

تأملی بر کیفیت خدمت در محیط کتابخانه

علی دلایی میلان

(رئیس بخش علم و کتابخانه دانشگاه آرمیه و دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان)

دکتر فریبرز خسروی

(عضو هیأت علم سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران)

دکتر ایرضا اصنافی

(استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی)



سرشناسه	: دلائی میلان، علی، ۱۳۵۴
عنوان و نام پدیدآور	: تاملی بر کیفیت خدمت در محیط کتابخانه
مشخصات نشر	: تهران: چاپار، اساطیر پارسی ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۶۰ ص. جدول.
شابک	: 978-600-276-066-1
وضعیت فهرست نویسی	: فیهای مختصر
داشت	: فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
دسترسی است	
یادداشت	: کتابنامه
شده افزوده	: خسروی، فریبرز، ۱۳۳۳ -
شناسه داده	: اصنافی، امیررضا، ۱۳۵۹ -
شماره کتابشناسی	: ۳۸۳۱۴۶



تهران: ۸۸۸۹۹۶۸۰ - ۰۲۱۴۰۶۰۲۱۴
تهران - خیابان ولی عصر (عج) - پلاک ۴۰ - نشر چاپار
تاملی بر کیفیت خدمت در محیط کتابخانه
علی دلائی میلان، دکتر فریبرز خسروی، دکتر امیررضا اصنافی
صفحه آرا و طراح جلد: رحیم کبیرصابر
ناظر فنی چاپ: مریم تفضلی
چاپ اول ۱۳۹۴
شمارگان: ۵۰۰ نسخه
شابک: ۱-۰۶۶-۲۷۶-۶۰۰-۹۷۸-978-600-276-066-1
حق هرگونه چاپ و انتشار محفوظ است.
قیمت: ۱۰.۰۰۰ تومان

فهرست مندرجات

۹	سخن نویسنده
۱۳	مقدمه
۲۰	سنجش و ارزیابی
۲۳	فصل اول: مفهوم و چیستی کیفیت خدمت
۲۵	کیفیت خدمت
۳۵	تعریف کیفیت خدمت
۳۷	ویژگی‌های «خدمات»
۴۱	فصل دوم: رویکردها و ابعاد کیفیت خدمت
۴۳	انواع رویکردهای مربوط به کیفیت
۴۴	رویکرد فلسفی
۴۴	رویکرد فنی
۴۵	رویکرد مبتنی بر استفاده‌کننده
۴۶	ابعاد کیفیت خدمت
۵۳	مدل شکاف‌های کیفیت خدمت
۵۵	نظریه احتمال عدم تأیید مورد انتظار
۵۶	انتقادات مفهوم شکاف در ارزیابی رضایت
۶۰	رضایت مشتری و کیفیت خدمت
۶۱	کیفیت خدمت در مقابل رضایت مشتری
۶۷	فصل سوم: مفهوم کیفیت خدمت در محیط کتابخانه‌ها

۶۹.....	«کیفیت» خدمات کتابخانه‌ای.....
۷۳.....	سیر تاریخی ارزیابی کیفیت کتابخانه.....
۷۳.....	از درونداد به برونداد.....
۷۵.....	کیفیت خدمت از نگاه استفاده‌کننده.....
۷۸.....	اپلگیت و مدل‌های سه‌گانه او.....
۸۱.....	منظور از رضایت استفاده‌کننده چیست؟.....
۸۳.....	مطالعه رضایت از منابع.....
۸۷.....	مطالعه و بررسی رضایت‌مندی هیجانی.....
۹۲.....	مطالعه رابطه بین رضایت‌مندی و عملکرد کتابخانه.....
۹۲.....	بطه یک به یک.....
۹۳.....	مدل رضایت از منابع.....
۹۳.....	مدل رضایت‌مندی هیجانی - مسیر خطی.....
۹۵.....	رابطه مسیر خطی چندگانه.....

