

วัตถุประสงค์ของการตลาดระบบสารสนเทศอาจมุ่งให้มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ให้ได้กำไรจากการลงทุนมากที่สุด หรือเพื่อให้เกิดผลตอบแทนในหลายด้าน ทั้งด้านกำไรและกิจการเจริญเติบโตมากที่สุด วัตถุประสงค์จะแตกต่างกันระหว่างหน่วยบริการสารสนเทศที่เป็นภาครัฐบาลและภาคเอกชน หน่วยบริการสารสนเทศของภาครัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายให้มีผู้ใช้สารสนเทศมากที่สุด โดยไม่คำนึงถึงผลตอบแทนในรูปตัวเงิน เพราะผลตอบแทนที่แท้จริง คือ การที่รัฐสามารถให้บริการแก่ประชาชน อีกนัยหนึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐที่ต้องจัดหางบประมาณเพื่อให้มีบริการสารสนเทศที่ดี ดังนั้นจำนวนผู้ใช้สารสนเทศที่เพิ่มขึ้น คือ วัตถุประสงค์สำคัญของหน่วยบริการสารสนเทศของรัฐ

งานบริการสารสนเทศในภาคเอกชนมักมุ่งหวังกำไร โดยขยายปริมาณการจำหน่ายเป็นหลัก เพื่อให้มีเงินทุนดำเนินกิจการต่อไป การวางแผนการตลาดสำหรับงานสารสนเทศในภาคเอกชนเป็นสิ่งจำเป็น และมีอัตราเสี่ยงต่อการขาดทุนมากกว่าบริการของรัฐ เพราะเอกชนคือผู้ที่ต้องรับผิดชอบ การลงทุนด้วยตนเอง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดสถานที่ให้บริการสารสนเทศ และการส่งเสริมการขาย จึงเป็นกิจกรรมสำคัญของงานบริการสารสนเทศ นักการตลาดระบบสารสนเทศต้องศึกษาและดำเนินกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม จึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้

### กลไกการตลาดของบริการสารสนเทศ

ประภาวดี สืบสนธิ์ (2538, หน้า 182-183) กล่าวว่า กลวิธีการตลาดของงานบริการสารสนเทศควรจัดอย่างดี มีเป้าหมาย มองไกลไปในวันข้างหน้า เพื่อให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น ประเด็นหลักของการตลาดอยู่ที่ตัวผู้บริโภค ไม่ใช่อยู่ที่ผลผลิต กลไกการตลาดมีส่วนที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ

#### 1. รู้จักกลุ่มผู้ใช้บริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.1 ลักษณะเฉพาะบุคคลและสังคม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

1.2 ลักษณะอาชีพ

1.3 ลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ประสบการณ์เกี่ยวกับสารสนเทศ การเห็นคุณค่าของสารสนเทศ บุคลิกภาพ ลักษณะทางจิตวิทยา ทักษะ ความชำนาญ เป็นต้น

2. รู้ความต้องการพื้นฐาน ความต้องการสารสนเทศ ตลอดจนพฤติกรรมแสวงหาและการใช้สารสนเทศ พยายามสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโดยจัดหาสารสนเทศ จัดระบบเก็บสารสนเทศและระบบบริการสารสนเทศที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ โดยมีการสื่อสารการส่งเสริมด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับโอกาส เวลา และสถานที่

ดังนั้น การศึกษากลไกของการตลาดจึงควรศึกษาผู้ใช้เป็นหลักในด้านต่างๆ เช่น ลักษณะของผู้ใช้บริการ ความต้องการของผู้ใช้ พฤติกรรมแสวงหา และการใช้สารสนเทศรวมทั้งการส่งเสริมการบริการโดยการสื่อสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์อันเหมาะสม

### การวางแผนกลยุทธ์ของสถาบันบริการสารสนเทศ

พิมพ์รำไพ เปรรมสมิทธิ์ (2540, หน้า 71-72) กล่าวว่า การวางแผน หมายถึง ความพยายามที่จะระบุเป้าหมายในอนาคตรวมทั้งกิจกรรมที่จะทำ ระบุเป้าหมายนั้นๆ และยังรวมถึงการประเมินความสำเร็จของกิจกรรมที่ได้กระทำไป