

ความคาดหวังของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของ
รัฐต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่าย
ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ
EXPECTATIONS OF ACADEMIC LIBRARY STAFF
ON THE QUALITY OF LIBRARY AUTOMATION VENDOR
SERVICES

วราภรณ์ จุฑากร*

บทคัดย่อ

การวิจัยเพื่อศึกษาความคาดหวังของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากร วัดคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL จากกลุ่มประชากร ได้แก่ บุคลากรผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ และดำเนินงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 24 แห่ง จำนวน 106 คน โดยแบ่งเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม (tangible) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) ด้านการให้ความรู้สึกมั่นใจ (assurance) ด้านการเข้าถึงจิตใจ

*Assistant System Support Manager, บริษัท บู๊ค โปรโมชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

และการเอาใจใส่ (empathy) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความหวัดสูงที่สุดในรายชื่อ คือ ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการ หรือดูแลรักษาซ่อมบำรุงระบบห้องสมุดอัตโนมัติผ่านระบบออนไลน์ ความพึงพอใจของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงจากตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจสูงสุด คือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความพึงพอใจที่มีลำดับสูงสุดในรายชื่อ คือ ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการ หรือดูแลซ่อมแซมระบบห้องสมุดอัตโนมัติผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวัดคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ในรายด้าน พบว่าบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติในทุกด้าน ในรายชื่อ พบว่า ไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติในทุกข้อ

Abstract

In this research, the researcher investigates The expectations of selected library personnel in public tertiary institutions regarding the quality of library automation vendor services. The levels of satisfaction evinced by these library personnel and the quality of actual service received from library automation vendor services. Finally, the researcher measures levels of service quality of library

automation vendors through applying the service quality (SERVQUAL) instrument of measurement. The sample population consisted of 106 personnel whose work concerned management and operations at 24 public tertiary libraries. The instrument of research was a questionnaire pertaining to service evaluation in five aspects: tangibility; reliability; responsiveness; assurance; and empathy. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data obtained in term of percentage mean and standard deviation.

The expectations of library personnel in public tertiary institutions under examination in respect to the quality of library automation vendor services in an overall picture were at high level. The aspect evinced at the highest level of expectation was responsiveness. In respect to itemized expectations, at the highest level was the provision of services or maintenance of automated library systems by means of an on-line system.

When measuring the quality of library automation vendor services according to the SERVQUAL measurement instrument in each aspect, it was found that the library personnel under study were not satisfied with the quality of library automation vendor services in every aspect. For all items, it was found that the library personnel under study were dissatisfied with the quality of library automation vendor services in every aspect.

บทนำ

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเป็นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศที่จะสนับสนุนภารกิจด้านการศึกษ ส่งเสริมการเรียนรู้ การค้นคว้าและวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา ในฐานะเป็นแหล่งรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศ มีหน้าที่ในการจัดเก็บ บำรุงรักษา จัดการสารสนเทศในแต่ละแขนงอย่างเป็นระบบและเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการบริการสืบค้นและยืมคืนแก่ผู้ใช้บริการ อันได้แก่ อาจารย์ นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาและชุมชน รวมถึงการรองรับการศึกษานอกระบบ และมุ่งเน้นการส่งเสริมสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบัน ได้พัฒนาให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น มีการขยายขอบเขตการเรียนรู้การสอน หลักสูตร และกระบวนการเรียนรู้ เพื่อผลิตบัณฑิตที่ดีมีคุณภาพต่อสังคม (กมลเศร์น สันติเวชกุล, 2542 : VI-1) ความก้าวหน้าทางวิชาการและพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือที่รวมเรียกว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มีบทบาทเข้ามาช่วยในการจัดการระบบสารสนเทศของห้องสมุดให้เอื้ออำนวยต่อการให้บริการผู้ใช้ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้ห้องสมุดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาจัดการกับทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุด เพื่อพัฒนาห้องสมุดระบบเก่าไปสู่ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ (automation library)

หลักการทำงานของระบบห้องสมุดอัตโนมัติส่วนมากมีการทำงานที่เป็นมาตรฐานสากลซึ่งแบ่งการทำงานออกเป็นงานหลัก ๆ ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ คือ งานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ งานวิเคราะห์ทรัพยากรสารสนเทศ งานบริการยืมคืน และงานควบคุมวารสาร สำหรับห้องสมุดขนาดใหญ่ซึ่งมีการทำงานที่ซับซ้อนมากขึ้น อาจแบ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ โดยทั่วไปห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษามักจะเลือกซื้อระบบ

