

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง(Literature Review) รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็นของการศึกษาไว้ดังนี้

1. การประเมินคุณภาพของการให้บริการ (Quality of service)
2. การประเมินคุณภาพของการให้บริการทางเว็บไซต์ (Quality of web Service)
3. ข้อมูลทั่วไปของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุดมุ่งหมายในการให้บริการของห้องสมุดนั้น คือการตอบสนองต่อการให้บริการแก่ผู้ใช้และสิ่งที่ใช้บริการห้องสมุดนั้น คือความสะดวก รวดเร็วในการใช้งาน ความสมบูรณ์ของข้อมูล ฉะนั้นการนำเอาเทคโนโลยีของเว็บไซต์มาประยุกต์ในการให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองให้เกิดความพอใจแก่ผู้ใช้บริการ สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ กล่าวคือ ความพอใจของผู้ใช้บริการนั้นถือได้ว่าเป็นตัววัดในเรื่องของคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งในการทำการประเมินคุณภาพนั้นมาจากการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้มากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการพัฒนาด้านคุณภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นในด้านการให้บริการ

การประเมินคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพ

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “คุณภาพ” ได้มีผู้นิยามและคำจำกัดความดังนี้คือ ระดับความเป็นเลิศในคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นที่พึงพอใจและเกิดประโยชน์ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (Dickenss, 1994, p. 15)

“คุณภาพ” (Quality) เป็นคำนามธรรมที่ต้องใช้การแปลงเป็นรูปธรรมที่สามารถวัดได้ (Operational Operation) การมีมาตรฐานความเป็นเลิศ โดยที่กำหนดมาตรฐานไว้ตายตัวผลที่ได้รับสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Fitness for purpose) และใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า ส่งเสริมและ

พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยดำเนินงานที่ถูกต้อง เหมาะสม (Result of Doing the Right Thing, Right) ส่งผลต่อเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นเป็นระยะๆ ไม่มีจุดสิ้นสุด (อุทุมพร จามรมาน 2543:43)

Parasuraman and Berry ได้กล่าวเกี่ยวกับคุณภาพว่าคุณภาพขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภค ที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในบริการกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง โดยการบริการที่มีคุณภาพนั้นมาจากผู้ใช้บริการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ (Parasuraman & Berry, 1985, p. 41)

จากนิยามและความหมายข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า คุณภาพคือได้รับบริการที่ดีเลิศตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ หรือ คุณภาพมาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั่นเอง

การบริการ

บริการ หมายถึง กิจกรรมการบริการใด ๆ ที่เป็นไปอย่างมีคุณภาพทั้งด้านการให้บริการและเทคนิค

บริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ตอบสนองต่อความต้องการให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยอาศัยการบริการตามแนวความคิดเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ประการคือ

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability)
3. บริการมีความหลากหลายในตัวเอง (Variability)
4. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

(จินดารัตน์ เบอร์พันธุ์ 2543:23-50)

คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการ หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมของการบริการที่เหมาะสมกับข้อกำหนด ของความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้ใช้บริการ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจทุกครั้งในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

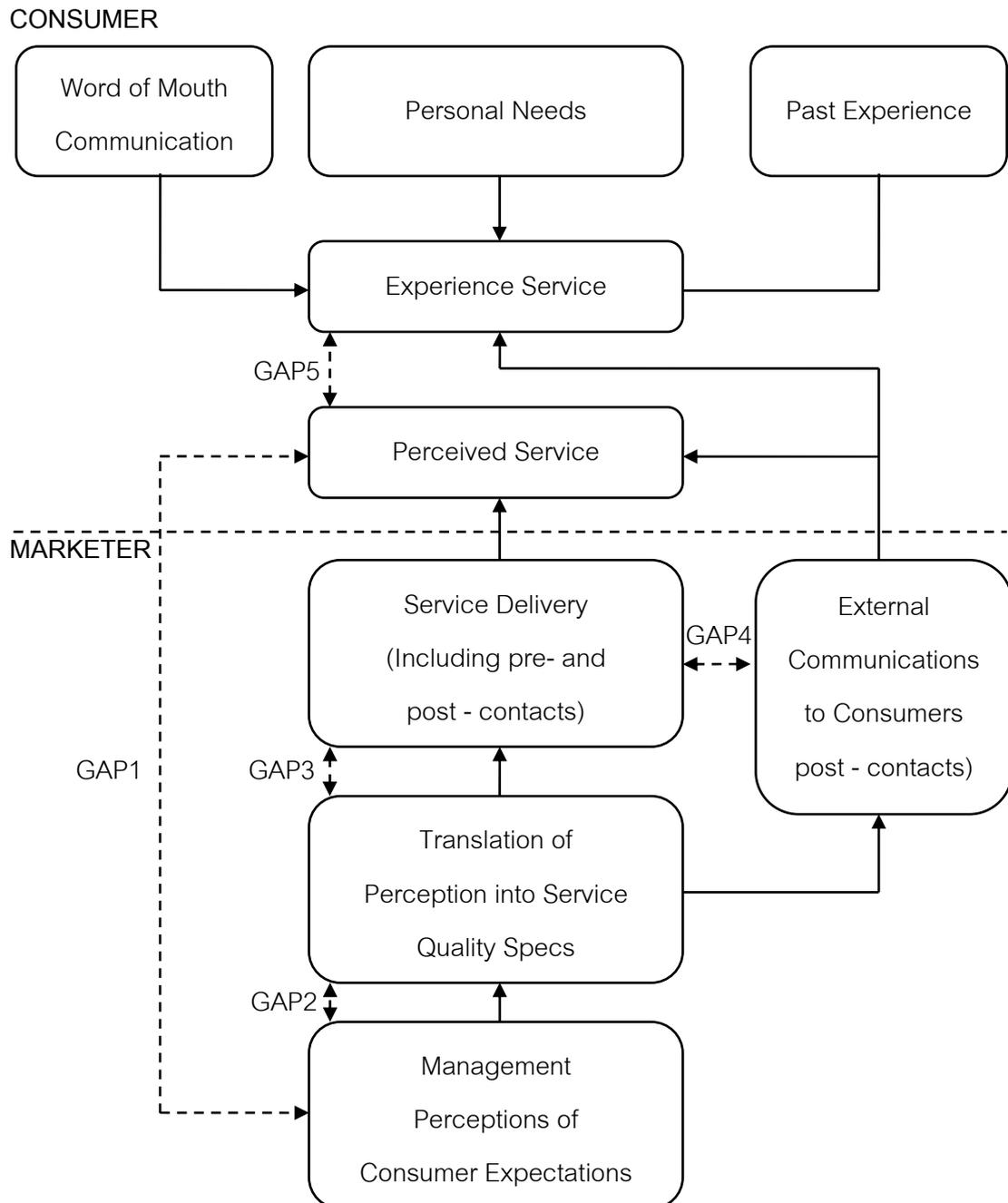
การประเมินคุณภาพของการให้บริการ (Quality of service)

