

คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุด

สถาบันอุดมศึกษา

วราพรรณ อภิศุภะโชค*

ศิริพร เลิศไพศาลวงศ์**

บทคัดย่อ

การบริการเป็นหัวใจของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเนื่องจากการบริการจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ในด้าน การอ่าน การค้นคว้าและการวิจัย ประกอบด้วยการบริการพื้นฐานและการบริการเฉพาะ แต่ด้วยผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้รูปแบบการบริการมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วที่สุด อีกทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในยุคปัจจุบันได้ คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ คุณภาพของบริการเป็นการรักษาระดับในการให้บริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ โดยห้องสมุดจะต้องจัดบริการให้มีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง และมีความถี่ในการพิจารณาคุณภาพ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเข้าถึงความสามารถในการยืดหยุ่น ความง่ายของระบบนำทาง ความมีประสิทธิภาพ ความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ความสวยงามของ

* อาจารย์ประจำภาควิชานิติศาสตร์และสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumwpa@ku.ac.th

** อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: joybrake77@hotmail.com

เว็บไซต์ ซึ่งคุณภาพการบริการจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ ช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ; บริการอิเล็กทรอนิกส์; ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

E-Service Quality of Academic Libraries

Warapan Apisuphachok^{*}

Siriporn Lerdpaisalwong^{**}

Abstract

Service plays a vital role in academic libraries because its purpose is to facilitate reading, searching for information and doing research by users. Service includes basic services and specialized services. The form of service has, however, changed due to the impact of information technology so that electronic service is now employed in order to help users access information resources as conveniently and quickly as possible and to meet the needs of today's library users. The quality of academic libraries' electronic services is an important factor in creating product differentiation and uniqueness. The quality of the service requires that good and efficient services be maintained. In order to do so, libraries must provide services which meet the expectations of users and criteria of quality such as trustworthiness, responsiveness, accessibility, flexibility, user-friendliness of navigation systems, effectiveness, confidence and credibility, security and privacy, and the attractiveness of their

^{*} Lecturer, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University. e-mail: fhumwpa@ku.ac.th

^{**} Lecturer, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University. e-mail: joybrake77@hotmail.com

websites. The quality of the service will create a good relationship between users and academic libraries. Also, it will motivate users to come back and continue to use the libraries' services as well as create a good long-term relationship and build loyalty to the services of academic libraries.

Keywords: Service Quality; Electronic Service; Academic Libraries

1. บทนำ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) ได้ริเริ่มมีการทำวิจัยมาตั้งแต่ ค.ศ.2000 ด้วยผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น และความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าและบริการขององค์กรต่างๆ โดยการบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นการจัดเตรียมเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการลูกค้า (Saanen, Sol & Verbraeck, 1999) ซึ่งการบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการผ่านทางเว็บพื้นฐานด้วยระบบอินเทอร์เน็ต (Reynold, 2000) โดยระบบปฏิบัติการเพื่อการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีส่วนช่วยสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (Hopker & Hole, 2001)

อย่างไรก็ตาม Surjadjaja, Ghsh & Anthony (2013) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างการบริการแบบดั้งเดิม (traditional services) และการบริการอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความแตกต่างระหว่างการบริการด้วยตนเอง (self-service) กับการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการบริการแบบดั้งเดิมนั้นเป็นการบริการที่ใช้คนหรือผู้ปฏิบัติงานให้บริการเป็นหลัก ส่วนการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์จะให้บริการผ่านเครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) รวมกับคนหรือผู้ปฏิบัติงานหรือการใช้ทั้งสองอย่าง ทั้งนี้จะใช้สื่อกลางนั้นก็คืออินเทอร์เน็ตในการให้บริการ ส่วนด้านความแตกต่างระหว่างการบริการด้วยตนเอง ผู้ใช้บริการจะต้องเดินทางไปที่ศูนย์บริการเพื่อขอรับบริการ เช่น การฝาก-ถอนเงินจากธนาคาร ส่วนการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้บริการจะมีความสะดวกสบายในการใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้งานสามารถใช้บริการได้จากที่บ้านหรือสถานที่ต่างๆ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความยืดหยุ่นมากกว่าการบริการด้วยตนเอง