فصل چهارم: ابزارهای سنجش کیفیت خدمت در پژوهش‌های

۹۷.....	علم اطلاعات و دانش‌شناسی.....
۹۹.....	کاربرد سروکوال در پژوهش‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی.....
۱۰۲.....	تکامل تدریجی سروکوال در محیط‌های کتابخانه‌ای.....
۱۰۳.....	مطالعه نیشکی (۱۹۹۶).....
۱۰۵.....	مطالعه کولمان، خیاو، بایر، و چولت (۱۹۹۷).....
۱۰۶.....	مطالعه اندلیب و سیموندز (۱۹۹۸).....
۱۰۷.....	مطالعه کوک و تامپسون (۲۰۰۰).....
۱۱۰.....	مطالعه کوک (۲۰۰۱) و لایب کوال.....
۱۱۴.....	انتقادات اصلی سروکوال.....

فصل پنجم: لایب کوال در محیط کتابخانه.....

۱۲۱.....	لایب کوال.....
۱۲۳.....	پیمایش لایب کوال.....
۱۲۵.....	توسعه لایب کوال.....

۱۲۸.....	تصمیم‌گیری بر اساس داده‌های لایب‌کوال.....
۱۲۹.....	تفسیر نتایج لایب‌کوال.....
۱۳۰.....	آستانه تحمل یا منطقه رواداری.....
۱۳۱.....	چهارچوب مفهومی.....
۱۳۲.....	پیمایش لایب‌کوال و ابعاد آن.....
۱۳۳.....	تاثیر خدمت.....
۱۳۷.....	کنترل اطلاعات.....
۱۴۱.....	کتابخانه به عنوان مکان.....
۱۴۸.....	کاربران و کتابخانه‌ها.....
۱۵۰.....	بعضی از ادبیات بررسی‌هایی که از لایب‌کوال می‌شود.....
۱۵۱.....	فهرست منابع و مآخذ.....

فهرست اشکال و جداول

- شکل شماره ۱: ده بعد اصلی سروکوال (۱۹۸۵) و ابعاد پنج گانه (۱۹۸۸)..... ۵۰
- شکل شماره ۲: مفهومی خدمات برداشت شده (پاراسورامان، زیتمال و بری، ۱۹۸۵)..... ۵۱
- شکل شماره ۳: مدل گسترش یافته کیفیت خدمت..... ۵۲
- شکل شماره ۴: نظریه احتمال عدم تایید حد انتظار..... ۵۶
- شکل شماره ۵: چارچوب مفهوم اصلی کیفیت خدمات کتابخانه‌ای..... ۷۳
- جدول شماره ۱: ابعاد لایب کوال و الالات اصلی آن..... ۱۲۴
- جدول شماره ۲: اصلاح و تجدید بنا ابعاد لایب کوال..... ۱۲۷
- شکل ۶: فاکتورهای ارزیابی کیفیت خدمت در لایب کوال تی. ام..... ۱۳۲

سخن نویسندگان

سازمان را باید راضی شود مراجعه‌کننده بدون اینکه پاسخی برای سوالش پیدا کرده باشد کتابخانه را ترک کند، همان‌گونه که مغازه‌دار دوست ندارد مشتری بدون خرید کالا از مغازه‌اش خارج شود»
ساموئل سویت گرین، ۱۸۷۶