ในการให้บริการนั้น หมายถึง การวัดหรือประเมินการตัดสินใจคุณค่าในการให้บริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการที่จะได้รับการบริการกับการได้รับบริการจริงซึ่งหากผลจากการประเมินความคิดเห็นหรือความพึงพอใจที่ได้รับเป็นไปตามที่ได้คาดหวังไว้ก็แสดงได้ว่าการให้บริการนั้นมีคุณภาพด้วย

การพัฒนาแบบการประเมินของ SERVQUAL

SERVQUAL เป็นแบบการประเมินที่พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1985 โดย Parasuraman and Berry โดยเป็นแบบประเมินคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งมีการวัดคุณภาพจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการได้รับบริการจริง โดยมีแนวความคิดมาจากทฤษฎีทางการตลาด ในชื่อ “แบบจำลองช่องว่าง” (Gap Model or Gap Analysis Model) ดังภาพประกอบที่ 2.1

ภาพประกอบที่ 2.1
Service Quality Model



ที่มา: Parasuraman A., Zeithaml V.A. and L.L. Berry (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research," *Journal of Marketing*, 49 (Fall 1985): 44.

จากภาพประกอบที่ 2.1 จะมีช่องว่าง (Gap) ที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ทั้งหมด 5 ประการ คือ

ช่องว่างที่ 1 ช่องว่างของข้อมูลการตลาด (Gap 1-positioning gap) คือช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งการรับรู้ของผู้ให้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการไม่สอดคล้องกับความคาดหวังจริงของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการอาจไม่ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญอันแท้จริง ช่องว่างนี้จึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประเมินผลของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้คือ

1.1 ขาดการศึกษาถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

1.2 ผู้ให้บริการในหน่วยงาน ส่วนงานต่างๆ ขององค์กรมีการติดต่อสื่อสารที่น้อยเกินไป เช่น บริการยืมคืน บริการข้อมูล บริการอ้างอิง และโต๊ะบริการอื่นๆ ของห้องสมุด

1.3 สายงานบังคับบัญชาที่มีการแบ่งแยกผู้ให้บริการหลายคนจากผู้บริหารชั้นสูงทำให้ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้บริการที่ให้ข้อมูลกลับไปยังผู้บริหารนั้นไม่มีคุณค่า

ช่องว่างที่ 2 ช่องว่างของมาตรฐานที่กำหนด (Gap 2-specification gap) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างข้อกำหนดและมาตรฐานต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และความต่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการและความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการเหล่านั้น ช่องว่างนี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการในมุมมองของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้ คือ

2.1 การให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของผู้บริหาร

2.2 การกำหนดเป้าหมายมาตรฐานของงานที่มีความสัมพันธ์กับมาตรฐานและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

2.3 ขาดการรับรู้ในสิ่งที่มองไม่เห็น

2.4 การมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรที่ช่วยให้งานบริการมีมาตรฐาน ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถรับประกันต่อผู้ใช้บริการได้ว่าคุณภาพการบริการที่ให้มีความสม่ำเสมอ

ช่องว่างที่ 3 ช่องว่างของการให้บริการ (Gap 3-Delivery gap) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการระหว่างข้อกำหนดและมาตรฐานต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการและการบริการจริงที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยช่องว่างนี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการและบริการจริงที่ให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ จากจุดยืนของผู้ใช้บริการ ช่องว่างนี้จะมีผลกระทบต่อคุณภาพการบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้คือ

3.1 การร่วมมือกันทำงานเป็นทีม (Teamwork)

3.2 บทบาทของบุคลากรที่ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มั่นใจว่าผู้บริหารมีความคาดหวัง
อย่างไร

3.3 การขาดทักษะ และการฝึกอบรมที่จำเป็นในการทำงาน หรือในการใช้เทคโนโลยี

3.4 บทบาทขัดแย้งของบุคลากรที่ไม่สามารถตอบสนองของความต้องการของ
ผู้ใช้บริการภายในและผู้ใช้บริการภายนอก

3.5 ระบบบริหารจัดการที่เน้นเรื่องผลลัพธ์ ขาดความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาของ
การให้บริการ

ช่องว่างที่ 4 ช่องว่างของการสื่อสาร (Gap 4-Communication gap) คือ ช่องว่างที่
เกิดขึ้นจากการที่ผู้ให้บริการให้บริการจริงแก่ผู้ใช้บริการและการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการในเรื่อง
ของการบริการ การติดต่อสื่อสารภายนอกจะมีผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อบริการที่
ได้รับ ช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการจากจุดยืนของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่มีผล
ต่อช่องว่างนี้ คือ

4.1 การสื่อสารในแนวนอน

4.2 ขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในหน่วยงานในระดับเดียวกัน