ปัจจุบันห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งมีการจัดบริการอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงบริการต่างๆ ของห้องสมุดได้อย่างสะดวก เช่น การบริการทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ การสืบค้นสารสนเทศ การสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์ ระบบจองการใช้บริการ การนำส่งเอกสาร บริการข้อมูลทันสมัย บริการข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ และบริการแบบฟอรัมออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสะดวกใน

การใช้บริการของผู้ใช้ อย่างไรก็ตามในการเข้าใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุด ผู้ใช้จะต้องเข้าสู่ระบบโดยมีรหัสผู้ใช้ Username และ Password เพื่อความปลอดภัย ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ดังนั้น การบริการที่มีคุณภาพควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านการพัฒนาความรู้และทักษะของผู้ให้บริการ การมีเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานที่ดี รวมถึงการทำวิจัยทางการตลาดเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเพื่อให้การบริการอิเล็กทรอนิกส์มีการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความหมายของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

Gronroos, 1982; Lewis & Bloom (1983) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่าเป็นตัวชี้วัดระดับการให้บริการที่ได้ทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้าซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องปราศจากข้อบกพร่อง สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) เป็นผลลัพธ์หรือสิ่งที่ได้รับจากบริการนั้นๆ เช่น การประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ 2) คุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นการประเมินกระบวนการของการให้บริการ นอกจากนี้ Zineldin (1996) ยังกล่าวว่าคุณภาพการให้บริการยังเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังของลูกค้าหลังจากการใช้บริการนั้นๆ ด้วย

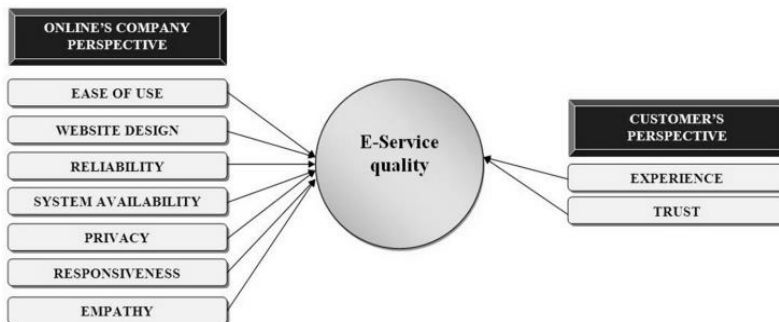
ส่วนคำว่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ (electronic services หรือ e-service) คือ บริการรูปแบบใหม่บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจต่างๆ มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงและใช้บริการ มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา与客户 มีความกระปรี้กระเปร่าในการส่งเสริมลูกค้า จัดเป็นการสร้างนวัตกรรมความรู้ในการบริการอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ๆ (Santos, 2003)

สำหรับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-service quality) คือ การใช้เว็บไซต์ในการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการซื้อขายส่งผ่านผลิตภัณฑ์และบริการ คำว่าประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะถูกประเมินผ่าน

คุณภาพบริการที่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยในการให้บริการของผู้ขายหรือผู้ซื้อทางอิเล็กทรอนิกส์จะคำนึงถึง 1) ความน่าเชื่อถือ (credibility) 2) การตอบสนองความต้องการ (responsiveness) 3) ความเป็นส่วนตัว (privacy) และ 4) การเข้าถึงการให้บริการ (access) (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสนับสนุนให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนประสบความสำเร็จในการให้บริการที่มีคุณภาพ

3. รูปแบบของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

Cotirlea (2011) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการบริการอิเล็กทรอนิกส์จะใช้การประเมินคุณภาพการบริการจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นหลัก ซึ่งผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพในด้านคุณภาพของเป้าหมายหรือการรับรู้ สำหรับการรับรู้คุณภาพการบริการประกอบด้วย 1) มุมมองของการบริการทางออนไลน์ และ 2) มุมมองของลูกค้า ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1. รูปแบบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

(Gratzer & Winiwarter, 2003)

จากภาพที่ 1 รูปแบบของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ (Gratzer & Winiwarter, 2003; Prasuraman, Zeithamal, & Malhotra, 2005; Cotirlea, 2011) โดยจำแนกเป็น

1. มุมมองของบริษัทผู้ให้บริการออนไลน์ (online company perspective) มี 7 องค์ประกอบ ดังนี้