کتابخانه‌ها به‌ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی، به‌طور سنتی، هم از نظر فیزیکی و هم از نظر نمادین قلب و مرکز علمی موسسه آموزش عالی محسوب شده‌اند (وینر^۱، ۲۰۰۵)؛ سال‌هاست در این مکان‌ها، مراجعه‌کنندگان وقت خود را صرف انجام پیش‌ریش‌های مورد نظر، مطالعه و یادگیری، تورق منابع به‌منظور تحریر یادداشت‌های خود و ارائه آنها در قالب مقاله سمینار یا نشریه پژوهشی می‌کردند (دماس^۲، ۲۰۰۵). همان‌گونه که ویز^۳ (۲۰۰۴) نیز اشاره کرده است، اندیشه وجود ساختمان فیزیکی کتابخانه به‌واسطه تاثیراتی که فناوری بوجود آورده بود همواره مورد تردید و پرسش واقع می‌شد؛ لذا کتابخانه‌ها و مدیران آن همواره تحت فشار بوده‌اند تا به‌واسطه اثبات تاثیر لزوم کمک و مشاوره به مراجعه‌کنندگان در یافتن موثر منابع مورد نیاز آنها، دسترسی به منابعی که شکل الکترونیکی آنها وجود نداشت؛ و ارتقای سطح

سواد اطلاعاتی کاربران و غیره؛ نیاز به وجود مکانی به‌عنوان کتابخانه را ثابت نمایند. از این‌رو مدیران کتابخانه برای اینکه به‌طور آگاهانه تصمیم گرفته و خدمات را توجیه و تنظیم نمایند، لازم بود خدماتی که ارائه می‌دهند به‌طور منظم ارزیابی کنند (باودن^۱، ۱۹۹۰، به نقل از نیکولسون^۲، ۲۰۰۴).

از لحاظ تاریخی، کیفیت کتابخانه بر حسب اندازه مجموعه آن سنجیده می‌شد. فراهم آوردن مجموعه‌ای کاملاً سفارشی از کتاب‌ها به‌منظور مرتب ساختن نیازهای کاربران، موجب بزرگتر شدن حجم و اندازه مجموعه‌ها شده، و به ارزیابی کیفیت کتابخانه بر حسب بزرگی و دامنه منابع آن انجامید. (کیریلیدو^۳، ۲۰۰۲) در چنین محیطی، کتابخانه‌ها به‌گرددوری بازار و تجزیه و تحلیل سنجش‌های درونداد تکیه کردند.

از طرف دیگر با ورود اینترنت، امروزه کتابخانه‌ها [در کنار اثبات ضرورت وجود کتابخانه‌ها] با بخشی از بازار اطلاعات نیز رقابت می‌کنند. دیگر به مراجعه‌کنندگان کتابخانه «مستقیم» گفته می‌شود. از آنجائی که به کتابخانه‌ها مثل «موسسه کسب‌وکار» نگاه می‌شود، از این‌رو لازم است کتابخانه‌ها نیز به همان روش و حاشی که بخش اطلاعات شرکت‌های خصوصی دنبال حفظ مشتریان و ارزیابی عملکرد خدمات و اثربخشی محصولات خود هستند، اقدام نمایند. (ساunders^۴، ۲۰۰۷). پژوهش‌هایی که برای سنجش میزان رضایت کاربران ترتیب داده می‌شود معمولاً به‌منظور بسط و بهبود بخشیدن به خدمات، و برآوردن هر چه بهتر انتظارات مراجعه‌کنندگان انجام می‌شود.

از طرفی گرایش به کیفیت خدمات از منظر مشتریان، محققان در حوزه‌های صنعتی و خدماتی، از ابزار سروکوال که بر اساس مدل تحلیل شکاف توسط یاراسورامان و همکارانش برای سنجش کیفیت خدمات سازمان‌ها تدوین شده بود استفاده می‌کردند. هر چند این ابزار از نظر اعتبار و پایایی به دقت مورد آزمون قرار گرفته بود هنوز در مورد قابلیت انطباق آن با زمینه‌های متفاوت سازمانی و خدماتی، تردیدهایی وجود داشت (حریری، افنانی، ۱۳۸۶). این مساله محققان کتابخانه‌ها را انگیزت تا برای استفاده از مدل تحلیل شکاف در سنجش خدمات کتابخانه‌ها ابزار مناسب‌تر و اختصاصی‌تری را تهیه نمایند. در نتیجه اقدامات و پژوهش‌های متعددی که در محیط‌های کتابخانه‌ای انجام گرفته نهایتاً ابزار «لایب کوال» به‌عنوان ابزار اختصاصی ارزیابی کیفیت خدمات کتابخانه‌ای، توسط انجمن کتابخانه‌های پژوهشی تدوین و معرفی کردند.