4.3 การให้คำสัญญาแก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป

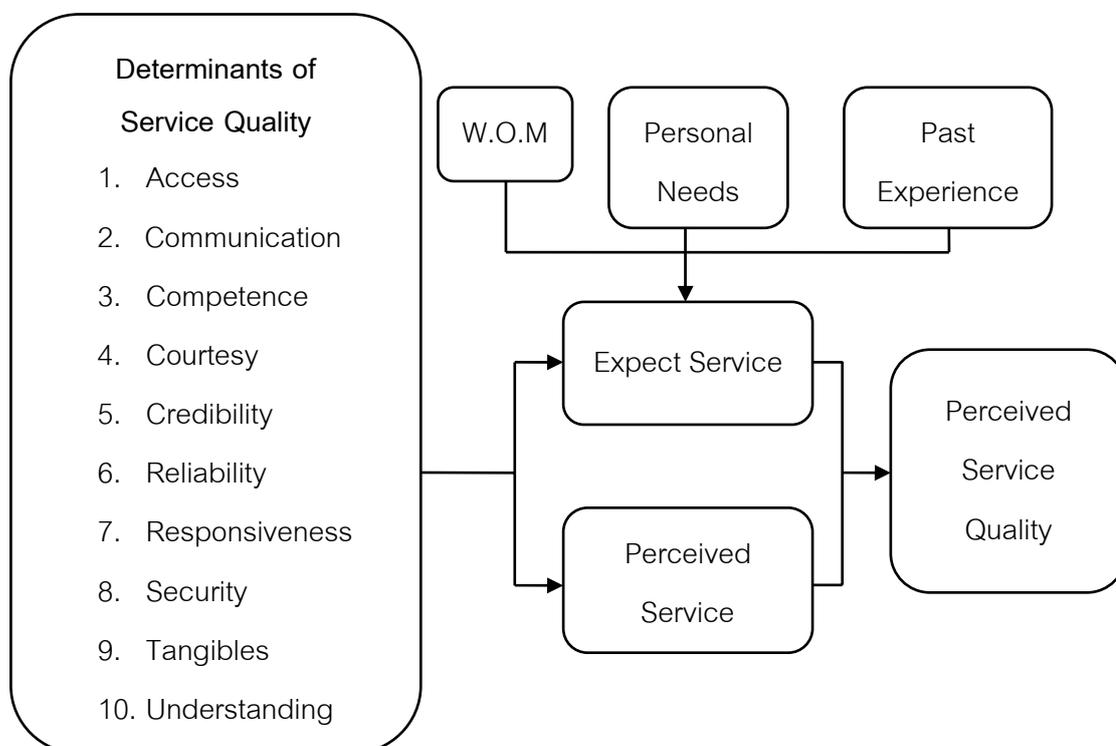
ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างด้านคุณภาพการบริการ (Gap 5-perception gap) เป็นความ
แตกต่างระหว่างการรับรู้ภายในของผู้ใช้บริการและความคาดหวังของการบริการ ซึ่งอธิบายความ
ต่างระหว่างบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการและบริการจริงที่ผู้ใช้บริการได้รับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อ
ช่องว่างทั้ง 4 ที่ได้กล่าวมาข้างต้น (ธีรดา เนียมอยู่ 2522: 36-38)

ช่องว่างเรื่องคุณภาพถือได้ว่าเป็นหลักสำคัญในเรื่องของคุณภาพการบริการ ส่วนต่าง
ระหว่างความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการหวังจะได้รับบริการที่ดีที่สุดและบริการที่ได้รับจริงนับว่าเป็น
แนวคิดสำคัญของแบบประเมิน SERVQUAL ยิ่งช่องว่างแคบเท่าใด ก็แสดงว่าคุณภาพการ
ให้บริการดีเท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารต้องลดช่องว่าง คือ ช่องว่างที่ 5 ให้แคบที่สุดเท่าที่จะทำได้
เพื่อที่จะจัดการบริการที่ดีเลิศให้แก่ผู้ใช้บริการ

โดยในเวลาต่อมา Parasuraman and Berry ได้ทำการพัฒนาการประเมินคุณภาพ
โดยใช้เกณฑ์การวัดที่มาจากความคาดหวังของผู้ใช้บริการโดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 10 ประการดัง
ภาพประกอบที่ 2.2

ภาพประกอบที่ 2.2

Determinants of Perceived Service Quality.



ที่มา: Parasuraman A., Zeithaml V.A. and L.L. Berry (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research," *Journal of Marketing*, 49 (Fall 1985): 48.

1. เข้าถึงการบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับได้รับบริการได้ง่ายและสะดวกสบาย
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ เช่นการให้ข้อมูล การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้ให้บริการเข้าใจ และรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การแสดงความสามารถของผู้ให้บริการให้ผู้รับบริการยอมรับถึงความสามารถและทักษะในการให้บริการ
4. การเอื้อเฟื้อในการบริการ (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความเอื้อเฟื้อ เป็นมิตร ให้เกียรติ และสุภาพในการให้บริการ

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง การทำให้เกิดไว้วางใจ เชื่อถือได้จากการให้บริการด้วยความจริงใจ

6. ความเชื่อมั่นในบริการ (Reliability) หมายถึง การให้บริการตามที่สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการ

7. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมในการช่วยเหลือ และตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้ทันทีทันใด

8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจต่อการใช้บริการ

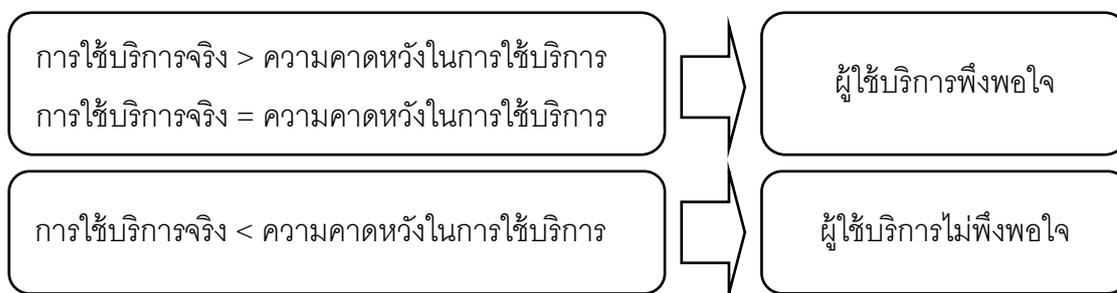
9. ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) หมายถึง ลักษณะที่สามารถจับต้องได้ ปรากฏให้เห็น เช่นเครื่องมือ อุปกรณ์สถานที่ บุคลากร

10. การเข้าใจและการรู้จักผู้ใช้บริการ (Understanding/Knowing the Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากปัจจัยทั้ง 10 ประการนี้นำมาเป็นปัจจัยในการประเมินคุณภาพของการใช้บริการ (Perceived Service Quality) โดยประเมินคุณภาพการให้บริการจากความพึงพอใจในการใช้บริการจริง (Perceived Service) เปรียบเทียบกับความคาดหวังในการใช้บริการ (Expected Service) โดยมีสมการในการวัดคุณภาพการให้บริการจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการดังกล่าวประกอบที่ 2.3

ภาพประกอบที่ 2.3

สมการของความพึงพอใจของการใช้บริการ



จากสมการดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ เมื่อความพึงพอใจในการใช้บริการจริงมากกว่าหรือเท่ากับความพึงพอใจจากความคาดหวังในการใช้บริการ จะส่งผลให้ผู้ใช้พึงพอใจใน