ห้องสมุดอัตโนมัติที่มีจำหน่ายจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายมากกว่าจะพัฒนาระบบขึ้นเอง ระบบที่จำหน่ายโดยทั่วไปจะมีหลายขนาด โดยแต่ละขนาด แต่ละประเภทจะมีความเหมาะสมกับห้องสมุดที่แตกต่างกันไป การจัดซื้อระบบห้องสมุดอัตโนมัติมีค่าใช้จ่ายที่เป็นปัจจัยสำคัญ จากการจัดหาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เริ่มต้นจากค่าจัดซื้อระบบ ค่าติดตั้ง ค่าทดสอบ ค่าพัฒนาระบบ ค่าฝึกอบรม ค่าปรับเปลี่ยนหรือถ่ายโอนข้อมูล ซึ่งประเด็นเหล่านี้คือข้อตกลงที่ทางห้องสมุดต้องทำสัญญากับบริษัทตัวแทนจำหน่ายระบบก่อนที่จะดำเนินการสั่งซื้อระบบ ข้อควรคำนึงถึงอีกประการหนึ่งคือบริการทั้งในระหว่างการติดตั้งและการบริการหลังการขาย ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการสื่อสารระหว่างผู้ขายและเจ้าหน้าที่ของห้องสมุดที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ หากเกิดปัญหาขึ้นจะต้องมีการพิจารณาแก้ไขอย่างรวดเร็วทันการ (สมพร พุทธาพิทักษ์ผล, 2541 : 16-17)

การบริหารดูแลระบบห้องสมุดอัตโนมัติให้มีประสิทธิภาพ จำเป็นจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อบำรุงรักษาระบบอย่างต่อเนื่องและทำให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ เครือข่าย ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ห้องสมุดหลายแห่งจึงต้องให้กลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นตัวแทนของบริษัทตัวแทนจำหน่ายระบบที่มีความเชี่ยวชาญหรือความพร้อมในด้านการบริการเข้ามาร่วมจัดการกับระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีความสลับซับซ้อน และทำการพัฒนาบุคลากรในห้องสมุดให้มีความรู้ความสามารถทันต่อเทคโนโลยี (นาถระพินทร์ เบญจวงศ์, 2548 : 23) การนำระบบห้องสมุดอัตโนมัติมาใช้จึงต้องเสียค่าใช้จ่ายหลายด้าน แต่การเสียค่าใช้จ่ายนั้น จะพบว่าความสามารถและประโยชน์ที่ได้จากระบบห้องสมุดอัตโนมัติ นั้น มีความคุ้มค่า อย่างไรก็ตามการคัดเลือกบริษัทตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ใช้งานได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้ใช้ห้องสมุดนั้นต้องคำนึงถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย และควรตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ซึ่ง

(สีปาน ทรัพย์ทอง, 2540 : 15) กล่าวถึงคุณสมบัติของบริษัทผู้จำหน่ายโปรแกรมว่า “ควรเป็นบริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงิน เพราะหมายถึงศักยภาพในการปรับปรุงโปรแกรมให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และควรมีบริการหลังการขายที่ดี มีพนักงานคอยช่วยเหลือห้องสมุดในกรณีที่เกิดปัญหา เป็นต้น” (กรรณิการ์ ลินพิศาล, 2537 : 56, 152) ได้กล่าวถึงค่าดูแลรักษาซ่อมแซมระบบซอฟต์แวร์ เพราะจำเป็นต้องมีการดูแลระบบให้อยู่ในสภาพที่ดี ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นค่าใช้จ่ายประจำปีสำหรับระบบห้องสมุดอัตโนมัติ พร้อมกันนี้ได้เสนอรายละเอียดของสัญญาในการดูแลรักษาซ่อมแซมระบบซึ่งควรครอบคลุมและรวมรายการอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ไว้มากที่สุด ระยะเวลาของการดูแลรักษาและซ่อมแซม วิธีการดูแลซ่อมแซม การป้องกันความเสียหายของอุปกรณ์ อะไหล่ ประกอบ การดูแลรักษาซ่อมแซมซอฟต์แวร์ ระยะเวลาในการดูแลและค่าใช้จ่ายในการดูแล การนำระบบห้องสมุดอัตโนมัติมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น การทำงานร่วมกับตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติเพื่อขยายและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบห้องสมุดอัตโนมัตินับเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญคือผู้ให้บริการซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติควรทราบว่าสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการนั้นคืออะไร เพื่อพัฒนาปรับปรุงระบบห้องสมุดอัตโนมัติให้มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการทำงานของแต่ละองค์กรและสอดคล้องกับความต้องการ เนื่องจากการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยม ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันต่างมุ่งแข่งขันกัน ซึ่งนอกจากจะเป็นด้านมาตรฐานของสินค้าแล้ว ยังมีการแข่งขันกันในการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดแก่ผู้บริโภค

