

พัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ และบริการของสถาบันบริการสารสนเทศ เช่น การจัดทำโครงการเกี่ยวกับการศึกษาผู้ใช้โดยเจาะลึกเฉพาะกลุ่มบุคคลหรือโพล์กลุ่ม เพื่อทราบความต้องการของผู้ใช้แต่ละประเภท และนำผลการศึกษาไปจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ และจัดบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ให้มากยิ่งขึ้น

ชาโรณี เชาว์ศิลป์ (2538, หน้า 6-8) กล่าวว่าส่วนผสมของการตลาด (Marketing Mix) ของบริการสารสนเทศมี 5 ส่วน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สารสนเทศหรือบริการสารสนเทศก็ได้ โดยเน้นที่ต้องเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ตัดใจ ประทับใจ ต้องการเป็นลูกค้าประจำต่อไป ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า สารสนเทศเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อวงการศึกษามาก แม้แต่หน่วยงานหรือวงการธุรกิจก็ต้องใช้ข้อมูลในการคิด การวางแผน การตัดสินใจ หลายหน่วยงานยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อข้อมูลหรือสารสนเทศ โดยการซื้อจากแหล่งที่มีข้อมูลหรือลงทุนแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง หลายแห่งตั้งงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนา ซึ่งก็เป็นการหาข้อมูลวิธีหนึ่ง แต่มีหน่วยงานอีกเป็นจำนวนไม่น้อยที่ซื้อข้อมูลจากแหล่งบริการสารสนเทศต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชน ซึ่งในปัจจุบันก็มีหลายหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศในเชิงพาณิชย์

สารสนเทศหรือบริการสารสนเทศอะไรบ้างที่ขายได้ คำตอบคือทุกอย่างที่สามารถทำให้ ผู้ซื้อคิดว่าทำให้เขาได้รับประโยชน์เป็นสิ่งที่เขาต้องการ ทำให้เขาหรือบริษัทของเขาประสบความสำเร็จ ทำกำไรได้มากขึ้น ซึ่งมองในแง่ธุรกิจการที่เราช่วยให้คนอื่นได้กำไรมากขึ้น ได้รับประโยชน์จากงานของเรา ย่อมมีเหตุผลสมควรที่จะได้รับผลตอบแทน คือ สามารถคิดราคาค่าบริการจากงานที่เราทำได้ ลักษณะสำคัญของสารสนเทศหรือบริการสารสนเทศที่ดีคือ เป็นสารสนเทศที่จัดและดำเนินการโดยผู้ที่มีความรู้ เป็นสารสนเทศที่คนอื่นไม่มี เป็นสารสนเทศที่ช่วยในการขายสินค้าหรือบริการของลูกค้า มีอำนาจในการจำแนกการแข่งขันและตลาด กล่าวโดยสรุปคือ มีประโยชน์ต่อผู้ซื้อ เช่น สร้างผลตอบแทนหรือกำไรในทางธุรกิจ และช่วยประหยัดเวลาของลูกค้า

แต่มีข้อแนะนำว่าควรเริ่มด้วยบริการที่มีอยู่แล้ว และที่สำคัญและอาจถือเป็นกฎ คือ ควรเป็นบริการในสิ่งที่ตนถนัด มีความชำนาญหรือเกี่ยวข้องกับงานประจำที่ทำอยู่ เช่น หากเป็นสถาบันบริการสารสนเทศทางการแพทย์ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านข้อมูลทางการแพทย์ ก็ควรเน้นขายบริการสารสนเทศทางการแพทย์ ไม่ควรเริ่มต้นด้วยสารสนเทศด้านเกษตรศาสตร์หรือประวัติศาสตร์ บริการสารสนเทศที่อาจคิดค่าบริการได้ ได้แก่ บริการสืบค้นสารสนเทศด้วยระบบออนไลน์ (Online Searching) จากฐานข้อมูลของสถาบันบริการสารสนเทศ ทั้งของสถาบันบริการสารสนเทศกลาง (In-House Database) และฐานข้อมูลของหน่วยงานอื่นทั้งภายในและต่างประเทศ จัดทำรายชื่อหนังสือประกอบการอ่านในเรื่องเฉพาะ (Recommended Reading List In Specific Subjects) รายงานการสำรวจ วิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเฉพาะที่กำลังเป็นที่สนใจ รวบรวมบรรณานุกรมโดยใช้คอมพิวเตอร์ จากฐานข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่หรือสามารถเรียนรู้ได้ และบริการจัดหาเอกสารที่ผู้ใช้ต้องการ

2. ราคา (Price) การกำหนดราคาขายของบริการเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความคิด ริเริ่ม และความสันตเป็นพิเศษ อันเนื่องมาจากลักษณะของบริการว่าเป็นสิ่งที่เก็บไว้รอจำหน่าย ไม่ได้สูญเปล่า หากไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ลูกค้าอาจเลื่อนการซื้อออกไป