บริการ แต่ถ้าความพึงพอใจในการใช้บริการจริงน้อยกว่าความพึงพอใจจากความคาดหวังในการใช้บริการ จะส่งผลให้ผู้ใช้ไม่พึงพอใจในบริการ สามารถอธิบายปัจจัยที่เกิดจากความห่างระหว่างความคาดหวังในการใช้บริการกับการได้รับบริการจริง โดยปัจจัยในการกำหนดคุณภาพตามความคาดหวังของการบริการได้แก่ การพูดแบบปากต่อปาก (W.O.M – Word of mouth) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) และประสบการณ์ที่ได้รับในอดีต (Past experience)

ต่อมาในปี ค.ศ.1988-1990 Parasuraman and Berry ได้ปรับปรุงปัจจัยในการประเมิน โดยการตัดปัจจัยบางส่วนเพื่อลดความซ้ำซ้อน และรายละเอียดมากเกินไป สร้างเป็นเกณฑ์ในการประเมินเพียง 5 ประการ เป็นการประเมินคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินคุณภาพ 5 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น
สัญลักษณ์

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความน่าเชื่อถือของระบบ การให้บริการต่างๆ ผ่านเว็บไซต์มีความถูกต้อง สม่าเสมอ ทำให้ไว้วางใจในการบริการ

3. การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการอย่างทันท่วงที โดยผู้ใช้สามารถได้รับการตอบสนองที่รวดเร็ว

4. การให้ความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการ (Assurance) หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้งานผ่านเว็บไซต์

5. การเข้าใจ รู้จัก รับรู้ ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงการแก้ปัญหา

การใช้แนวคิดทั้ง 5 ด้านนี้ในการสร้างแบบประเมินแบบ SERVQUAL โดยอาศัยแบบจำลองช่องว่างทางธุรกิจ มีความมุ่งหวังที่จะออกแบบเครื่องมือมาตรฐานในการทดสอบการประเมินงานบริการทุกประเภทและสามารถทำการปรับเปลี่ยนได้เล็กน้อยตามความเหมาะสมของงานบริการ เพราะงานบริการนั้นจะให้ความสำคัญของความต้อองและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินการของการให้บริการ ดังนั้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องจึงจำเป็นต้องมีการประเมินคุณภาพการบริการและเพื่อการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นต่อผู้ใช้บริการ ทำให้องค์กรมีมาตรฐานในการดำเนินงานและสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อีกด้วย

ทั้งนี้การสร้างแบบประเมินคุณภาพแบบ SERVQUAL ยังเป็นต้นแบบในการพัฒนาการประเมินในการให้บริการของห้องสมุดที่เรียกว่า LibSERV โดยเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1999

มหาวิทยาลัย Texas A&M ได้เสนอรูปแบบการประเมินดังกล่าวแก่ Association of Research Libraries (ARL) โดยมีห้องสมุดเข้าร่วมโครงการในการประเมินคุณภาพในระยะแรก 13 แห่ง ตอนเริ่มต้นมีการกำหนดมิติในการวัดคุณภาพการให้บริการของห้องสมุดเป็น 5 มิติ คือ 1. ความรู้สึกที่มีต่อบริการ 2. ความน่าเชื่อถือ 3. ห้องสมุดเป็นแหล่งค้นคว้าและบริการด้านทรัพยากร และ 4. การเข้าถึงสารสนเทศ ต่อมาในปี ค.ศ. 2001 ได้มีการปรับมิติใหม่ โดยวัดจาก 1. ความรู้สึกที่มีต่อบริการ 2. เป็นแหล่งในการค้นคว้า 3. ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในตนเอง 4. การเข้าถึงสารสนเทศ จากนั้นในปี ค.ศ. 2002 มีการเพิ่มกลุ่มสมาชิกภาคีและปรับลดมิติในกรวัดเหลือ 4 มิติ คือ 1. ความรู้สึกที่มีต่อบริการ 2. ห้องสมุดเป็นแหล่งค้นคว้า 3. การควบคุมตน และ 4. การเข้าถึงสารสนเทศ และอีกครั้งในปี 2003 การวัดคุณภาพของการบริการถูกลดลงเหลือ 3 มิติ คือ 1. ความรู้สึกที่มีต่อบริการ 2. ห้องสมุดคือแหล่งค้นคว้า และ 3. การควบคุมสารสนเทศ

การใช้การประเมินคุณภาพด้วยวิธีของ LibSERV สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบ การพิจารณาตามมิติหรือปัจจัยในการเลือกปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพราะเป็นการให้บริการที่มีลักษณะเดียวกัน

การประเมินคุณภาพของการให้บริการทางเว็บไซต์ (Quality of web Service)

จากการพัฒนาการประเมินคุณภาพในการใช้บริการ ได้เข้ามามีการประยุกต์ มิติของ นำมาปรับปรุงเพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ ดังในผลงานของ Li, Tan and Xie (2002)

ตารางที่ 2.1

Definition of seven dimensions in web-based service quality

	คำนิยามใน SERVQUAL	คำนิยามในคุณภาพบริการทางเว็บไซต์
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ลักษณะทางกายภาพที่เห็น สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคลากร และเอกสารที่ใช้ในการติดต่อและสัญลักษณ์	ความ มีเสถียรภาพทั้งด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ รวมถึงหน้าจอในการติดต่อสื่อสาร

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	ค่านิยมใน SERVQUAL	ค่านิยมในคุณภาพบริการทางเว็บไซต์
ความเชื่อถือได้	สามารถให้บริการได้ตรงกับที่สัญญาไว้กับผู้รับบริการ ถูกต้องเหมาะสม ได้ผลออกมาเหมือนเช่นเดิมในการบริการ มีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือในบริการ	ความสามารถของระบบอีเมลล์และเว็บไซต์ พิจารณาจากความเที่ยงตรงของข้อมูลและบริการที่แสดงไว้ นำไปสู่ข้อมูลที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ
การตอบสนองต่อลูกค้า	ความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ ตอบสนองการบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ และรวดเร็ว	ความสามารถของระบบการให้บริการออนไลน์บนการสื่อสารผ่านอิเล็กทรอนิกส์ที่ตอบสนองรวดเร็ว ถูกต้อง และเที่ยงตรง
ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ ด้วยความสุภาพนุ่มนวล ใช้การติดต่ออย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจว่าได้รับบริการที่ดีที่สุด	ความสามารถของระบบบริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการรับส่งข้อมูลได้ด้วยมีความน่าเชื่อถือและมั่นใจ
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	การดูแลเอาใจใส่ ความต้องการของแต่ละบุคคลในการใช้บริการ	ความสามารถของระบบอีเมลล์หรือเว็บไซต์ที่ใช้ในการดูแลผู้ใช้บริการและการสื่อสารเฉพาะบุคคล
คุณภาพของข้อมูล	-	ความถูกต้องของข้อมูลที่ส่งผ่านอีเมลล์หรือเว็บไซต์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