การบริการถือเป็นกิจกรรม กระบวนการ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความ เป็นเจ้าของสิ่งหนึ่งสิ่งใด แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดย

ก่อให้เกิดความพึงพอใจและความรู้สึกที่ดี การบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ จะเห็นได้ว่าการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเรามาก เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยม ผู้บริโภคยุคใหม่สนใจในความอยู่ดีกินดีและมีความสุขสบายมากขึ้น ต้องการการบริการที่ดี รวดเร็วและง่าย จะเห็นว่าปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม การท่องเที่ยว ภัตตาคาร ธนาคาร สายการบิน ฯลฯ ต่างก็มุ่งที่จะแข่งขันกันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค ซึ่งนอกจากจะแข่งขันกันในเรื่องมาตรฐานสินค้าแล้ว การแข่งขันด้านการให้บริการที่เป็นเลิศถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญ (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2550 : 2-3) การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน คุณภาพของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว มิได้ประกันความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเช่นที่ผ่านมา เพราะตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภคนั้นวันจะไม่แตกต่างกัน ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตที่ใกล้เคียงกันและสินค้าที่เสนอขายในตลาดมีให้เลือกซื้อตามความพอใจมากขึ้น ผู้บริโภคสมัยใหม่จึงหันมาพิจารณาและให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการควบคู่ไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการและฝ่ายบริหารของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดจำเป็นต้องหันมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าต่อไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546 : 5)

คุณภาพบริการ (service quality) เป็นส่วนหนึ่งของสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ คุณภาพบริการและความพึงพอใจจึงเป็นโจทย์ที่นักการตลาดพยายามจะแสวงหาคำตอบจากลูกค้าเพื่อช่วงชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2550 : 28) จากการศึกษาการวัดคุณภาพการบริการของปัจจัยต่าง ๆ พบว่ามีเครื่องมือหรือเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการหลากหลายรูปแบบและหลายวิธี

แต่เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการที่มีความน่าเชื่อถือและใช้ในงานวิจัยเป็นจำนวนมากคือ เกณฑ์ที่เรียกว่า “Service Quality หรือ SERVQUAL” ซึ่ง SERVQUAL เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีการบริการคุณภาพที่แตกต่างกันซึ่งพัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry โมเดล SERVQUAL นี้เป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยในการทำวิจัยหาคุณภาพบริการจากลูกค้า ลูกค้าสามารถประเมินผลงานการบริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ต้องการกับความคาดหวังที่ต้องการจะได้รับ SERVQUAL ถูกใช้อย่างแพร่หลายทั้งในหน่วยงานที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร มีการใช้ประเมินคุณภาพบริการมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ในการนำไปเขียนเป็นบทความกว่า 100 บทความ และปริญญาานิพนธ์ในระดับปริญญาเอกอีก 20 รายการ ในด้านธุรกิจการประเมินคุณภาพบริการด้วย SERVQUAL นั้นถือว่าเป็นวิธีที่ยอมรับและเป็นมาตรฐาน (กนก สุขมณี และ อภิรดี เกียรติมณี, 2548 : 58-61) เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการประกอบด้วยเกณฑ์ 5 เกณฑ์ กล่าวโดยสรุป ได้แก่

1. Reliability หมายถึง ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (accurate performance) และไว้วางใจได้ (dependable)