در حال حاضر، شناخت انتظارات کاربران کتابخانه‌ها، بررسی و تحلیل شکاف میان انتظارات و برداشت‌های آنها در خدمات دریافتی، با استفاده از ابزار لایب کوال، متداول‌ترین شیوه‌ای است که در سنجش کیفیت خدمات کتابخانه‌ها بکار می‌رود. گستردگی استفاده از آن به حدی است که علاوه بر ایالات متحده، اروپا، کانادا، استرالیا، انگلستان، به زبان‌های مختلف ترجمه شده و در کشورهای مختلف در سطح وسیعی استفاده می‌شود (www.libqual.org). در ایران نیز پژوهشگران و مدیران کتابخانه‌ها در سطح وسیعی از این ابزار به‌عنوان یک ابزار استاندارد استفاده می‌نمایند (حریری، افنانی، ۱۳۸۶).

از این رو در این کتاب، سعی شده است تا مفهوم کیفیت خدمت، با تأکید بر محیط کتابخانه مورد بحث و بررسی قرار گیرد و در این راستا، سیر تاریخی روند ابزارهای کیفیت سنجی در محیط کتابخانه، و در نهایت سروکوال و لایب کوال مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. امید است که توانسته باشد ذره‌ای هم که شده، بر مجموعه دانش علم اطلاعات و دانش‌شناسی در ایران بیافزاید.

علی دلایی میلان

زمستان ۱۳۹۴

مقدمه

«یک مشتری، مهمترین بازدیدکننده از شرکت ماست. او به ما وابسته نیست، بلکه ما به او وابسته هستیم. او باعث وقفه در کار ما نمی‌شود و هدف اصلی کار ماست. او یک غریبه در کسب و کار ما نیست و قسمتی از کسب و کار ماست. خدماتی که به او می‌دهیم یک لطف نیست بلکه او به ما اعتماد می‌کند که موقعیتی جهت ابتکار به ما می‌دهد.»^۱ هاتما گاندی برگرفته از بی. ۱۳۸۴)

بیش از صد سال است که خدمت مرجع با کتابدارانی که به سوالات کاربران کتابخانه پاسخ داده و آنها را در فرآیند پژوهش کمک و یاری می‌نمایند یکی از دارائی‌های مهم و کلیدی کتابخانه‌ها به‌ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی محسوب می‌شود. فرآیند خدمت مرجع بصورت انفرادی، با تماس تلفنی، از طریق ایمیل، به‌وسیله پیام‌ها، فوری^۱، یا از طریق پیوند «از کتابدار بپرس»^۲ صورت می‌گیرد. وینلاتج^۳ (۱۹۹۰) می‌گوید: «ادب و نزاکت، علاقه و کمک بخشی^۴ کتابدار در ارائه و فراهم‌آوری خدمت مرجع موفقیت‌آمیز حیاتی و تعیین‌کننده است. باید کتابخانه‌ها کارکنانی را که مایل به خدمت کردن به کاربران