- ใช้งานง่าย (ease of use) เพื่อการปรับปรุงการเข้าถึงบริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยการออกแบบและพัฒนาการเข้าถึงเว็บไซต์ให้ผู้ใช้บริการทุกระดับสามารถเข้าถึงได้
- การออกแบบเว็บไซต์ (website design) เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพราะเป็นความประทับใจแรกของผู้ใช้ การออกแบบเว็บไซต์ที่มีความสวยงามเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจออนไลน์ประสบความสำเร็จได้ด้วย
- ความน่าเชื่อถือ (reliability) ความสามารถในการให้บริการตามสัญญา สามารถส่งสินค้าและบริการไปยังผู้ใช้ได้อย่างถูกต้องและตรงเวลา นอกจากนี้ยังควรมีช่องทางในการติดต่อ การให้ข้อมูล และการติดตามการสั่งซื้อเพิ่มเติมด้วย
- ความพร้อมในการใช้งานของระบบ (system availability) บริการอิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นกระบวนการบริการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เพราะข้อมูลหรือสารสนเทศเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ให้บริการในการเลือกตัดสินใจ รวมทั้งเลือกซื้อและบริการจากองค์กร
- ความเป็นส่วนตัว (privacy) การบริการอิเล็กทรอนิกส์จะต้องสามารถป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าได้
- การตอบสนอง (responsiveness) คือ ความเต็มใจที่จะช่วยผู้ให้บริการได้รับบริการอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ให้บริการต้องการบริการที่ทันเวลาและต้องการค้นหาข้อมูลที่รวดเร็วและมีความทันสมัย
- การเอาใจใส่ (empathy) คือ ความสามารถในการแลกเปลี่ยนความรู้สึกหรือประสบการณ์ โดยคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นจากสถานการณ์ต่างๆ รวมถึงการให้บริการตามความสนใจของผู้ใช้บริการแต่ละคนเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในการบริการ

2. มุมมองของลูกค้า (customers perspective) มี 2 องค์ประกอบ ดังนี้

- ประสบการณ์ (experience) เป็นกระบวนการที่ได้รับความรู้จากการกระทำหรือความรู้สึก โดยประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเริ่มต้นจากความรู้สึกในทางบวก และถ้าหากมีปัญหาแล้วได้รับการแก้ไขทันเวลา ระดับการรับรู้ก็จะนำไปสู่ความภักดี (loyalty) ของผู้ใช้บริการ

- ความไว้วางใจ (trust) เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับองค์กรที่มีการพัฒนากิจกรรมทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และเมื่อผู้ใช้บริการไว้วางใจในบริการ ก็จะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีอย่างแน่นอน

4. ลักษณะของบริการอิเล็กทรอนิกส์ (characteristics of e-Services)

Rust and Lemon (2001) อธิบายถึงบทบาทของบริการในไซเบอร์สเปซ โดยกลยุทธ์สำคัญของบริการอิเล็กทรอนิกส์คือเพื่อเป็นศูนย์กลางในการส่งข้อมูลสารสนเทศระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ บริการอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถถ่ายทอดความรู้สึกและประสบการณ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ทันที เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่องค์กรสามารถนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงพัฒนาบริษัทได้ และส่งเสริมให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน รวมทั้งเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ เพิ่มช่องทางการซื้อขายที่สำคัญ

นอกจากนี้ Van Riel, Liljander and Jurriens (2001) ได้กล่าวว่าลักษณะของบริการอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 1) การอำนวยความสะดวกด้านการบริการ ได้แก่ บริการการค้นหาข้อมูลและมีระบบช่วยเหลือ 2) สิ่งสนับสนุนการบริการ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การทดสอบความรู้ การเชื่อมโยง และข้อมูลของบริษัท 3) บริการเสริม ได้แก่ ข้อมูลทันสมัย มีระบบการดาวน์โหลด ข้อแนะนำต่างๆ และ 4) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ ได้แก่ การออกแบบเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็ว และการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างอิสระ เป็นต้น

