



ارتقاء کتابخانه های عمومی: تجربه سنگاپور

نوشته: نگیان لیک چون^۱

ترجمه: نشانه پاکدامن^۲

چکیده: این مقاله توجه خود را به عوامل و مواردی که برای بازاریابی موفقیت آمیز و ارتقاء کتابخانه های عمومی لازم هستند، متمرکز ساخته است. مقاله از تلاش هایی بحث می کند که برای بالا بردن سطح خدمات در کتابخانه های عمومی سنگاپور، قبل از انجام عملیات و اقدام هایی که بتواند خوانندگان را جلب کند، انجام گرفته بود. مقاله همچنین از ۸۷٪ افزایش وام ها بین سال های مالی ۹۴ و ۹۶ بحث می کند که در نتیجه ارائه خدمات بهتر انجام گرفته بود.

مقدمه

آماده کردن این مقاله بودم، کتاب "لی کوان یو" با عنوان "بشر و افکارش" را می خواندم. اینها سخنان آقای "لی کوان یو"^۴ بود که در نطق خود در ۱۹۷۲ بیان کرده بود. زمانی که من مشغول آماده کردن این مقاله بودم، کتاب "لی کوان یو" با عنوان "بشر و افکارش" را می خواندم. مطلبی که می خواندم، خیلی به موضوع این مقاله مربوط بود. در خدمات کتابخانه های عمومی (PLS)^۵، در بخش هیأت کتابخانه ملی (NLB)^۶ سنگاپور، ما کاملاً معتقد به این واقعیت هستیم که بازاریابی و پیشبرد کار فقط موقعی می تواند با موفقیت همراه باشد که محصول و خدماتی را که می فروشیم، ارزش خریدن داشته باشند. موقعی که مراجعین علاقه مند به

"من اطلاعات زیادی از راز تبلیغات و فروش کالا ندارم، اما معتقدم که هیچ شعبده باز و تردستی نمی تواند کالای بیج را به فروش رساند. با مشهور ساختن ماهرانه می توان توجه مردم را به طرف یک نوع کالا معطوف داشت، اما اگر آگهی و تبلیغ با واقعیت ها مغایرت داشته باشد، در آن صورت ارزش آگهی و تبلیغ به زودی از بین خواهد رفت." اینها سخنان آقای "لی کوان یو"^۳ بود که در نطق خود در ۱۹۷۲ بیان کرده بود. زمانی که من مشغول آماده کردن این مقاله بودم، کتاب "لی کوان یو" با

1. Ngian Iek Chon

مدیر خدمات کتابخانه عمومی و عضو هیأت کتابخانه ملی سنگاپور

۲. دانشجوی دوره دکتری علوم کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

3. Lee Kuan Yew

4. Lee Kuan Yew

5. PLS: Public Library Services

6. NLB: National Library Board



بازدید از کتابخانه ما می‌شوند، باید آنچه را که به آنها وعده داده‌ایم، دریافت دارند. اینها روش‌های اساسی است که ما در بازاریابی و ارائه خدمات، مورد استفاده قرار می‌دهیم.

پیش نیازها

پیش نیازهایی که برای بازاریابی موفقیت‌آمیز و پیشبرد خدمات مورد نیازند کدام‌ها هستند؟ به عقیده ما، این عوامل فقط راهبردهای پیشبرد کار و بازاریابی موفقیت‌آمیز نیستند. ما عوامل زیر را به عنوان پیش نیاز در نظر می‌گیریم:

- محصول خوب - این شامل مجموعه کتابها، خدمات، طرح و ترتیب کتابخانه است.
- کارمندان مجرب و آزموده که نه تنها معلومات بالا دارند، بلکه با برخورد دوستانه برای مراجعین مفید هستند.
- محل و موقعیت خوب که به علت اهمیت باید بارها تأکید و تکرار شود.
- استاندارد بالا در خدمات و سیستم بازرسی برای تضمین اینکه استاندارد موجود حفظ خواهد شد.
- مکانیزم بازخورد^۱ مناسب برای برطرف کردن نیازهای مراجعین.