هستند انتخاب، حفظ نموده و بکارگیرند.» (پوسی^۱، ۲۰۰۹). سیموندر و آندالیب (۱۹۹۸) عوامل مختلفی که بر روی رضایت استفاده‌کننده تاثیر داشتند را شناسایی نمودند از جمله این عوامل، پاسخگویی^۲، شایستگی، و تضمین، ملموسات^۳، و منابع است. هرنون و مک کلور به بررسی میزان درست بودن پاسخ‌های کتابداران به سوالات پرداختند. به نظر گرملز^۴ و لمان^۵ «کمک کتابدار در بخش مرجع فقط دادن پاسخ درست و صحیح و یا داشتن ارتباط موثر و مفید نیست بلکه فعالیت یادگیری و ارزش را نیز شامل می‌شود». با ظهور منابع الکترونیکی، بسیاری از دانش‌پژوران بیش از یافتن جواب‌های صرفاً صحیح، در مورد اینکه از چه منابع استفاده نمایند و نیز چگونه کار جستجو را شروع نمایند به کمک و مشاوره کتابداران نیاز داشتند. دورانس تاکید کرد که «... در مورد رضایت مشتری یک سنجش خوب تنها این نیست که فرد پاسخی صحیح دریافت کند بلکه به تمایل مجدد او در مراجعه به کتابخانه و استفاده از آن در زمان‌های دیگر نیز بستگی دارد» (نورلین^۶، ۲۰۰۰؛ رجوع کنید به پوسی، ۲۰۰۹).

این نشان می‌دهد که غالباً کاربران، در مرکز خدمات کتابخانه‌ای قرار داشته و آنها خدمات و عملکرد کتابخانه را نه تنها بر اساس یافتن آنچه که جستجو می‌کنند بلکه نسبت به رفتار، علاقه، هوش، فراست، دانش کارکنان نیز قضاوت و داوری می‌کنند. در حقیقت جاکوب و اریسین (۲۰۰۵) دریافتند که «... رفاقت کارکنان مرجع یکی از بهترین پیش‌بینی‌کننده‌هایی است که دانشجویان در یافتن اطلاعات مورد نیاز خود به کتابداران اعتماد می‌کنند (رجوع کنید به پوسی، ۲۰۰۹).

1. Posey
4. Gremmels

2. responsiveness
5. Lehmann

3. tangibles
6. Norlin

از سوی دیگر، کتابخانه‌ها برای اینکه بتوانند در محیطی که روز بروز رقابتی‌تر می‌شود به حیات خود ادامه دهند باید روی بهتر کردن کیفیت خدماتی که ارائه می‌دهند تمرکز نمایند. از این رو، خدمات کتابخانه‌ای بیشتر کاربر مدار شده‌اند. سنجش‌های اثربخشی کتابخانه از بعضی فاکتورهای کاربرگرا مثل نحوه ادراک کاربر از خدمت کتابخانه، نیاز کاربر و نیازهای کاربران، میزان رضایت کاربران از کتابخانه، بدست می‌آید (ماه، ۱، ۱۹۷۶؛ رجوع کنید به یو، ۲۰۰۶).

در گذشته تصمیم‌گیری مدیر کتابخانه بر اساس داده و نیز شم مدیریت و بصیرت بوده. داده همان داده‌های درون‌سازمانی از قبیل آمار بخش امانت، فعالیت مرجع، میزان بودجه و غیره بود. ولی شم مدیریت و بصیرت شامل آنچه که مدیران در مورد نیازهای ارباب رجوع می‌دانستند که حاصل گفتگوهای انجمنی و گاه به گاه، شایعات و حرف‌های روزمره بودند. گاهگاهی کتابخانه‌ها پیمایشی در مورد ارباب رجوع انجام داده‌اند، ولی این عمل استثنا بوده، به‌مررت قاعده و قانون نبود. کتابخانه‌های دانشگاهی، مهمتر از همه، که مارریت آموزشی تعریف شده مشخصی داشتند. آنها خیلی بهتر از دانش‌جویان (یا اعضای هیات علمی) نیازهای ارباب رجوع خود را می‌شناختند. در حقیقت، برنامه‌های درسی و پژوهشی موسسه‌های دانشکده و دانشکده نیازهای آنها را شکل می‌دهند (ساندرز، ۲، ۲۰۰۷).

تنوع، بزرگی و عظمت کتابخانه هم از لحاظ تامین منابع و مواد آموزشی مورد نیاز، تنوع و گستره مراجعه‌کنندگان آن، و به‌ویژه تنوع سرویس‌ها و خدمات کتابخانه، تنوع کاربران و میزان استفاده از

زیرساخت‌های متناسب با کاربران، به‌ویژه زیرساخت‌های تکنولوژیکی و ارتباطات از راه دور، موجب شده است با رویکردهای مختلفی به امر ارزیابی و سنجش کیفیت خدمت کتابخانه‌ای و میزان رضایت کاربران پرداخته شود.