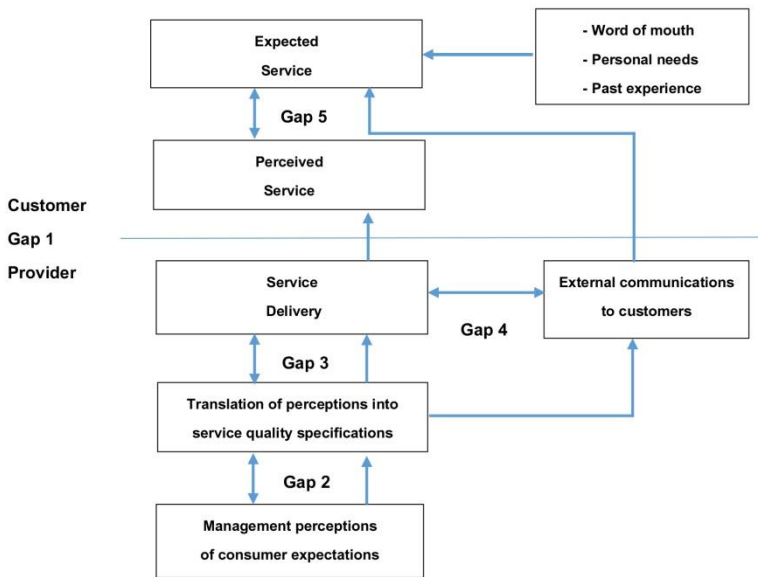
Boyer, Hallowell and Roth (2001) กล่าวว่า ลักษณะของบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นการสร้างโอกาสให้แก่องค์กรธุรกิจที่จะนำเสนอรูปแบบการบริการและพัฒนาบริการใหม่ ๆ ประกอบด้วย 1) ผู้ให้บริการมีการเตรียมบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีทางเลือกของช่องทางการจัดส่งสินค้าและบริการเพื่อสร้างการแข่งขันทางธุรกิจและ 2) บริการใหม่ ๆ ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งในด้านการเข้าถึง ด้านความแตกต่างทางภูมิศาสตร์และการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

กล่าวโดยสรุป ลักษณะของบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว นอกจากช่องทางนี้จะเป็นสถานที่เสมือนในการซื้อขายและให้บริการแล้ว ยังเป็นช่องทางในการถ่ายทอดความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ โดยผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลด้านที่ดีและด้านที่ไม่ดีมาใช้ในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อไป

5. คุณภาพบริการของห้องสมุด

Einasto (2014) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการของห้องสมุดว่ามีพื้นฐานจากการวิจัยทางการตลาดซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ สำหรับคุณภาพการบริการของห้องสมุดแบ่งออกเป็น 1) คุณภาพด้านระบบ (functional quality) และ 2) คุณภาพด้านเทคนิค (technical quality) ด้านคุณภาพทางเทคนิค หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับผลลัพธ์ (outcome) ของการใช้บริการ แต่หากมองถึงมุมมองในบริบทของห้องสมุดนั้นคุณภาพด้านเทคนิคจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เป็นรูปธรรม เช่น เรื่องตัวอาคาร เรื่องการตกแต่ง เรื่องทรัพยากรสารสนเทศที่มีให้บริการในห้องสมุด เป็นต้น ส่วนคุณภาพด้านระบบ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ซึ่งปัจจัยต่างๆ ไปที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพด้านระบบของห้องสมุด ก็คือสมรรถนะของบรรณารักษ์ ความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากร นอกจากนี้ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) ยังกล่าวถึง

5 gaps model หรือช่องว่าง 5 ประการที่ส่งผลให้คุณภาพบริการของห้องสมุดไม่ประสบความสำเร็จ ดังนี้



ภาพที่ 2. Gap Model of Service Quality
(Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990)

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้กับระบบคุณภาพบริการที่กำหนด โดยการจัดการของผู้ให้บริการ สำหรับช่องว่างของคุณภาพอาจมีอยู่เพราะการศึกษาถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการไม่เพียงพอ จึงทำให้ไม่ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างคือ การขาดการศึกษาถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ รวมถึงผู้ให้บริการมีจำนวนน้อยเกินไป

2. ช่องว่างระหว่างการแปลการรับรู้กับการกำหนดคุณภาพบริการที่เฉพาะเจาะจง สำหรับช่องว่างนี้มีสาเหตุจากข้อเกณฑ์มาตรฐานของคุณภาพการบริการ และความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างคือ การให้ความสำคัญของผู้บริหาร การกำหนดเป้าหมายที่สัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี

3. ช่องว่างระหว่างข้อกำหนดของคุณภาพการให้บริการกับคุณภาพบริการที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการสารสนเทศแก่ผู้ใช้ภายในรอบระยะเวลาที่กำหนดได้ ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้คือปัญหาการทำงานเป็นทีม การกำหนดหน้าที่ของบุคลากรที่ไม่ชัดเจน การขาดทักษะ ระบบการจัดการที่ไม่มีความยืดหยุ่น

4. ช่องว่างระหว่างการจัดส่งบริการกับการสื่อสารภายนอกไปยังผู้ใช้บริการ ซึ่งการจัดส่งบริการยังไม่เป็นไปตามคุณภาพการบริการที่กำหนด ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างคือ การสื่อสารแบบแนวนอน ทำให้ขาดการสื่อสารระหว่างสมาชิก และการให้คำสัญญาแก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป

5. ช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการ เป็นสิ่งที่เกิดจากผู้ได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

จากรูปแบบดังกล่าวข้างต้น การวิจัยของห้องสมุดควรเพิ่มเติมช่องว่างระหว่างความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้กับความพร้อมด้านงบประมาณของห้องสมุด ช่องว่างนี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งห้องสมุดจะต้องระบุถึงช่องว่างระหว่างระดับการรับรู้บริการกับความคาดหวังของผู้ใช้ (Nitecki, 1996; Lincoln, 2002; Hemon and Calvert, 2005)

6. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

บริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นการบริการผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่งบริการไปสู่ผู้ใช้ซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการอิเล็กทรอนิกส์จึงมีความเกี่ยวข้องกับ 1) บริการที่สามารถเข้าถึงด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 2) บริการที่ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต (Whitman & Woszczynski, 2004) สำหรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดจะช่วยให้ผู้ใช้มีการใช้บริการ

มากขึ้น สร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Norfolk Public Library, 2014) ทั้งนี้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดมีความเกี่ยวข้องกับวิธีการทางเทคโนโลยีและวิธีการทางการตลาด ดังนี้

1. วิธีการทางเทคโนโลยี เป็นการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเทคโนโลยีเป็นพื้นฐาน ซึ่งต้องมีคุณภาพเป็นไปตามข้อกำหนดหรือนโยบายขององค์กร (Szymanski and Hise, 2000; Ojasalo, 2010) และสอดคล้องกับมิติการรับรู้เรื่องการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Dimensions of perceived electronic service) (Yoo & Donthu, 2001; Parasuraman, Zeithamal & Malhotra, 2005) โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

- ความน่าเชื่อถือ (reliability) เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคของการให้บริการผ่านเว็บไซต์และการให้บริการตามคำสัญญาที่ให้ไว้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น การมีทรัพยากรสารสนเทศที่เพียงพอกับความต้องการ การจัดส่งได้ทันเวลา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรและบริการได้อย่างถูกต้อง

- การตอบสนอง (responsiveness) เกี่ยวข้องกับความสามารถในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ การแก้ปัญหา การตอบคำถามได้อย่างรวดเร็ว เช่น มีการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการและการตอบคำถามแก่ผู้ใช้ และตอบคำถามกลับได้ทันที

- การเข้าถึง (access) ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของห้องสมุดได้อย่างรวดเร็ว ปราศจากอุปสรรค และได้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการ รวมถึงมีการปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ

- ความยืดหยุ่น (flexibility) ห้องสมุดมีช่องทางการจัดส่งและการใช้บริการได้อย่างสะดวก เช่น สามารถค้นหาทรัพยากรสารสนเทศผ่านเว็บไซต์ สามารถยืมและคืนทรัพยากรผ่านทางออนไลน์ได้ สามารถจ่ายค่าปรับผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

- ความง่ายของระบบนำทาง (ease of navigation) เว็บไซต์บริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดจะต้องมีระบบช่วยผู้ใช้บริการในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างง่าย ไม่เกิดความสับสนและมีการบอกจุดเชื่อมโยงต่างๆ บนเว็บไซต์

