

CRM : การยกระดับคุณภาพของงานบริการ

สุพิริยา บุขรรัตน์¹

กล่าวกันว่าหัวใจหลักของงานห้องสมุด คือ การบริการสารสนเทศ (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2545 : 119) ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการตอบคำถาม การให้บริการสืบค้นข้อมูล การจัดการอบรม การใช้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่ต้องการในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการของห้องสมุดที่ผ่านมานั้นเป็นรูปแบบ Bureaucracy/Traditional Library หรือการบริการห้องสมุดแบบดั้งเดิม ที่มุ่งเน้นการจัดเก็บทรัพยากรสารสนเทศไว้ในอาคารสถานที่เพื่อการค้นคว้าโดยเฉพาะ โดยผู้ใช้บริการจะเป็นผู้เข้ามายังแหล่งสารสนเทศหรือห้องสมุดด้วยตนเอง ห้องสมุดแบบดั้งเดิมนั้นให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรและจัดให้มีบริการเมื่อผู้ใช้ร้องขอเท่านั้น แต่ในสภาวะปัจจุบันท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสถานการณ์แวดล้อมด้านการตลาดที่เกิดจากการลดข้อจำกัดด้านกฎหมาย (Deregulation) รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้ทุกที่และทุกเวลา ทำให้ข้อจำกัดในการเลือก และเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศของผู้ใช้ลดลงและหมดไป ปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้มีอำนาจมากขึ้น สามารถเลือกใช้บริการสารสนเทศใน

รูปแบบที่แตกต่างและจากแหล่งที่หลากหลาย ในขณะที่ผู้ใช้ที่เลือกมาใช้บริการห้องสมุดก็จะมาพร้อมกับความคาดหวังในด้านการบริการที่บรรณารักษ์จะมีต่อผู้ใช้ ประสบการณ์ที่ดีที่สุดที่รับจากการบริการจะก่อให้เกิดความภักดี และทำให้เกิดแนวโน้มการใช้บริการซ้ำอีกต่อไปเรื่อยๆ และในทางตรงกันข้าม ประสบการณ์ที่ไม่ดีนั้นอาจทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการแหล่งสารสนเทศในรูปแบบอื่นๆ เมื่อผู้ใช้บริการลดลงจะส่งผลกระทบต่อประเมินคุณภาพและการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณของห้องสมุดด้วยเหตุผลดังกล่าว ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้ใช้บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) จึงกลายเป็นทางเลือกใหม่ในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันและก่อให้เกิดผลกำไรที่ยั่งยืนระยะยาวให้แก่ห้องสมุด

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) คือ กระบวนการหรือวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นวิธีปฏิบัติด้านการตลาด (Marketing practice) โดยใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพย์สินที่เรียกว่าความรู้เกี่ยวกับลูกค้า (Knowledge of the customer) เพื่อเปลี่ยนความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้าให้เป็นมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic value)

¹ บรรณารักษ์ฝ่ายจัดหาและพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

ตลอดระยะเวลาแห่งความเป็นลูกค้า (Customer Lifetime) (ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2548 : 25) จากความหมายดังกล่าว เมื่อนำกลยุทธ์ CRM มาประยุกต์ใช้กับงานห้องสมุดนั้น ประการแรก บุคลากรในห้องสมุดจะต้องปรับเปลี่ยนมุมมองในการทำงานจากรูปแบบระบบราชการ มาสู่การดำเนินงานในลักษณะองค์กรธุรกิจ เปรียบผู้ใช้บริการเป็นเสมือนลูกค้าของห้องสมุด ที่ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการโดยมีเป้าหมายหลัก 2 ประการคือ การรักษาสถานะผู้ใช้บริการเดิมและสร้างฐานผู้ใช้บริการใหม่ การนำหลักการ CRM มาใช้ในการรักษาสถานะลูกค้าเดิมประกอบด้วย

1. สำรวจและจัดกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยบรรณารักษ์สามารถแบ่งเป็นผู้ใช้บริการได้เป็น ผู้เข้าใช้บริการห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ ผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มลดลง และผู้ใช้บริการที่ขาดการติดต่อ ด้วยวิธีการสังเกต ตรวจสอบจากสถิติในฐานข้อมูลของห้องสมุดและการติดต่อพูดคุยโดยตรง

