

การให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการ (Customer Oriented) และการเอาใจใส่ลูกค้า
(Customer Care): แนวปฏิบัติที่ดี กรณีสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยทักษิณ

สายพิณ วิไลรัตน์

ห้องสมุดเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มี “ผู้ให้บริการ หรือ ลูกค้า” และเป้าหมายสำคัญที่สุดของห้องสมุดคือ “ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ หรือ ลูกค้า” ปัจจุบันห้องสมุดหลายแห่งโดยเฉพาะห้องสมุดมหาวิทยาลัย ได้ใช้ความพยายามอย่างมากในการจัดบริการต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ได้ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมหาศาล ในการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะกับห้องสมุดยุคใหม่ในลักษณะของห้องสมุดมีชีวิต (Living Library) จัดหา สารสนเทศและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเชื่อว่าจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ / ลูกค้าได้

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัย ในฐานะหอสมุดกลาง (Central Library) ของมหาวิทยาลัยทักษิณ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการให้บริการ สารสนเทศแก่ชุมชนในภาคใต้ เปิดบริการเฉลี่ย 10.37 ชั่วโมงต่อวัน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 มีผู้ให้บริการ จำนวน 324, 989 ครั้ง (สงขลา 292, 888 ครั้ง พัทลุง 32, 101 ครั้ง) ในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ให้บริการที่เป็น บุคคลภายนอกประมาณ 10,757 คน/ปี (สงขลา 9, 679 คน พัทลุง 1, 078 คน) มีการยืมทรัพยากรสารสนเทศ จำนวน 123, 327 ครั้ง (สงขลา 98, 486 ครั้ง พัทลุง 24, 847 ครั้ง)

จากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ ทั้งในฐานะหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัยทักษิณ และแหล่งบริการ สารสนเทศแก่ชุมชนในภาคใต้ ทำให้สำนักหอสมุดมีผู้ให้บริการหลากหลาย มีความต้องการและความคาดหวัง ต่อการให้บริการแตกต่างกัน โดยเฉพาะผู้ให้บริการกลุ่มเป้าหมาย คืออาจารย์และนิสิต ที่มีความคาดหวังต่อ บริการค่อนข้างสูง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่ได้รับจากสำนักหอสมุดมีมาก เช่นเดียวกัน ทำให้มีคำบ่นและข้อร้องเรียนจากผู้ให้บริการจำนวนมาก ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “ผู้ให้บริการ” ยังอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ

ทำอย่างไรถึงจะลดช่องว่าง ลดคำบ่น เป็นสิ่งที่ท้าทายไม่น้อยสำหรับ “สำนักหอสมุด” ซึ่งต้องวัด ความสำเร็จขององค์กร ด้วย “ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ หรือ ลูกค้า” สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัย ทักษิณ จึงได้นำแนวคิดด้าน การให้บริการโดยเน้นความสำคัญที่ลูกค้า (Customer-Oriented) แทนการ

ให้บริการแบบดั้งเดิมซึ่งให้ความสำคัญกับ “ผู้ให้บริการ” และแนวคิดด้าน “การเอาใจใส่ลูกค้า (Customer Care)” มาใช้

เหตุผลในการปรับเปลี่ยน

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ/ผู้ใช้บริการค่อนข้างต่ำโดยเฉพาะด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
2. ผู้ปฏิบัติ/บุคลากรมักให้ความสำคัญและเอาตนเองเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติงาน
3. บุคลากรที่เกี่ยวข้องส่วนหนึ่งยังไม่มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา
4. ยังไม่มีช่องทางรับคำบ่น ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ
5. ยังไม่มีระบบการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อแสวงหาข้อมูลป้อนกลับ (Feedback Information)
6. การพัฒนางานไม่สอดคล้องและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ปฏิบัติอย่างไร

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ เริ่มดำเนินการอย่างจริงจัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 โดยได้ดำเนินการในหลายลักษณะทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนี้

1. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยข้อมูลจากการทำ SWOT Analysis และผลการประเมินคุณภาพภายใน จากคณะกรรมการประเมินคุณภาพสำนักหอสมุด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551
2. กำหนดนโยบาย/เป้าหมายและตัวชี้วัดเป็นลายลักษณ์อักษรในแผนพัฒนาสำนักหอสมุด พ.ศ. 2552-2555 ที่จะเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์การให้บริการที่มีคุณภาพ ใส่ใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และวัดความสำเร็จด้วยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ” โดยกำหนดให้การสร้างวัฒนธรรมของสำนักหอสมุดให้มีภาพลักษณ์ในการเป็นแหล่งความรู้ที่มีคุณภาพให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Oriented) เอาใจใส่ลูกค้า (Customer Care) และมีจิตวิญญาณในการให้บริการ (Service Mind) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ รวมทั้งได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จด้านการให้บริการ คือ 1) การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ 2) มีช่องทางรับฟังความคิดเห็น/ข้อร้องเรียนอย่างน้อย 3 ช่องทาง 3) ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไข 100 % (ข้อร้องเรียนที่สำนักหอสมุดดำเนินการเองได้) 4) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ 3-3.50 และระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นทุกปี
3. แปรลงนโยบาย/เป้าหมายสู่การปฏิบัติ ดังนี้
 - 3.1 ถ่ายทอดและสื่อสารนโยบาย/เป้าหมายด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Oriented) การเอาใจใส่ลูกค้า (Customer Care) และการมีจิตวิญญาณในการให้บริการ (Service Mind) สู่บุคลากรเพื่อนำไปปฏิบัติ

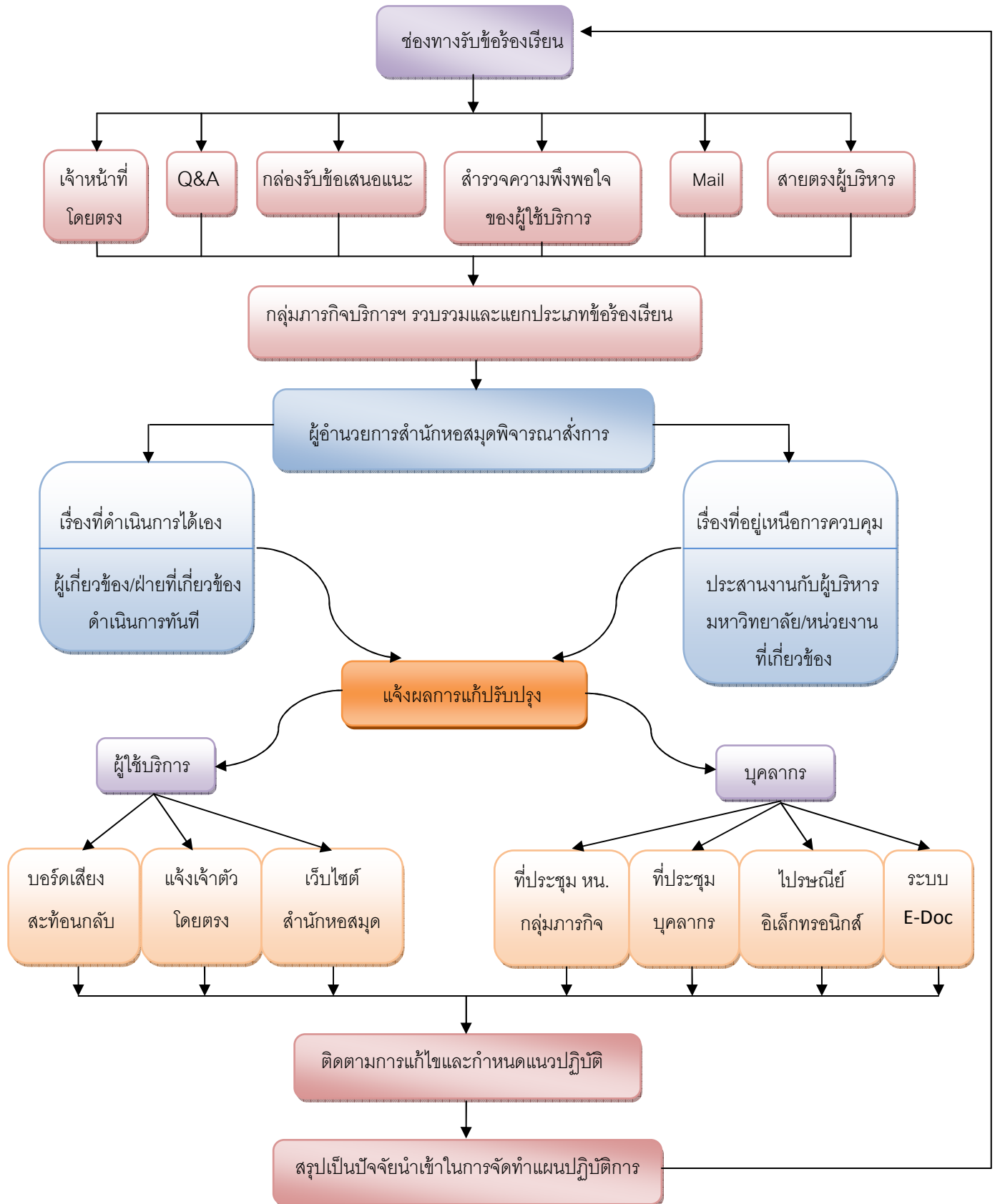
3.2 ทำความเข้าใจและปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนบุคลากรทุกคน จากเดิมที่เคยเอาตนเอง/ผู้ปฏิบัติงานเป็นศูนย์กลางในการให้บริการ เป็นเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและถือเป็นวาระสืบเนื่องเชิงนโยบาย ในการประชุมบุคลากรทุกครั้ง ผู้อำนวยการจะนำเรื่องนี้เข้าไปเน้นย้ำและพิจารณาในที่ประชุม ที่สำคัญคือทุกครั้งที่มีคำบ่น/ข้อร้องเรียน/ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ ผู้อำนวยการจะนำเข้าหารือและกำหนดแนวทางแก้ไขร่วมกัน