	ค่านิยามใน SERVQUAL	ค่านิยามในคุณภาพบริการทางเว็บไซต์
การติดต่อสื่อสาร	-	การสื่อสารที่ครบถ้วนทั้งช่องทางสื่อสารแบบเก่าเช่น จดหมาย โทรศัพท์ ไปจนถึง การติดต่อแบบผ่านอิเล็กทรอนิกส์เช่น อีเมลล์

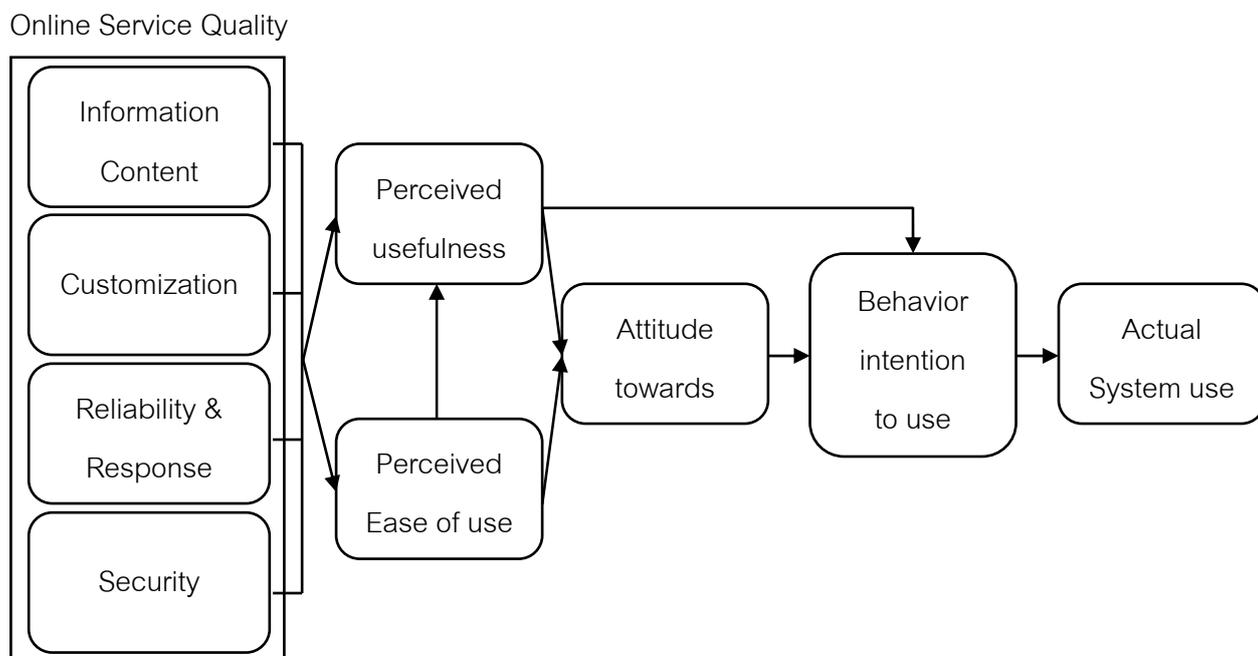
ที่มา: Li, Tan and Xie (2002) : Department of Industrial and Systems Engineering, National University of Singapore. Measuring web-based service quality. Singapore: Taylor & Francis Ltd., 2002.

จากรูปจะเห็นได้ว่าได้มีการปรับเปลี่ยนมิติบ้างเพื่อให้สอดคล้องต่อบริการทางเว็บไซต์ เช่นเดียวกับLin, Wu (2002) ที่ใช้หลักของ SERVQUAL ระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง โดยพิจารณาจากมิติทั้ง 5 มิติแล้วปรับการประเมินให้เหมาะสมที่เรียกว่า “Online Service Quality” ซึ่งมีการพิจารณาในมิติต่างๆ ให้เหมาะสมในการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ ดังนี้

1. Information Content หมายถึง ข้อมูลต่างๆ สามารถเข้าใจได้ง่ายทั้งภาพ เสียง บทความ
2. Customization พิจารณาข้อมูลที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ รู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. Reliability & Response การแก้ปัญหาของการใช้งานบริการออนไลน์ และความถูกต้องของการแสดงเนื้อหาการสื่อสารและเวลาในการให้บริการ
4. Security หมายถึงความปลอดภัยในการสื่อสารและการปกป้องความเป็นส่วนตัวโดยมิติทั้งหมดพิจารณาจากความพึงพอใจเพื่อวัดคุณภาพในการเข้าใช้เว็บไซต์ดังกล่าวประกอบที่

ภาพประกอบที่ 2.4

Online Service quality of research model.



ที่มา: Lin, Cathy S., and Wu, Sheng (2002). Exploring the Impact of Online Service Quality on Portal Site Usage. Taiwan:IEEE Xplore, 2002.

ต่อมาในปี ค.ศ. 2005 Parasuraman, Zeithaml และ Malhotra (2005) ได้นำหลักของ SERVQUAL มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีแบบประเมินการใช้เว็บไซต์ในชื่อ E-S-QUAL โดยมีกลุ่มของการวัดระดับคุณภาพของเว็บไซต์ประกอบไปด้วย

1. ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) เว็บไซต์มีความง่ายในการใช้งาน โดยมีหน้าจอที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหา เพื่อจะได้รับการบริการที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว
2. ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ระบบในการใช้งานมีเสถียรภาพในการใช้งาน สามารถตอบสนองการใช้งานได้ตลอดเวลา ที่ผู้ใช้ต้องการใช้งาน
3. ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) เว็บไซต์สามารถรับคำสั่ง และส่งข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้งานตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ
4. ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) เว็บไซต์สามารถรักษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการได้อย่างปลอดภัย