2. Assurance หมายถึง ความมั่นใจ ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (security)

3. Tangibles หมายถึง สิ่งที่สามารถจับต้องได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ

4. Empathy หมายถึง ความใส่ใจ สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อ
ง่าย (easy access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (good communication) และเข้าใจ
ลูกค้า (customer understanding)

5. Responsiveness หมายถึง การสนองตอบลูกค้า ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที
(promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (helpfulness)

พฤติกรรมบริการหรือสินค้าบริการ จำเป็นที่นักการตลาดต้องศึกษา
ทำความเข้าใจความต้องการ (needs) ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง
(expectations) ของคุณภาพที่จะได้รับ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547 : 49-50) ความคาดหวัง
คือ ความเชื่อของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ ซึ่งลูกค้าจะใช้เป็นมาตรฐานหรือตัววัด
คุณภาพบริการของกิจการใดกิจการหนึ่ง ถ้าลูกค้าเชื่อว่าจะได้รับบริการแบบหนึ่ง แล้ว
ปรากฏว่าได้บริการแบบที่คาดหวังจริง ๆ ก็จะนำมาซึ่งความพึงพอใจ ยิ่งถ้าได้รับบริการแบบ
เกินความคาดหวัง จะยิ่งสร้างความประทับใจอย่างยากจะลืม แต่ในทางตรงข้ามถ้าบริการที่
ได้ต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะสร้างความผิดหวังให้ลูกค้า และทำให้ลูกค้าประเมินบริการนั้น
ต่ำลง (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2547 : 25) (เลฟลิค และไรท์, 2546 : 77-78) ได้ให้รายละเอียด
เกี่ยวกับองค์ประกอบของความคาดหวังหรือความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวังของ
ลูกค้าครอบคลุมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ หลายอย่าง ได้แก่ บริการที่ลูกค้าปรารถนาจะได้รับ
(desire service) บริการพอเพียง (adequate service) และบริการที่ทำนายว่าจะได้
(predicted service) และขอบเขตของบริการที่ลูกค้ายอมรับได้ (zone of tolerance) ด้วย
เหตุที่ความคาดหวังเป็นจุดตั้งต้นของการใช้บริการของลูกค้าและการประเมินคุณภาพ
บริการในสายตาลูกค้า เพื่อให้รู้ถึงความคาดหวังของลูกค้า วิธีการที่ง่ายที่สุดคือการ
สอบถามจากลูกค้า และหมั่นสังเกตการแสดงออกของลูกค้า สิ่งที่ย้ำไปกว่าการไม่ถามลูกค้า
คือ การแสดงออกถึงความสนใจในความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า แต่ไม่เคยคิด

ที่จะใช้ข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้น อย่างน้อยที่สุดก็การควรจะแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าได้รับข้อมูลแล้ว จะพยายามหาทางแก้ไขเพื่อสนองความคาดหวังของลูกค้า (วิทยาด้านธำรงกุล, 2547 : 35) การศึกษาความคาดหวังซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อให้เข้าใจต่อความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงธรรมชาติของลูกค้าและจำแนกถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเกิดความความหวังซึ่งอาจเกิดจากหลายด้าน ในปัจจุบันการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังจะใช้เกณฑ์การวัด 5 มิติ หรือเรียกว่า SERVQUAL ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่ยอมรับและเป็นมาตรฐาน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ (1) ความคาดหวังของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ

(2) ความพึงพอใจของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงจากตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ (3) วัดคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ประชากร ได้แก่ บุคลากรผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการดำเนินงานของระบบห้องสมุดอัตโนมัติในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 24 แห่ง จำนวน 106 คน ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ผล โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการแจกแจงความถี่และคำนวณหาค่าร้อยละ

สำหรับ มาตรฐานส่วนประเมิณค่า 5 ระดับ (rating scale) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ผลของการวิจัย พบว่า

1. บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความคาดหวังในรายด้านพบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) โดยสรุปความคาดหวังในรายด้าน ได้ดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรม (tangible) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ การมีสัญญาการบำรุงรักษาและดูแลระบบเป็นเอกสารอย่างชัดเจน

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ทีมงานดูแลระบบมีทักษะ ความรู้และความเข้าใจระบบ สามารถแก้ไขปัญหาหรือข้อเรียกร้องได้อย่างดี มีความน่าเชื่อถือ