3.3 การอบรม ให้ความรู้ โดยจัดโครงการ พัฒนาดน พัฒนางาน พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้บริการที่เป็นเลิศ และการศึกษาดูงานจากห้องสมุดเพื่อนบ้าน

3.4 นำระบบการจัดการความรู้และบริหารความเสี่ยงมาช่วยขับเคลื่อนด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Oriented) การเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Customer Care) และจิตวิญญาณในการให้บริการ (Service Mind) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552-53

3.5 พัฒนาระบบการจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ (Customer Complaints) เพื่อหาข้อมูลป้อนกลับ (Feedback Information) จากผู้ให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระบบการจัดการข้อร้องเรียน



3.6 พัฒนาระบบและกลไกในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ ดังนี้

3.6.1 การจำแนกผู้ใช้บริการ/ลูกค้า (Customers) เป็น 4 ประเภทตามพันธกิจ/อำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในการแบ่งส่วนงานของมหาวิทยาลัยทักษิณและระเบียบมหาวิทยาลัยทักษิณว่าด้วยการใช้ห้องสมุด พ.ศ. 2542 คือ นิสิต อาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน บุคคลภายนอก/ประชาชน

4.6.2 การรับฟัง (Listening Methods) ความต้องการและความคาดหวังจากผู้ใช้บริการหลากหลายวิธี ให้ทันกับความต้องการ เช่น การประเมินความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถาม ปีละ 2 ครั้ง การประเมิน ติดตามความพึงพอใจโดยใช้สัญลักษณ์ ทันทีที่ผู้ใช้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับอย่างทันท่วงที การรับข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียนตลอดเวลา หลากหลายช่องทาง

3.7 พัฒนาระบบและกลไกในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้

3.7.1 พัฒนาบริการ/ช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้ จำนวน 21 บริการ/ช่องทางในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553