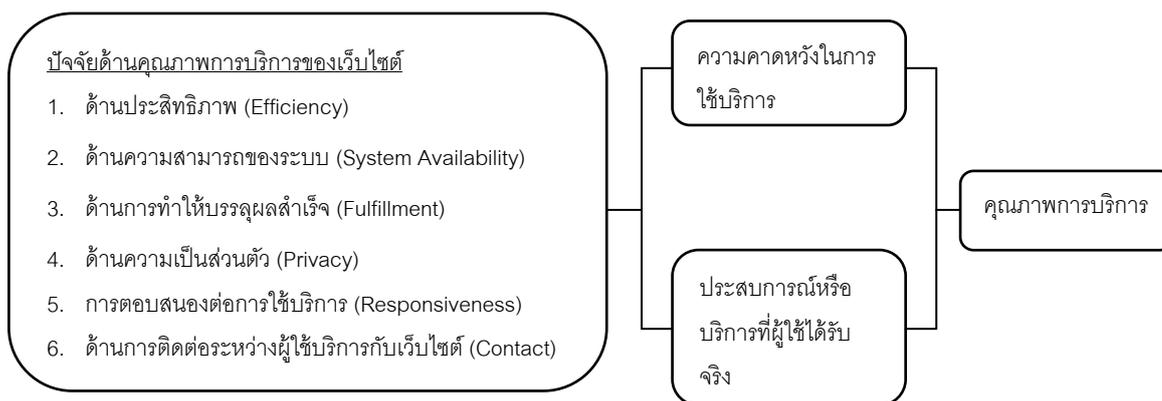
5. ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) เว็บไซต์สามารถตอบสนองต่อปัญหาในการใช้บริการและสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเมื่อผู้บริการมีปัญหาเกิดขึ้นในการใช้บริการ

6. ด้านการติดต่อ (Contact) มีช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างเว็บไซต์และผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้บริการ ได้ปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการผ่านเว็บไซต์

การวัดระดับคุณภาพทั้ง 6 ด้านนำมาซึ่งคุณภาพของเว็บไซต์โดยรวมในการใช้บริการผ่านเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์

ภาพประกอบที่ 2.5

รูปแบบการประเมินคุณภาพของการใช้บริการผ่านเว็บไซต์



จากภาพประกอบที่ 2.5 เป็นปัจจัยในการวัดคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์ที่พัฒนาโดย Parazuraman ในปี 2005 ในงานวิจัย E-S-QUAL ที่พัฒนาแนวความคิดจาก SERVQUAL ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวใช้พื้นฐานการพิจารณาคุณภาพของบริการ โดยวัดจากประสบการณ์หรือบริการที่ผู้ใช้ได้รับจริงเปรียบเทียบกับความคาดหวังในการใช้บริการ แต่มีการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการประเมินคุณภาพให้เหมาะสมกับธุรกิจการค้าผ่านทางเว็บไซต์ โดยพิจารณาจากปัจจัยในแต่ละด้านของบริการการคือ 1.ด้านประสิทธิภาพ 2.ด้านความสามารถของระบบ 3.ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ 4.ด้านความเป็นส่วนตัว 5.การตอบสนองต่อการใช้บริการ และ 6.ด้านการติดต่อระหว่างผู้บริการกับเว็บไซต์ โดยในปัจจุบันแต่ละด้านเหมาะสมกับการวัดบริการผ่านเว็บไซต์เนื่องจากครอบคลุมบริการของเว็บไซต์ในทุกด้าน

ดังนั้นจากปัจจัยและแนวคิดในการประเมินคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์ จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณภาพของการให้บริการผ่านเว็บไซต์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เนื่องจากเป็นการให้บริการที่มีลักษณะในการให้บริการเดียวกัน

ข้อมูลทั่วไปของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ของสำนักหอสมุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสำนักหอสมุด ดังนั้นจึงควรทราบข้อมูลทั่วไปขององค์กรที่ทำการประเมินคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประวัติความเป็นมา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ให้บริการมากกว่า 70 ปี มีการพัฒนาให้บริการอย่างต่อเนื่อง จากการจัดการโดยใช้บรรณารักษ์เปลี่ยนไปสู่การจัดการโดยฐานข้อมูลขนาดใหญ่ มีการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานให้รวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยการพัฒนาของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ดำเนินตามแผนพัฒนาการศึกษาของมหาวิทยาลัยระยะยาว (พ.ศ.2540-2554) ที่มุ่งเน้นให้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีคุณภาพการให้บริการระดับสากล ทั้งในด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์และวิทยาศาสตร์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จึงได้ดำเนินการตามนโยบายโดยได้แบ่งการให้บริการเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กลุ่มแพทยศาสตร์และกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและได้จัดการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย เพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของนักศึกษาในแต่ละระดับ รวมถึงบุคลากรที่เพิ่มขึ้น ให้ได้รับบริการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีที่สุด

ในระยะเวลา 70 ปีในการให้บริการและการบริการทางข้อมูล สิ่งพิมพ์ สื่อการศึกษา พร้อมบริการด้านเทคโนโลยีในระบบอัตโนมัติและระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่มุ่งเน้นเป็นศูนย์สารสนเทศชั้นนำ อันมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งพัฒนาสำนักหอสมุดให้เป็นศูนย์สารสนเทศชั้นนำของประเทศ ด้วยบริการที่ทันสมัย รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง พร้อมด้วยบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และหัวใจในการให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อพันธกิจหลักในการสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ด้วยการบริหารจัดการและให้บริการทรัพยากรสารสนเทศที่หลากหลายและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่

ทันสมัยแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งสามารถเอื้ออำนวยให้บริการทางวิชาการให้แก่สังคมตามอุดมการณ์ของมหาวิทยาลัย

การดำเนินการต่อไปของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จะดำเนินการแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสำนักหอสมุดอย่างมีระบบสามารถบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัวและโปร่งใส ทำให้สำนักหอสมุดสามารถตอบสนองในด้านข้อมูลและเทคโนโลยีที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนและการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อนำไปสู่ความเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ และมีความภาพในระดับสากล ตามเป้าหมายของสำนักหอสมุดที่มุ่งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้วยตนเอง ด้วยการให้บริการข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นการสร้างความมีประสิทธิภาพทางวิชาการให้แก่มหาวิทยาลัย เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการในอนาคต

คำขวัญ

สารนิเทศทันสมัยสืบค้นกว้างไกลประทับใจบริการบริหารด้วยคุณภาพ

ปณิธาน

มุ่งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ทันสมัยด้วยบริการข้อมูล ข่าวสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางวิชาการให้แก่มหาวิทยาลัยและสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญา

วิสัยทัศน์

มุ่งพัฒนาสำนักหอสมุดให้เป็นศูนย์สารสนเทศชั้นนำของประเทศด้วยบริการที่ทันสมัยรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างกว้างขวางไร้ขอบเขต พร้อมบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีจิตวิญญาณในการให้บริการ

พันธกิจ

สำนักหอสมุดมีภารกิจหลักในการสนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ด้วยการบริหารจัดการ และให้บริการทรัพยากรสารสนเทศที่

หลากหลาย และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถใช้อำนวยบริการทางวิชาการให้แก่สังคมตามอุดมการณ์ของมหาวิทยาลัย

ภาพประกอบที่ 2.6

โครงสร้างการบริหารงาน สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โครงสร้างการบริหารงาน

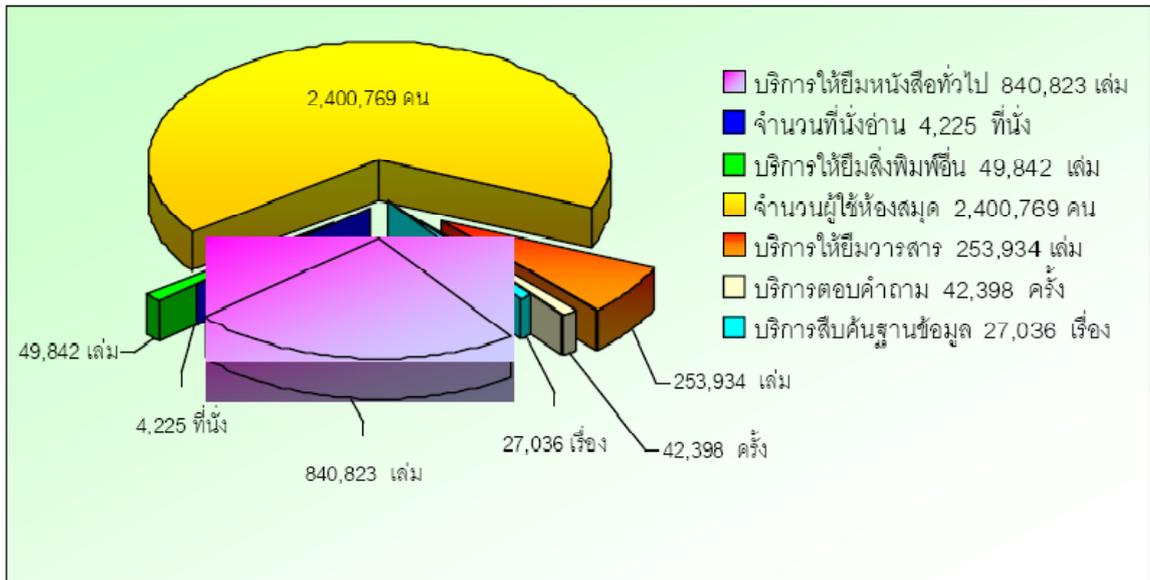


- 1 เดิม คือ ห้องสมุดธรรมศาสตร์
 - 2 เดิม คือ ห้องสมุดคณะนิติศาสตร์
 - 3 เดิม คือ ห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์
 - 4 เดิม คือ ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์
 - 5 เดิม คือ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
 - 6 เข้าร่วมเป็นห้องสมุดในส่วนระบบงานเทคนิคและงานบริการของสำนักหอสมุด (26 กรกฎาคม 2547)
 - 7 เข้าร่วมเป็นห้องสมุดในส่วนระบบงานเทคนิคและงานบริการของสำนักหอสมุด (ปี 2549)
- ที่มา: “รายงานประจำปี 2549 สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,”

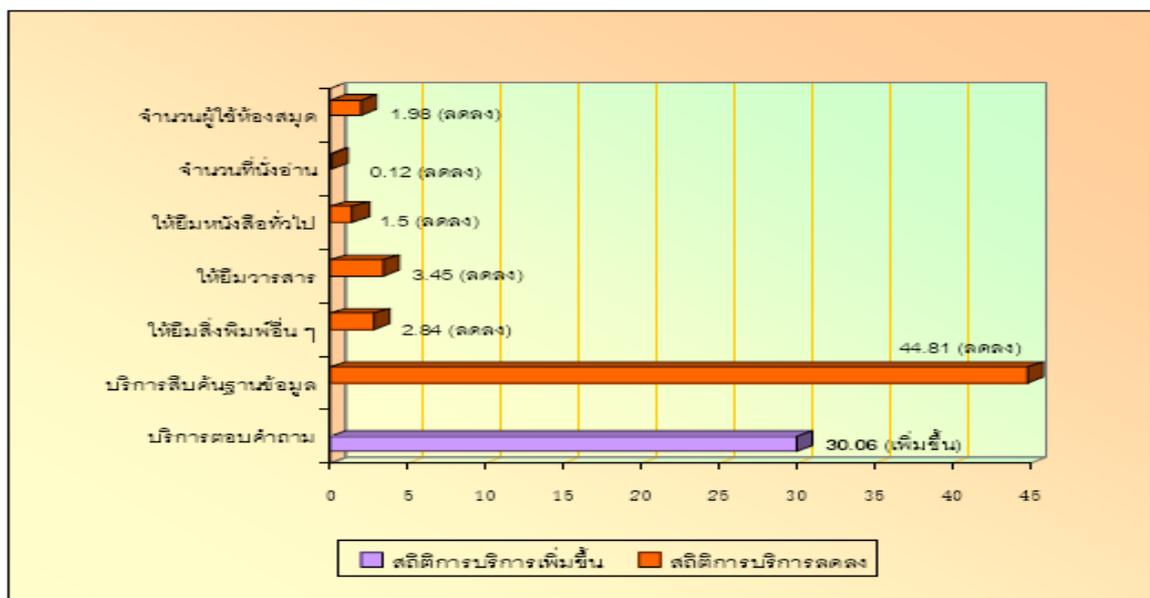
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549: น.8.

