

Book Review: "Library Transformation Strategies"

บทวิจารณ์หนังสือ: "Library Transformation Strategies"

Chokthamrong Chongchorhor

โชคธำรงค์ จงจจอหอ

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University, Thailand

Reviewer

e-mail: chokthamrong.g@swu.ac.th

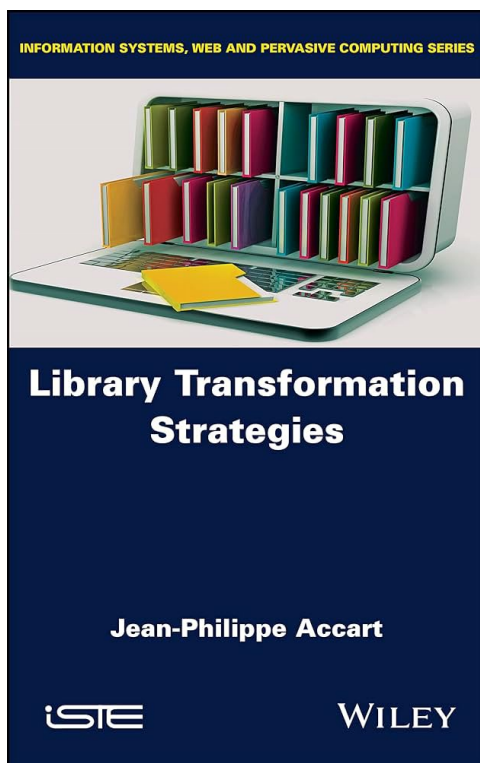
Received 16-01-2025

Revised 20-01-2025

Accepted 21-01-2025

How to Cite:

Chongchorhor, C. (2025). Book Review: "Library Transformation Strategies". *Journal of Arts and Thai Studies*, 47(1), E4439 (1-3).



Accart, J. P. (2022). *Library Transformation Strategies*. London: Wiley-ISTE. 192 pages.

ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา ห้องสมุดได้ปรับกระบวนการทัศน์และปรับใช้กลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่เป็นที่ยอมรับของสังคม โดยมีกลยุทธ์ที่แตกต่างหลากหลายซึ่งสะท้อนความปรารถนาในการเปลี่ยนผ่านควบคู่กับการรักษามาตรฐานวิชาชีพ หนังสือเล่มนี้ได้สังเคราะห์องค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการสร้างกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนผ่านสถาบันบริการสารสนเทศที่สมบูรณ์แบบ โดยผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน เรียงตามกลยุทธ์สำคัญที่นำมาปรับใช้ในห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศ ดังนี้

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การหยั่งรู้สภาพแวดล้อมและบริบทของสังคมที่มีผลต่อวัฒนธรรมของในห้องสมุด โดยผู้เขียนแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 บท ได้แก่ บทที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางสังคม บทที่ 2 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ บทที่ 3 วิวัฒนาการของพื้นที่ห้องสมุด และบทที่ 4 การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย ซึ่งเนื้อหาโดยย่อของแต่ละบทนั้น มีรายละเอียด ดังนี้

บทที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและห้องสมุด (Societal Changes and Libraries) เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงการปรับใช้นวัตกรรมของห้องสมุดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ภายใต้กรอบงบประมาณที่จำกัดและการตอบสนองของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว การนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับการให้บริการของห้องสมุดคือสิ่งจำเป็น โดยอาจเริ่มต้นจากการปรับกระบวนการทัศน์ การปฏิบัติงาน และร่วมกันสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งตอบสนองต่อเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกลายเป็นทักษะที่สำคัญในการให้บริการในห้องสมุดอย่างมีคุณภาพ

บทที่ 2 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เนื้อหาในบทนี้สะท้อนปรากฏการณ์ที่ห้องสมุดได้รับผลกระทบจากการเพิ่มราคาสมัครสมาชิกวารสารและฐานข้อมูล ซึ่งมีการกำหนดราคาโดยสำนักพิมพ์ระหว่างประเทศ ห้องสมุดหลายแห่งเลือกที่จะลดจำนวนการเช่าหรือซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) รวมไปถึงเลือกใช้บริการจากสำนักพิมพ์เป็นรายกรณีไป นอกจากนี้การบริหาร

ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษายังได้รับการปรับโครงสร้างใหม่เพื่อให้สะท้อนถึงเป้าหมายที่คล้ายคลึงกับการบริหารโครงการในภาคธุรกิจ แม้ว่าในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมจะเห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนก็ตาม แต่ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลทำให้สารสนเทศแพร่กระจายออกไปและทำซ้ำได้อย่างไร้ขีดจำกัด ซึ่งบริบททางเศรษฐกิจเช่นนี้ทำให้ห้องสมุดต้องปรับตัวเพื่อรักษาคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ

บทที่ 3 วิวัฒนาการของพื้นที่ห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้สะท้อนถึงปรากฏการณ์ที่ห้องสมุดกำลังเปลี่ยนไปในทิศทางทั้งทางเสมือนจริงและการได้รับการขนานนามจากผู้ให้บริการว่าพื้นที่ของห้องสมุดเป็น "บ้านหลังที่สาม" เพราะทำให้ผู้คนรู้สึกอยู่ตรงกลางระหว่างพื้นที่บ้านและพื้นที่ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ผู้นำชุมชนยังมีแนวคิดการเปลี่ยนห้องสมุดเดิม ๆ ให้กลายเป็นห้องสมุดอัจฉริยะ (Smart Libraries) เพื่อตอบสนองนโยบายเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) ที่เต็มไปด้วยสื่อดิจิทัลที่มีความสำคัญกับผู้ใช้โดยตอบสนองด้วยสารสนเทศที่ถูกต้องและตรงตามความต้องการส่วนลึกของประชาชน สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ห้องสมุดนำมาใช้ในการปรับปรุงให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคมได้อย่างยืดหยุ่น

บทที่ 4 การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงความคุ้มครองทางกฎหมายสำหรับข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งได้รับผลกระทบจากการพัฒนาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้กลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจซึ่งสหภาพยุโรปต้องควบคุมอย่างเข้มงวดเพื่อปกป้องประชาชนที่ลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกในห้องสมุด ดังนั้น ห้องสมุดจึงต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างรัดกุมและเหมาะสม

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การจัดการกับการเปลี่ยนผ่านของห้องสมุดโดยมุ่งเน้นที่การบริหารโครงการ ทั้งนี้ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 บท ได้แก่ บทที่ 5 ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ และบทที่ 6 ทฤษฎีการบริหารทางเลือกและภาวะผู้นำในบริบทของห้องสมุด ซึ่งเนื้อหาโดยย่อของแต่ละบทนั้น มีรายละเอียด ดังนี้

บทที่ 5 ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงทฤษฎีการบริหารห้องสมุดให้มีประสิทธิภาพด้วยการบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Approach) การบริหารเชิงการกุศล (Benevolence) และการบริหารด้วยแนวทางที่รู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy) ซึ่งช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและช่วยให้เข้าถึงจิตใจของพนักงานได้อย่างแท้จริง

บทที่ 6 ทฤษฎีการบริหารทางเลือกและภาวะผู้นำในบริบทของห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงในบทความนี้ระบุถึงความสำคัญของความใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและทีมงานในการสนับสนุนความสำเร็จ และความสำคัญของการสื่อสารที่ดี มีการนำเสนอนวัตกรรมที่ใช้งานร่วมกันในการบริหารห้องสมุด ได้แก่ การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มุมมองจากประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) และแนวคิดการปรับปรุงกระบวนการให้ทำงานที่ยืดหยุ่นหรือแนวคิดแบบ "อไจล์" (Agile Methods) นวัตกรรมเหล่านี้เป็นทางเลือกในการบริหารจัดการเพื่อเอาชนะอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากวิธีการบริหารห้องสมุดแบบเดิม ๆ

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การบูรณาการยุทธภัณฑ์ใหม่ ๆ ของห้องสมุดเพื่อเข้าถึงผู้ใช้บริการให้ได้ดีขึ้น ทั้งนี้ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 บท ได้แก่ บทที่ 7 การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของห้องสมุด และบทที่ 8 เทคโนโลยีสำหรับการเปลี่ยนผ่านห้องสมุด ซึ่งเนื้อหาโดยย่อของแต่ละบทนั้น มีรายละเอียด ดังนี้

บทที่ 7 การเปลี่ยนผ่านห้องสมุดสู่ดิจิทัล เนื้อหาในบทนี้อธิบายแนวคิดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการบริการสารสนเทศในห้องสมุด โดยเน้นไปที่แนวคิดของการบริการดิจิทัลหรือบริการออนไลน์ที่กำลังเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงแพลตฟอร์มการให้บริการสารสนเทศในห้องสมุด เช่น แพลตฟอร์มเชิงบริการ (Platform as a Service) ระบบอินทราเน็ตของห้องสมุด เว็บไซต์ของห้องสมุด (Library Portals) คลังสารสนเทศสถาบัน (Repositories) ห้องสมุดดิจิทัล (Digital Libraries) แพลตฟอร์มบริการของห้องสมุด (Library Service Platforms) ระบบกำกับติดตาม (Monitoring) แพลตฟอร์มข่าวกรองทางเศรษฐกิจ (Economic Intelligence and Curation Platforms) แพลตฟอร์มสื่อสังคม (Social Platforms) และแพลตฟอร์มการเข้าถึงแบบเปิด (Open Access Platforms) โดยเน้นการเข้าถึงข้อมูลและเอกสารจดหมายเหตุให้มากขึ้น

