

61. สำนักข่าวอัสซังฟรังก์เพรส

25 อาคารอัลมาลิก ชั้น 18 ซอยชิดลม ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2650-3230-3

62. สำนักวิจัยธนาคาร ไทยธนาคาร

44 อาคารไทยธนาคาร ชั้น 14 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2638-8000

63. อกริซอส

76/1 แอมบาสเตอร์คอร์ต ชั้น 4 ห้อง 416 ซอยหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2251-8655-6, 0-2251-8772, 0-2251-8669

64. ออนไลน์แอสเซ็ท

61 ซอยราชครู ถนนพลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0-2278-2666, 0-2278-2777

65. อะโกร มีเดีย

1201/116 ศรีวิภาทาวน์อินทาวน์ ซอยลาดพร้าว 94 ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง
เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2559-2151, 0-2559-2152, 0-2559-2153, 0-2559-2154, 0-2559-3615, 0-2559-3616

66. อาร์ค เอ็นเตอร์ไพรส์

317 อาคารกมลสุโกศล ชั้น 11 ห้องบี ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2635-5381-2

67. อินไซด์เอเซีย มาร์เก็ต รีเสิร์ท

56 อาคารญาดา ห้อง 9/1 ชั้น 9 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2237-5020, 0-2237-3940-2, 0-2233-3975-6

68. อินโด-สยาม เทคนิคอล เซอร์วิส

54 อาคารบีบี ชั้น 13 ห้อง 1310 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2260-3914
<http://www.thaicompradore.com>

69. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ไอทีดี

888/199 ชั้นที่ 3 อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2650-9324-8

70. อินแทค วิชชั่น (กรุงเทพ)

889 อาคารไทยซีซี ชั้น 16 ห้อง 162 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทร. 0-2210-0545, 0-2210-0943

<http://www.sme2you.com/thaitranslation>

71. อินโฟเคสท์

888/178 ชั้นที่ 17 อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2253-5000

72. อินโฟ-โฟกัส

75/18 ชั้น 10 อาคารริชมอนด์ ออฟฟิศ ซอยสุขุมวิท 26 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2261-8270-1

73. อิมมิเกรชั่นแอนด์บิซิเนสคอนซัลแต้นส์

138 อาคารบุญมิตร ชั้น 12 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2634-4143

74. อีชีสเปซ

195 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 24 ยูนิต 2406 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร

กรุงเทพฯ 10120

โทร. 0-2670-0040

75. เอกวินออกซ์ ไอ.ซี. เอนเตอร์ไพรส์

231/25 ซอยสารสิน ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2651-8971-2

76. เอคิว เซอร์เวย์ดอทคอม

56 ชั้น 6 อาคารญาติ ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2238-2330

<http://www.aqsurvey.com>

77. เอซีเน็ลเส็น (ประเทศไทย)

323 ชั้น 26 อาคารยูไนเต็เดชั่นเตอร์ ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2231-1866, 0-2231-1931, 0-2231-1867

78. เอที เคียร์เน่ (ประเทศไทย)

87/1 แคปปิตอลทาวเวอร์ ออลซีซั่นส์เพลส ชั้น 19 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2654-3366

79. เอ พี เอ็ม ออกาไนเซชันแนล ดีเวลลอปเม้นท์ คอนซัลติ้ง

2 เฟลินจิตเซชั่นเตอร์ ชั้น 7 สุขุมวิท 2 คลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2656-9323-4, 0-2254-7725

<http://www.apm.co.th>

80. เอ – ลิงค์ คอนซัลติ้ง

92/51 อาคารสารธาณี 2 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2234-0666

81. เอเอ็มซี – โมรส์ โรแลนด์ อินเตอร์เนชันแนล คอนซัลแตนท์

191 สีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 22 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2231-3980-7

82. เอ็กเซลเลนท์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์

128/202 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้น 19 ห้อง เอ ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี

กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0-2216-5498, 0-2216-5466, 0-2215-3313-4

83. เอ็กซ์ทริม มีเดีย

3300/106-107 ดึกข้าง อาคารบี ชั้น 20 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจอมพล

กรุงเทพฯ 10900

โทร. 0-2937-3535

<http://www.trainingthai.com>

84. เอ็นคอนเน็ค (ไทยแลนด์)

128/340 อาคารพญาไทพลาซ่า ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0-2612-1332

85. เอ็นพีซี เซฟตี้ แอนด์ เอ็นไวรอนเมนทอล เซอร์วิส

123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส บี ชั้น 31 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ 10900

โทร. 0-2273-8500, 0-2617-7800

<http://www.s-and-e.net>

86. เอ็มไพร์ คอนซัลแตนท์

61/22 อาคารพาร์คเพลนิจิต ชั้น 7 ถนนสุขุมวิท 1 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2655-3521-2, 0-2655-3519

87. เอ็มอาร์ แอนด์ ทีเอส

160/240-242 อาคารไอทีเอฟ-สีลมพาลาส ชั้นที่ 15 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก
กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-2233-7416, 0-2237-2421, 0-2267-7906

88. เอส เอ็ม อาร์ โฮลดิ้งส์

53 ซอยสุขุมวิท 26 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2261-8273-5

89. แอด อินฟอร์เมชั่น

92/56-57C อาคารสารธาณี 2 ชั้น 19 ถ.สาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 0-26366293

90. แอท ซัคเซส มาร์เก็ตติ้ง

87 อาคารนายเลิศ ชั้น 3 ห้อง 301 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

โทร. 0-2655-3955-6

91. ไอ อาร์ เอส

888/176 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2252-5233, 0-2252-5246, 0-2254-3950

92. ไอ เอ็ม เอส เฮลท์

2 เพลินจิตเซ็นเตอร์ ชั้น 16 ถนนสุขุมวิท คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2656-9124, 0-2656,9123-25, 0-2656-8469

93. โอเอซิส มีเดีย

3300/82 ดึกช้าง ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2937-4658-9

94. โอมิคอร์ปอเรชั่น

128/94 อาคารพญาไทพลาซ่า ชั้น 8 ห้อง เค ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี
กรุงเทพฯ 10400
โทร. 0-2216-5869, 0-2216-5870

95. เฮย์ กรุป

21/129, 131 อาคารไทยวา 2 ชั้น 18 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทร. 0-2679-1539

96. ไฮเปอร์เทรด คอนซัลติ้ง

29/1 ยูนิโก้ เฮ้าส์ (Unico House) ซอยหลังสวน ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330
โทร. 0-2652-1213
<http://www.hyper-trade.net>

97. ไฮแอทเซเว่น

253 ชั้น 17 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2260-6230-1, 0-2664-2166

ศูนย์ข้อมูลสังกัดหน่วยงานเอกชนจำนวน 10 แห่ง

1. ศูนย์ข้อมูลกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
1 ถนนวิภาวดีรังสิต จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2272-1030

2. ศูนย์ข้อมูลมติชน
12 ถนนเทศบาลนฤมาล ประชาณิเวศน์ 1 ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2589-0020
<http://mic.matichon.co.th>

3. ศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
35 ซอยสมานฉันท์ ถนนสุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2381560 – 5
<http://www.ifd.or.th>

4. ศูนย์ข้อมูลอัมรินทร์ บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
65/101-103 ถนนชัยพฤกษ์ บรมราชชนนี ตำบลจันทน์ กรุงเทพฯ 10170
โทร. 0-2422-9000, 0-2882-1010

5. ศูนย์ทรัพยากรข้อมูล บริษัท กันตนา กรุ๊ป
333/3 ซอยรัชดาภิเษก 19 ถนนประชาอุทิศ แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง
กรุงเทพฯ 10320
โทร. 0-2275-0046, 0-2275-4520, 0-2275-4521

6. ห้องสมุดธนาคารไทยพาณิชย์
9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2544-1111

7. ห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
62 ชั้น 1 – 2 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2229-2000

8. ห้องสมุดสยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์

131 สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์ ซอยอโศก (สุขุมวิท 21) ถนนสุขุมวิท
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2258-3494

9. ห้องสมุดหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

222 อาคารฐานเศรษฐกิจ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2513-9898 ต่อ 511

10. ห้องสมุดและศูนย์เอกสารสถาบันเพื่อการวิจัยและพัฒนาแห่งประเทศไทย (TDRI)

565 ซอยรามคำแหง 39 (เทพลีลา 1) วังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2718-5675

ศูนย์ข้อมูลสังกัดองค์กรอิสระจำนวน 1 แห่ง

ศูนย์บริการสารสนเทศทางเทคโนโลยี

111 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
โทร. 0-2564-7000, 0-2541-6390
<http://www.tiac.or.th>

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวนภัสมน สดโคกกรวด
วันเดือนปีเกิด	27 สิงหาคม 2522
สถานที่เกิด	อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/3 หมู่ 15 ต. นิคม อ. พิมาย จ. นครราชสีมา 30110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	มัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนมารีย์วิทยา จ. นครราชสีมา
พ.ศ. 2545	ศศ.บ. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) จากสถาบันราชภัฏนครราชสีมา
พ.ศ. 2550	ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