محصول خوب

چرا ما به نوع محصول این همه اهمیت می‌دهیم؟ اعتقاد ما بر این است که مراجعین به کتابخانه فقط برای برخورداری از تهویه مطبوع

به کتابخانه نمی‌آیند، بلکه نظر عمده آنها استفاده از محصول و خدمات است. اغلب مراجعین با در نظر گرفتن نظریات و اقدام‌های ما به کتابخانه می‌آیند تا در بین کتابها گردشی کرده و از بین آنها کتابی را امانت بگیرند. اغلب آنها افرادی پرمشغله هستند که می‌خواهند هر چه زودتر کتاب و اطلاعات مورد نیاز خود را دریافت دارند.

به نظر ما محصول و خدمات خوب عبارتند از:

- مجموعه کتاب‌های عالی، روزآمد، در انواع مختلف، کتاب‌های تازه و از رسانه‌های مختلف؛
- خدمات اطلاعاتی خوب؛
- خدمات مشاورتی خوب؛
- برنامه‌های جالب و مربوط؛
- صندلی‌های راحت، میز و صندلی به تعداد کافی در ساعات شلوغ و پرازدحام؛
- نور و روشنایی خوب و محیط و موقعیت مناسب.

کارمندان مجرب و آزموده

- این نوع کارمندان دارای مشخصات زیر هستند:
- اطلاعات کامل درباره مجموعه کتابها، خدمات و تسهیلات دارند.
- خدمات را با گشاده‌رویی ارائه می‌دهند.
- در کمک به مراجعین و رفع نیازهای آنها کمال صمیمیت را نشان می‌دهند.
- در به کار بردن و استفاده از تجهیزات کتابخانه اطلاعات کامل دارند و می‌توانند از

1. Feedback



رایانه ها، دستگاههای فتوکپی و دستگاههای

سی. دی. رام استفاده کنند.

- نهایت تلاش خود را برای کمک به مراجعین به عمل می آورند.

تمیز و مرتب با کتاب هایی که به ترتیب

درست چیده شده اند.

- عرضه سریع خدمات ، نباید مراجعین در صف بایستند.
- حفظ استاندارد بالا در تمام سطوح خدمات.

موقعیت و محل خوب

- کتابخانه باید مرکزیت داشته باشد و در عرض پنج دقیقه به آنجا دسترسی پیدا کرد و همچنین با استفاده از وسائط عمومی یا پیاده بتوان به آنجا رفت؛
- دسترسی به ایستگاههای اتوبوس و تراموا؛
- نزدیک و همجوار با سایر آژانس هایی که وسائط نقلیه مهم به آنجا در رفت و آمد هستند، مانند مراکز خرید و فروش تا مراجعین بتوانند ضمن مراجعه به کتابخانه، فعالیت های روزانه دیگر خود را نیز انجام دهند؛
- کتابخانه باید در طبقه همکف باشد و در صورتی که در طبقات بالای ساختمان قرار داشته باشد، بتوان با استفاده از پله برقی به آنجا رفت؛
- دسترسی به غذاخوری ها و سایر جاهای سرگرمی عمومی مانند: سینما.

مکانیزم بازخورد خوب

- روش ساده برای فراهم کردن بازخورد باعث دسترسی به بازخورد شخصی، آسان، الکترونیکی و تلفنی می شود.
- پیروی و ارائه دقیق بازخورد پس از دریافت آن.