2. หมั่นติดต่อกับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง บรรณารักษ์จะต้องแจ้งข้อมูลข่าวสารของห้องสมุดสม่ำเสมอ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การโทรศัพท์ การใช้จดหมาย หรือ e-mail

3. จัดการส่งเสริมการใช้บริการห้องสมุด เช่น การให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ การจัดงานเลี้ยงขอบคุณผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีในการเลือกมาใช้บริการห้องสมุด

4. มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ โดยการรับฟังความคิดเห็น และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการด้วยหัวใจ รวมถึงพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของผู้ใช้ นอกจากบรรณารักษ์จะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีอยู่เดิม บรรณารักษ์สามารถสร้างฐานลูกค้าหรือสร้างฐานผู้ใช้บริการใหม่ ด้วยวิธี

การดังนี้

1. มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ ในวิธีการที่หลากหลาย เช่น แจ้งข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของห้องสมุด e-mail แผ่นพับ โบปลิ้ว และการจัดนิทรรศการ เพื่อสร้างความเข้าใจถึงเป้าหมายวัตถุประสงค์ ความคุ้มค่า และประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ รวมถึงทรัพยากรสารสนเทศบริการที่ห้องสมุดจัดให้มี

2. จัดอบรมพัฒนาทักษะในด้านการบริการแก่บรรณารักษ์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านเทคโนโลยีใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลง ด้านบุคลิกภาพและจรรยาบรรณในวิชาชีพเพื่อให้เกิดหัวใจในการให้บริการเตรียมความพร้อมให้แก่บรรณารักษ์ ให้สามารถปรับกลยุทธ์การบริการเชิงรับมาเป็นการบริการเชิงรุกมากขึ้น

3. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เพื่อประสิทธิภาพในการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้จะได้รับ

4. วิเคราะห์และประเมินผลจากสถิติการใช้และความพึงพอใจในบริการของผู้ใช้บริการเดิม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น

ห้องสมุดยุคใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับแนวทางในการดำเนินงาน นอกจากจะสร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์หรือทรัพยากรสารสนเทศที่มีอยู่ในห้องสมุดแล้วนั้น ห้องสมุดจะต้องหันมาให้ความสำคัญต่อการสร้างความแตกต่างในด้านการบริการให้มากยิ่งขึ้น CRM ไม่ใช่เรื่องใหม่ในสังคมไทย เพราะมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายและประสบความสำเร็จมากมายในองค์กรภาคธุรกิจ แต่ว่าการนำกลยุทธ์ CRM มาประยุกต์ใช้กับงานห้องสมุดนั้น ยังเป็นเรื่องใหม่ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานในรูปแบบเดิมๆ จึงจำเป็นที่จะ

ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรในห้องสมุดเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารที่จะต้องมีการสื่อสารกับบุคลากรในหน่วยงานให้เข้าใจและเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนางานห้องสมุดด้วยระบบ CRM รวมทั้งบรรณารักษ์เองที่จะต้องทำความเข้าใจและสามารถคาดการณ์เกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้ในปัจจุบันและผู้ที่อาจเป็นผู้ใช้ในอนาคต นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดเก็บรวบรวมสถิติติดตามและประเมินผล ว่าอะไรเป็นสาเหตุสำคัญ

ที่ผู้ใช้ยังคงเลือกใช้บริการห้องสมุดอยู่ บริการอะไรที่สำคัญต่อผู้ใช้ หรือความพึงพอใจในปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ใช้กับบรรณารักษ์เป็นอย่างไร ด้วยปัจจัยดังกล่าว จะเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนให้สามารถนำกลยุทธ์ CRM มาใช้กับงานห้องสมุดได้อย่างต่อเนื่องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งห้องสมุดจะยังคงเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่คงความสำคัญท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงแห่งยุคสมัยต่อไป



เอกสารอ้างอิง

น้ำทิพย์ วิภาวิน. 2545. **E-library** : ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์. ภาณุ ลิ้มมานนท์. 2548. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : นิวไวด์เด็ก.