1.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการหรือดูแลรักษาซ่อมแซมระบบห้องสมุดอัตโนมัติผ่านระบบออนไลน์

1.4 ด้านการให้ความรู้ที่มั่นใจ (assurance) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบ

ห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ตัวแทนจำหน่ายสามารถฝึกอบรมการใช้ระบบงานย่อย (module) ได้อย่างชัดเจน มีแบบฝึกหัดประกอบ

1.5 ด้านการเข้าถึงจิตใจและการเอาใจใส่ (empathy) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายมีมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานประสานกับฝ่ายต่าง ๆ ของห้องสมุด มีวุฒิภาวะเหมาะสม

2. บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงจากตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในรายด้านพบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบัน อุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรม (tangible) โดยสรุปความพึงพอใจใน รายด้าน ได้ดังนี้

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรม (tangible) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ การมีสัญญาการบำรุงรักษาและดูแลระบบเป็นเอกสารอย่างชัดเจน

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายมีความมั่นคงทางการเงินและมีชื่อเสียงที่น่าเชื่อถือ

2.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการหรือดูแลรักษาซ่อมแซมระบบห้องสมุดอัตโนมัติผ่านระบบออนไลน์

2.4 ด้านการให้ความรู้สึกรับประกัน (assurance) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ มีการจัดประชุมกลุ่มผู้ใช้ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการพัฒนาระบบห้องสมุดร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

2.5 ด้านการเข้าถึงจิตใจและการเอาใจใส่ (empathy) พบว่า บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายยอมรับและรับฟังปัญหาหรือข้อขัดข้องในการใช้ระบบห้องสมุดอัตโนมัติอย่างเต็มที่

3. บุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวัดคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ในรายด้านพบว่าไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติในทุกด้าน ในรายข้อพบว่าไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติในทุกข้อ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ควรพิจารณาและปรับปรุงคุณภาพการบริการดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรม (tangible)

ตัวแทนจำหน่ายควรมีการทำสัญญาการให้บริการโดยมีการระบุขอบเขตการให้บริการอย่างละเอียด ควรปฏิบัติตามข้อข้อตกลงในสัญญาดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือข้อขัดข้องที่เกิดจากระบบห้องสมุดอัตโนมัติอย่างชัดเจนและอยู่ในเวลาที่กำหนด ก่อนดำเนินการดูแลระบบ ควรมีการจัดประชุมเพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายรับทราบปัญหาหรือการร้องขอจากห้องสมุดและสรุปเป็นรายงานก่อนและหลังปฏิบัติงานทุกครั้ง โดยบันทึกกิจกรรมการดูแลระบบ ปัญหาที่เกิดขึ้นรวมทั้งวิธีแก้ไขเพื่อให้ห้องสมุดนำไปปรับใช้ในอนาคตได้

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)

ตัวแทนจำหน่ายควรตรวจสอบข้อมูลและฐานข้อมูลที่ทางห้องสมุดสำรองไว้อย่างสม่ำเสมอและต้องมีความสามารถในการนำข้อมูลที่สำรองไว้มาแทนที่ได้นั้นที่ในกรณีที่เกิดความเสียหาย ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานหรือแก้ไขปัญหา สามารถตอบคำถามอย่างชัดเจนให้แก่บรรณารักษ์และผู้เกี่ยวข้องทราบ

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness)

ตัวแทนจำหน่ายควรแก้ไขปัญหาที่ได้รับแจ้งจากลูกค้าอย่างเร่งด่วนและรวดเร็ว หากปัญหานั้นสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขผ่าน email หรือทางโทรศัพท์ได้ควรดำเนินการทันทีที่ได้รับแจ้งในกรณีที่ปัญหาต้องใช้ระยะเวลาในการแก้ไข ต้องสามารถกำหนดช่วงเวลาเสร็จสิ้นที่ชัดเจน และกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนในการแก้ไขให้ลูกค้าได้รับทราบ ตัวแทนจำหน่ายควรดำเนินการติดตั้งระบบในเวอร์ชันใหม่ให้แก่ห้องสมุดทันทีเมื่อ