امروزه به مراجعه‌کنندگان کتابخانه «مشری» گفته می‌شود. انجمنی که در این مفهوم، کتابخانه «موسسه کسب و کار» محسوب می‌شود، لذا کتابخانه‌ها نیز باید به همان روش و حالتی که بخش تجاری صنعت دنبال حفظ مشتریان هستند در حفظ آنها بکوشد. شرکت‌های توری صنعتی دنبال این هستند که نیازهای مشتریان خود را برآورده و ممتد سازند؛ بنابراین کتابخانه‌ها نیز می‌باید همانند آنها عمل کنند. (سارز، ۱۰۰). مطالعه «کاربر اطلاعات» و «رضایت کاربران اطلاعاتی» حداقل سابقه ای ۴۰ ساله دارد (شی^۱، ۲۰۰۳). در اواخر دهه ۱۹۹۰، نظریه‌های ساد و مدل لایب کوال در سطحی گسترده مورد استفاده و پذیرش کتابخانه‌ای تحقیقاتی قرار گرفت. از آن زمان به بعد، ارزیابی خدمت کتابخانه‌ای و موضوعات رضایت استفاده‌کننده در انواع متون موضوعی مورد بحث و بررسی قرار گرفت. بسیاری از محققان مشاهده کردند که در اکثر تحقیقات کاربرگرا رضایت استفاده‌کننده متغیر اصلی است. (کوتلر^۲ و آندرسن^۳، ۱۹۹۶). رجوع کنید به یو، (۲۰۰۶).

به واسطه تلاش‌های محققان کتابخانه‌ای برای تحلیل شکل‌گیری رضایت‌مندی، چندین سوال مربوط به رضایت استفاده‌کننده در محیط کتابخانه مطرح شد:

- کدام نوع رضایت (عاطفی، رضایت از منابع یا هر دو) به عنوان واکنش استفاده کننده محسوب می شود؟
- آیا رضایت استفاده کننده در طی یکبار تراکنش و استفاده از خدمت، چند بار استفاده و مواجهه با خدمت، یا تجربه استفاده طولانی مدت از خدمات کتابخانه حاصل شده است؟
- «آیا تمام این کاربران واقعا راضی هستند؟» (اپلگیت، ۱۹۹۱، ص ۵۲۷).

از آنجائی که کتابخانه ها در تلاش هستند تا بتوانند در این محیط اطلاعاتی که روز به روز رواج می شود پابرجا و زنده بمانند، پاسخ به این سوالات برای درک بهتر نقش و رفتار استفاده کننده حیاتی است. این شناخت صاف و پالیده کمک خواهد کرد تا کیفیت خدمات کتابخانه را بهتر نموده و به پابرجا بودن کتابخانه نیز کمک خواهد کرد. البته، هدف کتابخانه این است که کاربران هم به رضایت از منابع و هم به رضایت عاطفی برسند لذا کتابداران برای ارزیابی میزان رضایت کاربران و یا به عبارت بهتر مشتریان خود، از ابزارهایی استفاده نموده اند که مهمترین این ابزارها را می توان مدل های سه گانه اپلگیت، مدل سروکوال و مدل لایب کوال را نام برد.

وقتی ابزاری برای سنجش و آزمون ارائه می شود معمولاً در بدست آوردن چنین ابزاری سه عامل مد نظر قرار می گیرد: اولاً هدف از انجام یک آزمون و استفاده از ابزار چیست؛ ثانیاً، چه چیزی مورد آزمون قرار می گیرد؛ ثالثاً آزمون چگونه انجام می گیرد (اوبرین^۱، ۲۰۰۲).