- ความมีประสิทธิภาพ (efficiency) ประเมินได้จากสถิติการเข้าชมเว็บไซต์บริการของผู้ใช้ เช่น เส้นทางในการเข้าชมเว็บไซต์ ที่จะทราบว่าผู้ใช้บริการแต่ละราย

เข้ามาทำอะไรบนเว็บไซต์ ห้องสมุดสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงห้องสมุดต่อไป

- ความมั่นใจและน่าเชื่อถือ (assurance/trust) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในการติดต่อบริการและเป็นการสร้างชื่อเสียงของห้องสมุด รวมถึงการสร้าง ความมั่นใจเกี่ยวกับตัวบริการอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างถูกต้อง

- ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (security/privacy) คือการที่ผู้ใช้บริการมีความไว้วางใจว่าข้อมูลที่อยู่ในระบบมีความเป็นส่วนตัว และมีระบบป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลที่ดี

- ความสวยงามของเว็บไซต์ (site aesthetics) เป็นประเด็นสำคัญ เนื่องจากการแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด โดยการแสดงผลและรูปแบบของเว็บไซต์บริการควรมีลวดลายมีเดียและกราฟิกที่ดึงดูดให้เกิดการใช้งานจริง

2. วิธีการทางการตลาด เนื่องจากบริการอิเล็กทรอนิกส์ใช้วิธีการทางเทคโนโลยีเป็นพื้นฐาน (IFLA, 2006) วิธีการทางการตลาดจะช่วยในการวางแผนการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การกำหนดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ และการปรับปรุงคุณภาพบริการ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม กรณีที่ผู้ใช้มีการประเมินคุณภาพบริการจริงจะทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เมื่อความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับความพึงพอใจที่คาดหวังก็จะส่งผลให้ผู้ใช้พึงพอใจในบริการและจงรักภักดีต่อการใช้บริการในโอกาสต่อไป (Parasuraman, Zeithamal & Malhotra, 2005) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3. คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ

(Parasuraman, Zeithamal & Malhotra, 2005)

7. แนวทางบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

นอกจากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาจะประเมินคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงเรื่องของนโยบายที่ชัดเจนทั้งในด้านโครงสร้างการบริหารงานงบประมาณ แนวทางการบริการ และการเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรณารักษ์ต้องมีสมรรถนะด้านทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และทักษะในการสื่อสาร ดังนั้นห้องสมุดควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมบุคลากร IFLA (2006) ได้ระบุเกี่ยวกับสมรรถนะของบรรณารักษ์ผู้ให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ความสามารถในการทำงานได้หลากหลาย (multi-tasking) ทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะการเขียน ทักษะด้านการสืบค้นฐานข้อมูล ทักษะด้านการวิจัย ทักษะด้านเทคโนโลยีและความรู้ด้านทรัพยากรสารสนเทศ ในส่วนของการวางแผนการพัฒนาและปรับปรุงด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ห้องสมุดควรให้ความสนใจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งส่งผลกระทบต่องบประมาณที่มีจำกัด การออกแบบการบริการอิเล็กทรอนิกส์ควรส่งเสริมการเข้าถึงทรัพยากรที่ประเภทของห้องสมุดสามารถรองรับผู้ใช้ทุกระดับ ปราศจากอุปสรรคด้านภาษา มีเครื่องมือฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และระบบอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย ประเด็นสำคัญอีกประการก็คือ ห้องสมุดจะต้องให้ความสำคัญแก่ประเด็นด้านกฎหมาย เช่น นโยบายสารสนเทศระดับชาติ ด้านลิขสิทธิ์ และข้อตกลงการให้อนุญาต (licensing) นอกจากนี้การจัดบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องทำการประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องเริ่มจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีการสร้างเอกลักษณ์ (identity) ด้านบริการ มีการเชื่อมโยงไปยังห้องสมุดหรือสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ รวมถึงการติดต่อกับสื่อมวลชนท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์ และท้ายที่สุดของการจัดบริการห้องสมุดควรประเมินคุณภาพการบริการจากผู้ใช้และศึกษาสถิติการใช้บริการ (IFLA, 2006) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไข ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

8. สรุป

บริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการทันสมัยที่ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศและบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อย่างไรก็ตามเพื่อให้การบริการอิเล็กทรอนิกส์มีคุณภาพนั้น ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาจะต้องมีการจัดเตรียมทั้งในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ ระบบ อินเทอร์เน็ต รวมถึงบุคลากรให้มีความพร้อมในด้านการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และมีการสำรวจตลาดการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างช่องว่าง (gap) ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการ การทำวิจัยประเมินความพึงพอใจเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมทั้งมีการกำหนดเป้าหมายของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยห้องสมุดอาจมีการกำหนดความพึงพอใจที่มากกว่าหรือเท่ากับความพึงพอใจที่คาดหวังเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อการใช้บริการห้องสมุดในอนาคต

รายการอ้างอิง

- Boyer, K.K., Hallowell, R. & Roth, A.V. (2001). E-services: Operating strategy-a case study and a method for analyzing operational benefits. *Journal of Operational Management*, 20, 175-188.
- Cotirlea, D. (2011). Issues regrading e-service quality management-customization on online tourism domain. *Polish Journal of Management Studies*. Retrieved from <http://www.pjms.zim.pcz.pl/issues-regarding-e-service-quality-management-customization-on-online-tourism-domain-kopiuj.php>
- Einasto, O. (2014). E-service quality criteria in university library: A focus group study. *Procedia-Social and Behavioral Science*, 147(2), 561-566.

- Gratzer M., & Winiwarter W., (2003). *A framework for competitive advantage in eTourism*, Retrieved from www.homepage.univie.ac.at/werner.winiwarter/enter2003.pdf
- Gronroos, C. (1982). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research*, 20(1), 3-17.
- Hernon, P. & Calvert, P. (2005). E-service quality in libraries: Exploring its features and dimensions. *Library and Information Science Research*, 27(3), 377-404.
- Hopker, O., & Hole, S. (2001). Small and medium-sized enterprises in the e-world - an application of quality standards. In *Proceedings of the 6th International Conference on ISO 9000 and TQM*, Paisley: Paisley Business School.
- IFLA. (2006). *IFLA digital reference guidelines*. Retrieved from <http://www.ifla.org/files/assets/reference-and-information-services/publications/ifla-digital-reference-guidelines-en.pdf>
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging Perspectives on Service Marketing*, (p. 99-107). Chicago, IL: American Marketing.
- Lincoln, Y. S. (2002). Insights into library services and users from qualitative research. *Library & Information Science Research*, 24(1), 3-16.
- Nitecki, D. A. (1996). Changing the concept and measure of service quality in academic libraries. *Journal of Academic Librarianship*, 22(3), 181-191.
- Norfolk Public Library. (2014). *Electronic services policy*. Retrieved from http://library.virtualnorfolk.org/Public_Documents/NPL_docs/E-Services%20Policy.pdf
- Ojasolo, J. (2010). E-service Quality: A conceptual model. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(7), 127-143.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL—A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7, 1-21.

- Reynolds, J. (2000). *The complete e-commerce book: Design, build and maintain a successful web-based business*. New York: CMP-Books.
- Rust, R.T. & Lemon, K.N. (2001). E-service and the consumer. *International Journal of Electronic Commerce*, 5(3), 85-101.
- Saanen, Y. A., Sol, H. G. & Verbraeck, A. (1999). *Snapshots of e-commerce's opportunities management*. London: Auerbach.
- Santos, J. (2003). E-service quality-a model of virtual service dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-247.
- Surjadjaja, H., Ghosh, S. & Antony, J. (2003). Determining and assessing the determinants of e-service operations. *Managing Service Quality*, 13(1), 39-53.
- Szymanski, D.M., & Hise, R.T. (2000). E-satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, 76(3): 309-322.
- Van Riel, A.C.R., Liljander, V. & Jurriëns, P. (2001). Exploring consumer evaluations of eservice: a portal site. *International Journal of Service Industry Management*, 12(4), 359-377.
- Whitman, M. E. & Woszczyński, A. B. (2004). *The handbook of information systems research*. Hershey, PA.: Idea Group Pub.
- Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing a scale to measure the perceived quality of an internet shopping site (SITEQUAL). Retrieved January, 15, 2017 from <https://www.researchgate.net/publication/253950208>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering service quality: balancing customers perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Zineldin, M. (1996). Bank strategy portioning and some determinants of bank selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14(6), 12-22.