บริษัทผู้ผลิตนำเวอร์ชันใหม่ออกสู่ตลาดหรืออนุญาตให้จำหน่าย โดยสามารถติดตั้งเวอร์ชันใหม่หรือทำการปรับปรุงระบบให้ทันสมัย (upgrade) โดยผ่านเครือข่ายแบบออนไลน์

ด้านการให้ความรู้ที่มั่นใจ (assurance)

ตัวแทนจำหน่ายควรส่งแผนการปรับปรุงระบบให้ทันสมัย (upgrade) ระบบให้ห้องสมุดได้รับทราบล่วงหน้า ควรมีอะไหล่สำรองไว้ใช้ในกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์เสียหรือบกพร่อง ให้คำแนะนำ และประสานการดำเนินงานกับห้องสมุด ในการติดตั้งและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบและขั้นตอน ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการแก้ไขปัญหาในระบบห้องสมุด และสามารถตอบคำถามหรืออธิบายสาเหตุของปัญหา การแก้ไขปัญหาและแนวปฏิบัติหลังการแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการแก้ไขปัญหาในระบบห้องสมุด

ด้านการเข้าถึงจิตใจและการเอาใจใส่ (empathy)

ตัวแทนจำหน่ายควรให้ความสำคัญต่อความต้องการของห้องสมุด เช่น จัดทำคู่มือภาษาไทยสำหรับการใช้งานแต่ละระบบงานย่อย และการแก้ไขปัญหา รวมถึงการปฏิบัติตามสัญญาการบำรุงรักษาอย่างจริงจังและซื่อตรง เข้าใจถึงความต้องการที่เป็นความต้องการเฉพาะของห้องสมุดแต่ละแห่ง สามารถให้คำปรึกษาด้านระบบเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อเทคโนโลยีทั้งทางด้าน hardware software และสถาปัตยกรรมระบบ มีการอบรมจัดการความรู้เชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ระบบหรือโครงการในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่ส่งผลให้คุณภาพการบริการของตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติไม่เป็นไปตามความคาดหวัง เพื่อนำการศึกษาวิจัยไปปรับปรุงแก้ไขการบริการ ควรศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและตัวแทนจำหน่ายระบบ

ห้องสมุดอัตโนมัติเพื่อนำเสนอรูปแบบและวิธีการให้ตัวแทนจำหน่ายได้มีส่วนรับรู้และนำไปปฏิบัติได้ ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของบุคลากรห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีต่อตัวแทนจำหน่ายระบบห้องสมุดอัตโนมัติ

บรรณานุกรม

- กนก สุขมณี และ อภิรดี เกียรติมณี. “การประเมินคุณภาพบริการของห้องสมุด: จาก SERVQUAL สู่ LibQUAL+TM,” *โดมทัศน์*. 26, 2. (2548) : 58-67.
- กมลเศร์น สันติเวชกุล. *การพัฒนาระบบเครือข่ายห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศไทย. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง การใช้ทรัพยากรร่วมกัน และการพัฒนาเครือข่ายห้องสมุด*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2542.
- กรรณิการ์ ลินพิศาล. *การจัดการระบบห้องสมุดอัตโนมัติ*. เชียงใหม่ : สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- นาถระพันธ์ เบญจวงศ์. “การใช้ระบบห้องสมุดอัตโนมัติของวิทยาลัยเทคนิคในประเทศไทย,” *อินฟอร์เมชั่น*, 12, 2. (2548). 31-37.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. *เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ = Psychology for the hospitality industry*. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.
- เลฟลือค, คริสโตเฟอร์ เอช และไรท์, ลอเรน. *การตลาดบริการ= Principles of service marketing and management*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2546.
- วิทยา ด้านอำรุงกุล. *หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- สมพร พุทธาพิทักษ์ผล. “ข้อคิดเห็นในการเลือกระบบห้องสมุดอัตโนมัติในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย: กรณีตัวอย่างระบบ VTLS,” *รังสิตสารสนเทศ*, 4, 1. (2541) : 10-17.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. Service marketing. กรุงเทพฯ : แปรนด์เอจ, 2547.

สุพรรณี อินทร์แก้ว. การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง. กรุงเทพฯ : ธนาเพรส, 2550.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A. and Berry, Leonard L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. [serial online]. 64, 1, (1988) : 12-40. Available : ABI/Inform Full Text on-line database. (27 August 2010)