บทที่ 8 เทคโนโลยีสำหรับการเปลี่ยนผ่านห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) นำมาใช้ประโยชน์ในบริบทของการตรวจสอบการทำธุรกรรมดิจิทัลและการจัดการข้อมูลแบบเปิด (Open Data) เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของความจริงเสมือน (Virtual Reality) ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด สำหรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และหุ่นยนต์ (Robotics) ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการตอบคำถามสำหรับประเด็นที่ถูกถามซ้ำอยู่เป็นประจำ

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับห้องสมุด (Library Marketing) ทั้งนี้ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 บท ได้แก่ บทที่ 9 มิติทางการตลาดในห้องสมุด บทที่ 10 การนั่งอยู่ในดวงหัวใจของผู้ใช้บริการห้องสมุด บทที่ 11 อัตลักษณ์ดิจิทัลของห้องสมุด และบทที่ 12 การนำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์มาปรับใช้กับห้องสมุด ซึ่งเนื้อหาโดยย่อของแต่ละบท มีรายละเอียด ดังนี้

บทที่ 9 มิติทางการตลาดในห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้อธิบายแนวคิดการตลาดทางดิจิทัลซึ่งกำลังกลายเป็นมิติที่สำคัญในการสร้างความคุ้นเคยกับการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การตลาดดิจิทัลยังช่วยเติมเต็มความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยการนำข้อมูลดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการจัดการการเปลี่ยนแปลงของห้องสมุดอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 10 การนั่งอยู่ในหัวใจของผู้ใช้บริการห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงแนวคิดในการคำนึงถึงผู้ใช้เป็นสำคัญ ซึ่งอาศัยบุคลากรทุกคนในห้องสมุดเป็นผู้สร้างความเปลี่ยนแปลงผ่านกระบวนการที่เห็นว่า "ผู้ใช้บริการคือหัวใจของห้องสมุด"

บทที่ 11 อัตลักษณ์ดิจิทัลของห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงมุมมองต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวตนดิจิทัล หากมองในระดับปัจเจกบุคคลตัวตนก็คือลักษณะของสิ่งใด ๆ ที่คล้ายคลึงกับตนเอง และตัวตนนี้อาจเปลี่ยนไปหากต้องเปิดเผยตัวตนบางด้านในพื้นที่สาธารณะ บุคลิกภาพที่สัมผัสได้บนโลกอินเทอร์เน็ต รวมถึงร่องรอยดิจิทัลที่ตรวจพบได้โดยเครื่องมือค้นหาสารสนเทศต่าง ๆ แง่มุมเหล่านี้นำมาสู่การปรับแต่งตัวตนดิจิทัลของห้องสมุดให้เป็นที่ยอมรับได้เช่นเดียวกัน

บทที่ 12 การสร้างแบรนด์ห้องสมุด เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงการสร้างแบรนด์ซึ่งอาศัยเสาหลัก 5 ประการ ได้แก่ มีชีวิตชีวา (living) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (multicultural) ความหลากหลายของทุกชั่ววัย (multigenerational) จริยธรรม (ethical) และความเชื่อมโยงกับสังคม (societal) แม้ว่าห้องสมุดจะไม่ใช่ภาคธุรกิจ แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ซึ่งวัดได้ในแง่ของบริการทางออนไลน์ ความสะดวกในการค้นหาทรัพยากรสารสนเทศ วิธีการจัดเรียงข้อมูลบนเว็บไซต์ และช่องทางติดต่อกับห้องสมุดเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป หนังสือ "Library Transformation Strategies" โดย Jean-Philippe Accart (2022) เป็นผลงานที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของห้องสมุดในยุคดิจิทัล ด้วยการนำเสนอกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และการตลาด ผู้เขียนได้ถ่ายทอดประสบการณ์จากห้องสมุดในยุโรปที่ประสบความสำเร็จในการปรับตัว พร้อมทั้งนำเสนอแนวคิดที่ทันสมัยในการพัฒนาบริการ หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้บริหารห้องสมุด บรรณารักษ์ นักสารสนเทศ และผู้สนใจในการพัฒนาห้องสมุดอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยที่กำลังเผชิญกับความท้าทายในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและช่องว่างทางดิจิทัล หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ผู้อ่านได้เห็นแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาห้องสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของชุมชน และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง หนังสือเล่มนี้จึงเป็นคู่มือที่มีคุณค่าสำหรับการวางแผนพัฒนาห้องสมุดให้เป็น "พื้นที่แห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต" และ "บ้านหลังที่สาม" ที่เชื่อมโยงชุมชนเข้าด้วยกันในยุคดิจิทัลได้อย่างปลอดภัยและยั่งยืน