สถิติต่างๆ ในการให้บริการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาพประกอบที่ 2.7
ผลการดำเนินงานห้องสมุดในปี 2549



ภาพประกอบที่ 2.8
ภาพแสดงการให้บริการต่างๆ ของห้องสมุด



จากภาพประกอบที่ 2.8 จะเห็นว่าการใช้บริการบางประเภทมีการให้บริการซ้ำกับการให้บริการทางเว็บไซต์ จึงควรมีการประเมินคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์เพื่อให้บริการนั้นๆ ได้คุณภาพการบริการอย่างแท้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพของการใช้บริการห้องสมุดและการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ดังนี้

Parasuraman A. และ Berry Leonard L. (1985) A conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research เป็นการพัฒนาแบบการประเมินทางด้านคุณภาพโดยใช้หลักของการตลาดมาใช้ ออกแบบ “แบบจำลองช่องว่าง” ระหว่างคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการได้รับบริการจริง โดยวัดจากความพึงพอใจในการใช้บริการ

สุริทอง ศรีสะอาด (1997) ประเมินคุณภาพการบริการของสถาบันวิทยบริการ มหาวิทยาลัย ลัยมหาสารคาม โดยใช้ SERVQUAL พัฒนาแบบสำรวจผู้ใช้ห้องสมุด โดยเน้นการบริการและใช้เกณฑ์การประเมิน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อการบริการ ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงจิตใจและนำผลที่ได้ในการวิจัยมาปรับปรุงการให้บริการในแต่ละการบริการในการใช้ห้องสมุด

พรวิฑู ใควุฒาภรณ์ (2543) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพบริการสารสนเทศ โดยใช้ SERVQUAL เปรียบเทียบความคาดหวังและความเป็นจริงที่ได้รับการบริการของศูนย์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ตามการประเมิน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อการบริการ ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงจิตใจ นำผลที่ได้มาปรับปรุงบริการเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสม

นฤตย์ นิมสมบุญ และฮารุกิ นางาตะ (2546) ประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยใช้ SERVQUAL โดยใช้กรอบแนวคิด “แบบการจำลองช่องว่าง” และปัจจัยของผู้ใช้ห้องสมุดตัดสินคุณภาพเพื่อนำไปปรับปรุงบริการ

นฤมล พฤกษ์ศิลป์ (2546) ประเมินคุณภาพบริการห้องสมุดของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต ด้วย SERVQUAL พบว่า มีความคาดหวังของการบริการสูงสุดในด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมและด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ และส่วนที่ได้รับบริการจริงนั้นระดับความ

พึงพอใจอยู่ในระดับที่มาก ยกเว้นด้านกายภาพ (วัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์) อยู่ในระดับปานกลาง

Franscoise Hebert (1994) Services Quality: An Unobtrusive Investigation of Inventory Loan in Large Public Libraries in Canada โดยใช้ SERVQUAL ในการศึกษาผู้ใช้บริการห้องสมุดประชาชนโดยศึกษาคุณภาพของการให้บริการยืมหนังสือในมุมมองระหว่างผู้ให้บริการและผู้ที่ใช้บริการ

Hollis Taylor Jr. Landrum (1996) An Analysis of the Ability of an Instrument to Measure Quality of Library Success โดยการปรับปรุงการประเมิน SERVQUAL เพื่อวิเคราะห์เครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการของห้องสมุดและความสำเร็จของห้องสมุดจากการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL

Parasuraman A. (2002) Service Quality Delivery Through Web sites: A Critical Review of Extant Knowledge. โดยนำหลักของ SERVQUAL ในเรื่องของแบบจำลองช่องว่างมาปรับใช้กับให้บริการด้านเว็บไซต์ ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีและคุณภาพการให้บริการบนเว็บไซต์จากพฤติกรรมการใช้บริการซื้อขายออนไลน์

Y.N. Li, K.C.TAN & M.XIE (2002) Measuring web-based service quality. ได้นำ SERVQUAL มาใช้เป็นต้นแบบในการกำหนดปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการให้บริการบนเว็บไซต์ โดยเริ่มจากการประเมิน 5 ด้าน และเพิ่มในปัจจุบันในการประเมินคุณภาพทางข้อมูลและการนำเทคโนโลยีทางเว็บไซต์มาประเมิน คุณภาพโดยรวมของการใช้บริการผ่านเว็บไซต์

Hungyune Chao (2002) Assessing the quality of academic libraries on the Web: The development and testing of criteria. โดยเป็นการศึกษาเงื่อนไขของคุณภาพของเว็บไซต์ของห้องสมุดรวมถึงการพัฒนากระบวนการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์

Lin Cathy S. และ Wu Sheng (2002) Exploring the Impact of Online Service Quality on Portal Site Usage โดยการศึกษา รูปแบบของ Technology acceptance model (TAM) และการนำเอามาตรการวัดของ SERVQUAL มาใช้ในการพิจารณาการประเมินคุณภาพที่เรียกว่า Online Service Quality ในการประเมินคุณภาพโดยรวมของการใช้บริการผ่านเว็บไซต์

Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie และ Malhotra A. ศึกษาเครื่องมือวัดการให้บริการทางเว็บไซต์ในชื่อ E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. โดยใช้ปัจจัยในการบริการคือด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ด้านความเป็น

ส่วนตัว (Privacy) ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ด้านการติดต่อ (Contact)

Siadat S.H., Buyut V. Clement และ Rahman A. Abdul (2008) Measuring Service Quality in Online Shopping: A Case study of E-Retailing in Iran. การศึกษาโดยใช้ SERVQUAL มีการจัดลำดับของปัจจัยในการประเมินปัจจัยความคาดหวัง และเปรียบเทียบความพึงพอใจของการได้รับบริการจริงของการใช้บริการการชื้อขายออนไลน์ในอิหร่าน เปรียบเทียบกับในอเมริกา

Hossein S., Buyut V. Clement และ Selamat H. (2008) Measuring Service Quality in E-Retailing using SERVQUAL Model โดยการนำ SERVQUAL มาใช้วัดมาตรฐานการให้บริการทาง E-Retailing โดยมีการเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของ SERVQUAL ตามความสำคัญเพื่อใช้ในการปรับปรุงการให้บริการ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นนี้ ยังไม่มีงานวิจัยใดที่วัดคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์ห้องสมุด จึงควรมีการศึกษาการประเมินคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์ของบริการห้องสมุด เพราะเป็นช่องทางในการใช้งานที่สะดวก รวดเร็วและนิยมใช้ในปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษาคูณภาพการให้บริการทางเว็บไซต์ครั้งนี้ อาจเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ในการประเมินคุณภาพในบริการของห้องสมุด หรือบริการที่มีลักษณะเดียวกัน จักทำให้ผู้ให้บริการทราบถึงความต้องการในการใช้บริการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง