

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้ผลิตจัดทำขึ้น ผลิตภัณฑ์สารสนเทศ ได้แก่ บริการสารสนเทศสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่อในรูปแบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง หนังสือ วารสาร หนังสือ อังอิง วรรณกรรมวารสารและสาระสังเขป วิทยานิพนธ์ สิทธิบัตร เอกสาร มาตรฐาน และเอกสารจดหมายเหตุ สื่อโสตทัศน์ หมายถึง ภาพยนตร์ วิทยทัศน์ สไลด์ ฟิล์มสตริป แผ่นโปร่งใส วัสดุย่อส่วน แผ่นเสียง และแถบบันทึกเสียง เป็นต้น สื่อในรูปแบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์สารสนเทศที่บันทึกในสื่อคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ข้อมูลบรรณานุกรมจากบรรณารักษ์ วารสาร และสาระสังเขปสาขาวิชาต่างๆ พจนานุกรม สารานุกรม นามานุกรมและรายงานสถิติ การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ต้องใช้เครื่องมือ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เครื่องแปรรหัส สัญญาณโทรคมนาคม เครื่องพิมพ์ เครื่องอ่านซีดี-รอม (CD-ROM) และซอฟต์แวร์สำหรับระบบ โทรคมนาคม

ผลิตภัณฑ์สารสนเทศดังกล่าว คือ สินค้าที่ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้ให้บริการสารสนเทศใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์เหล่านี้เพื่อให้บริการ บริการสารสนเทศจึงประกอบด้วย บริการซึ่งผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์พร้อมกับการบริการ เช่น บริการรวบรวมบรรณานุกรม บริการเอกสาร บริการข่าวสาร ทันสมัย หรือ ซีเอเอส (Current awareness service – CAS) ซึ่งหมายถึง การบริการรายชื่อหนังสือใหม่ บริการข่าวสารปัญหาวารสารใหม่ บริการคัดเลือกเผยแพร่สารสนเทศเฉพาะบุคคลหรือ เอสดีไอ (Selective dissemination of information – SDI) ซึ่งหมายถึง การบริการสารสนเทศเฉพาะผู้ใช้รายบุคคล และเฉพาะบางหัวข้อซึ่งเน้นวิธีการสืบค้นด้วยคอมพิวเตอร์ และบางกรณีผู้บริโภคได้รับเฉพาะการบริการเท่านั้น เช่น บริการตอบคำถาม เป็นต้น ซึ่งเป็นบริการเช่นเดียวกับการต้อนรับผู้โดยสารบนเครื่องบิน และการรักษาพยาบาล

2. ราคา หมายถึง ราคาผลิตภัณฑ์ หรือบริการสารสนเทศ ที่ผู้จำหน่ายกำหนดขึ้นราคาควรกำหนดอย่างมีเหตุผล ให้ผู้บริโภคยอมรับว่ามีคุณค่าสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยินดีซื้อหาไปบริโภค โดยทั่วไปผู้ใช้บริการสารสนเทศต้องใช้จ่ายเงินเพื่อใช้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม การจ่ายเงินทางตรงมีตัวอย่าง เช่น นักศึกษาต้องจ่ายค่าบำรุงห้องสมุดเพื่อให้มีสิทธิใช้บริการ ทำนองเดียวกับผู้ใช้บริการสารสนเทศต้องจ่ายค่าถ่ายเอกสาร ค่าใช้บริการฐานข้อมูลแบบออนไลน์ หรือซีดี-รอม การจ่ายเงินเพื่อใช้บริการสารสนเทศทางอ้อม ได้แก่ การที่ประชาชนทั่วไปเสียภาษีให้รัฐนำไปบำรุงการศึกษา กรณีนี้ผู้จ่ายเงินอาจไม่ได้เป็นผู้ใช้บริการเอง

3. สถานที่ หมายถึง ที่ตั้งของสถาบันบริการสารสนเทศ ซึ่งควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก อาจเป็นย่านชุมชน หรือศูนย์การค้า ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการให้บริการ ปัจจุบันระบบ สื่อสาร โทรคมนาคมช่วยขจัดปัญหาสถานที่ตั้งของหน่วยบริการสารสนเทศ เพราะผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการ และการส่งสารสนเทศสามารถทำได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร ไปรษณีย์ด่วน และทางสื่อคอมพิวเตอร์ การเลือกสถานที่สำหรับบริการสารสนเทศต้องคำนึงถึงอุปสรรคอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารควบคู่กันไป สถานที่ควรเป็นที่ซึ่งผู้ใช้บริการไปมาสะดวกด้วยตนเอง และยังสามารถติดต่อผ่านช่องทางอื่นๆ ได้หลายช่องทาง

4. การส่งเสริมการขาย หมายถึง การคิดวิธีจูงใจให้มีผู้ใช้สารสนเทศมากขึ้น โดยใช้วิธีเช่นเดียวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ทั่วไป ผู้ให้บริการสารสนเทศต้องประชาสัมพันธ์ แนะนำให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ และหันมาใช้สารสนเทศและบริการมากขึ้น