آیا آماده ترقی و پیشرفت هستیم؟

احتمالاً برای پیشبرد خدمات کتابخانه بهترین وقت وجود ندارد و ما ضمن اینکه بطور مداوم به اصلاح و بهترکردن خدمات خود اقدام می کنیم به توسعه و ترویج آنها نیز توجه داریم. با بهترشدن خدمات، مراجعین به کتابخانه شروع به تبلیغ خدمات کتابخانه به دوستان خود خواهند کرد. اگر خدمات خوب و مفید باشند، مراجعین به کتابخانه بهترین مأموران رابط کتابخانه با مردم خواهند بود. اما اگر این خدمات مورد پسند مراجعین نباشد، آنها نیز همراه با خود کتابخانه وضع و موقعیت را در همه جا توضیح خواهند داد و افراد زیادی از موقعیت و خدمات نامناسب کتابخانه با خبر خواهند شد. لذا، لازم است که ما سطح خدمات را همیشه برای مراجعین در حد بالا نگه داریم.

استاندارد بالا در خدمات

- دسترسی آسان به کتاب های مورد احتیاج، علامت گذاری روشن و مرتب ساختن کتابها براساس موضوع آنها آن گونه که در کتابفروشی ها معمول است. قفسه های



چه عواملی به سود ما بودند؟

- هیأت کتابخانه ملی (NLB) در سومین سال تشکیل قانونی خود می‌باشد. این هیأت در فراهم آوردن مبالغ مورد نیاز جهت تکمیل مجموعه کتابها و بهتر کردن خدمات موفقیت‌هایی داشته است. این هیأت همچنین بودجه‌هایی را برای بازاریابی و انجام برنامه‌هایی جهت پیشبرد کار، اختصاص داده است. با بودجه‌های مالی بهتر، خدمات بهتری را می‌توان عرضه کرد. کارمندان متوجه شدند که با خدمات بهتر افزایش استفاده از کتابخانه‌های عمومی کاری سهل و آسان است. بین سال مالی ۹۴ و سال مالی ۹۶، وام‌های سالانه از ۱۰/۱ میلیون به ۱۸/۹ میلیون افزایش یافت که در عرض دو سال، افزایش ۸۷٪ را نشان می‌دهد و انتظار می‌رود که این افزایش در سال مالی جاری به ۲۲ میلیون برسد. افزایش استفاده از کتابخانه عمومی را می‌توان به عوامل زیر مربوط دانست:
- سه کتابخانه جدید مردمی و ۱۸ کتابخانه مردمی برای کودکان در مدت دو سال افتتاح شده‌اند؛
- مصاد کتابخانه‌ای جدیدتر در نتیجه بودجه‌های مربوطه خریداری شده است؛
- کارمندان تربیت شده و تحصیل کرده بهتر برای کمک به مراجعین به کتابخانه استخدام شده‌اند؛
- کتابخانه‌هایی با ساختمان‌های بهتر و جذاب‌تر ساخته شده و وسایل راحت‌تر خریداری شده‌اند؛
- معرفی و تبلیغ بهتر؛

- خدمات بهتر و مناسب‌تر، شامل خدمات عرضه کتاب در تمام مدت ۲۴ ساعت؛
- صف‌های کوتاه‌تر از طریق امانت گرفتن و برگشت دادن به صورت سلف سرویس؛
- خدمات الکترونیکی بیشتر شامل: خدمات اینترنت و سی. دی. رام؛
- خدمات جدید، از جمله مرکز آموزشی تمپینس^۱ و خدمات امانت دادن؛
- ویدئو در کتابخانه مردمی کوئینزتاون^۲.

پیشرفت و خدمات جدید

- برای مطمئن شدن در اینکه رشد و پیشرفت در کتابخانه انجام گرفته است، بخش خدمات کتابخانه عمومی (PLS) قدم‌های بلندی را برای مداومت دادن و بهتر کردن خدمات خود برداشت. موارد زیر عبارت از پیشرفت‌ها و خدمات جدیدی هستند که در دو سال گذشته تکمیل و انجام گرفته‌اند:
- فراهم آوردن کارمندان نیمه‌وقت برای کوتاه کردن صف‌های مراجعین در آخر هفته؛
- فراهم آوردن کارمندان نیمه‌وقت بیشتر جهت مرتب کردن کتابها در قفسه‌های کتابخانه و تمیز نگهداشتن آنها؛
- آغاز خدمات اینترنت و سی. دی. رام در تمام کتابخانه‌ها؛
- آغاز خدمات ارائه کتاب در تمام مدت ۲۴ ساعت؛
- در تمام کتابخانه‌ها آغاز خدمات استفاده از دستگاههایی که با انداختن سکه کتاب را در اختیار خوانندگان قرار می‌دهند؛