3.7.2 ประเมินบริการ/ช่องทางที่สำนักหอสมุดใช้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 เพื่อปรับปรุงบริการ/ช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่จะใช้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2554

3.7.3 นำบริการ/ช่องทางที่ผู้ใช้เสนอแนะสู่ที่ประชุมบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปบรรจุในแผนปฏิบัติการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 ดังนี้ 1) เคา์นเตอร์รับข้อร้องเรียน 2) บริการท่านขอมาเราจัดให้ (จัดทรัพยากรสารสนเทศที่อาจารย์ร้องขอ/ต้องการยืมไว้ให้ที่เคาน์เตอร์ ยืม-คืน อาจารย์สามารถยืมได้ทันที โดยไม่ต้องไปหาทรัพยากรสารสนเทศที่ชั้น 3) ส่งข่าวสารห้องสมุดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ 4) นิทรรศการแนะนำบริการ/กิจกรรม/ทรัพยากรสารสนเทศใหม่บริเวณที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น โรงอาหาร การจัดกิจกรรม Road Show เพื่อแนะนำห้องสมุดตามคณะ 5) โทรศัพท์ (สายด่วน) สำหรับรับข้อร้องเรียน 6) จัดส่งรายชื่อทรัพยากรสารสนเทศใหม่ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ 7) ตอบคำถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดและมีรางวัลให้

3.8 การสนับสนุน ส่งเสริมและให้รางวัล ผู้ให้บริการดีเด่น เช่น จัดโครงการร่วมลงคะแนนผู้ใช้บริการดีเด่น (vote) โดยผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม โครงการ คนดีติดดาวชาวสำนักหอสมุด เพื่อนร่วมงานร่วมติดดาวเหลือง ตรงต่อเวลา ดาวเขียว มีน้ำใจ อุทิศเสียสละ ดาวชมพู มีมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้ใช้บริการ

ความสำเร็จ สิ่งที่ได้จากการปรับเปลี่ยน

ผู้ใช้บริการ

1. ได้รับบริการที่ดีขึ้น สะดวก รวดเร็ว และ one stop service
2. สามารถร้องเรียน เสนอแนะความคิดเห็นต่อสำนักหอสมุดได้อย่างสะดวก

องค์กร

1. ความพึงพอใจต่อการให้บริการเพิ่มขึ้น ค่าบ่น ช้อร้องเรียนลดน้อยลง (ความพึงพอใจ ปีงบประมาณ 2551 ระดับ 3.79, ปีงบประมาณ 2552 ระดับ 3.76, ปีงบประมาณ 2553 ระดับ 3.88 และปีงบประมาณ 2554 ครั้งที่ 1 ระดับ 3.96)
2. มีการพัฒนาบริการใหม่ ๆ และบริการเชิงรุกที่ตอบสนองของความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น
3. มีแนวปฏิบัติด้าน “บริการอย่างไรจึงเป็นเลิศ”
4. การไหว้รู้และไหว้ทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการ การนำเสียงของลูกค้า (Voice of the Customer) ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (Relevant Information) จากผู้ใช้บริการมาใช้ในการวางแผน ปรับปรุงกระบวนการหรือพัฒนางาน/บริการใหม่ เช่น บริการติดตามตัวเล่ม บริการเพื่อนช่วยหาหนังสือ บริการนำส่งทรัพยากรสารสนเทศตามคำขอแก่อาจารย์/บุคลากร (Document Delivery) การขยายช่องทางรับฝากของ และการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในสำนักหอสมุด เป็นต้น
5. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารมากขึ้นทั้งการสื่อสารกับบุคลากรและกับผู้ใช้บริการ กล่าวคือมีการสื่อสาร 2 ทาง ทั้งองค์กร โดยใช้ระบบ e-mail และระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ในการสื่อสารกับบุคลากรทุกคน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 ได้สร้าง e-mail group ของบุคลากรและอบรมการใช้ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ให้บุคลากรทุกคน ส่งผลให้บุคลากรทุกคนสามารถใช้ e-mail และระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติงานมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำนักหอสมุดได้ประชาสัมพันธ์กิจกรรม/บริการใหม่เชิงรุกผ่านช่องทางต่าง ๆ 14 ช่องทาง คือ 1) เว็บไซต์สำนักหอสมุด 2) เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย 3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ 4) แผ่นพับ/แผ่นปลิว 5) ทำหนังสือถึงคณะ/หน่วยงาน 6) อักษรวิงของมหาวิทยาลัย 7) Straight forward 8) เสียงตามสาย 9) ที่ประชุมสภาวิชาการ 10) SMS 11) e-mail 12) คณะทำงานเครือข่ายความร่วมมือ 13) แจ้ง/บอกกับผู้ใช้โดยตรง 14) ปิดประกาศบริเวณที่มีผู้ใช้บริการผ่านเป็นจำนวนมาก เช่น ลิฟท์

6. มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จทั้งในระดับหน่วยงานและระดับบุคคล
7. มีการทบทวนกระบวนการปฏิบัติงานและการให้บริการเพื่อลดขั้นตอนและป้องกันความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน รวมทั้งการจัดทำผังงาน (Flowchart) เพื่อความสะดวกในการเรียนรู้ การถ่ายทอดงานสู่การปฏิบัติ

ผู้ให้บริการ/(ปฏิบัติงาน)

1. ตระหนักและเห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการมากขึ้น ใส่ใจและพยายามร่วมกันหาแนวทางพัฒนาบริการสู่ความเป็นเลิศ
2. มีความรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานและการให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้นทั้งในส่วนการจัดทำแผน การกำหนดกิจกรรม โครงการ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ผู้นำองค์กรต้องมีภาวะผู้นำ มีความมุ่งมั่นและเป็นแบบอย่างในการเปลี่ยนแปลง หรือสร้างบรรยากาศแห่งการเปลี่ยนแปลง
2. ความต่อเนื่องในการปลูกฝัง สร้างความตระหนักในเรื่อง “ความสำคัญของผู้ใช้บริการ” “การใส่ใจต่อผู้ใช้บริการ” และ “จิตบริการ” รวมทั้งการสื่อสารและทำความเข้าใจกับบุคลากรทุกคนให้มีแนวคิดและความเชื่อร่วมกันว่า “ผู้ใช้บริการสำคัญที่สุด”
3. ความพยายามและความตั้งใจของบุคลากรที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. มีระบบการให้รางวัลและคำชมเชยแก่บุคลากรที่เป็นขวัญใจของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ให้บริการด้วยความประทับใจ
5. ความเต็มอก เต็มใจในการรับฟังคำบ่น ข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการและการตอบสนองต่อคำบ่น ข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะ ที่สำคัญคือมีการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการบ่น ร้องเรียน และให้ข้อเสนอแนะหลากหลายช่องทาง รวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาผลย้อนกลับ (Feedback) มีการจัดการคำบ่นหรือข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ
6. การไหว้รู้ต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงและนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันแม้ว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ ยังไม่สามารถพัฒนาให้อยู่ในระดับดีทุกๆ ด้านก็ตาม แต่การที่บุคลากรส่วนใหญ่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจและมีพัฒนาการในการให้บริการที่ดีขึ้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี **ทีมงานทุกคนของสำนักหอสมุด** **ระลึกเสมอว่าคงไม่ง่ายที่จะเติมเต็มความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการซึ่งมีหลากหลาย** **เข้าใจยากและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา** บ่อยครั้งที่สำนักหอสมุดไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่สูงเกินไปของผู้ใช้บริการได้ ผลลัพธ์คือ **"สำนักหอสมุดบริการไม่ดี"** อย่างไรก็ตามที่ทีมงานทุกคนของสำนักหอสมุดยังคงมุ่งมั่นและต้องพยายามต่อไปในอันที่จะสรรค์สร้างบริการที่มีคุณภาพให้ตอบสนองความต้องการของประชาคมมหาวิทยาลัยทักษิณต่อไป