1. Tampines
2. QueensTown



تریت و آموزش کارمندان

برنامه‌های آموزشی جهت همه کارمندان در سطوح مختلف سازمان داده شد تا کارمندان را قادر به ارائه خدمات بهتر کرده و آنها را مطمئن سازند که می‌توانند خدمات را به نحوی که مورد انتظار و توقع مراجعین است، عرضه کنند. مرکز آموزش خدمات کتابخانه عمومی (PLS) در نوامبر ۱۹۹۶ شروع به کار کرد و از آن تاریخ به بعد، چند دوره آموزشی برای کارمندان ترتیب داده‌اند. این دوره‌ها شامل آموزش در:

- خدمات مراجعین به کتابخانه؛
- مهارت‌ها و فنون تلفنی؛
- خدمات اطلاعاتی و تحقیقی؛
- امانت گرفتن سلف‌سرویس و ماشین‌ها و دستگاه‌های برگشت دادن کتاب؛
- و مهارت‌های ارتباطاتی.

روش سه شاخه‌ای

با در نظر گرفتن مطالب مذکور در بالا، طرح‌هایی برای فعال کردن هر چه بیشتر کتابخانه‌ها در نظر گرفته شده است. یک روش سه شاخه‌ای مدنظر قرار گرفت. در ستاد NLB (هیأت کتابخانه ملی) یک بخش ارتباطاتی متحد و بهم پیوسته تشکیل یافت تا بازاریابی و تبلیغ را برعهده بگیرد. گروهی به نام گروه اطلاعاتی بازاریاب جهت پیشبرد و تبلیغ خدمات فراهم شده، تشکیل یافت. روش فعالیت‌های سه شاخه‌ای، تلاش مستقیمی است که از طرف کتابخانه‌های عمومی مختلف در سراسر سال برای پیشبرد خدمات انجام گرفته است.

- آغاز خدمات "مأمور خدمت به مراجعین

(CSO)^۱ جهت فراهم کردن خدمات

برای مراجعین به کتابخانه؛

- تکمیل خدمات سلف‌سرویس امانت گرفتن

و برگشت دادن کتابها در تمام کتابخانه‌ها قبل از ۱۹۹۸؛

- آغاز خدمات امانت دادن فیلم‌های ویدئویی

اسنادی در یک کتابخانه برای آزمایش مقبولیت این نوع خدمات؛

- آغاز و راه‌اندازی یک مرکز آموزشی جهت

آزمایش خدمات چندرسانه‌ای در یک کتابخانه.

خدماتی که به زودی عرضه خواهند شد، عبارتند از:

- پایانه‌های اختصاصی برای مراجعین به کتابخانه جهت بررسی مطالب عاریه گرفته شده و جریمه‌های دیرکرد؛

- کیوسک‌های سلف‌سرویس پرداخت پول برای مراجعین که بتوانند بدون اینکه منتظر شخصی باشند که پول را از آنها بگیرد، بدهی خود را پرداخت کنند؛

- خدمات امانت دادن سی. دی. رام؛

- یک پایگاه داده^۲ شامل سؤال‌هایی که مکرر پرسیده می‌شوند، برای استفاده کارمندان و برای مراجعین که خود از آنها استفاده کنند؛

- مرکز تلفن، جایی که همه درخواست‌های تلفنی از طریق یک شماره تلفنی کانالیزه می‌شوند.

1. CSO : Customer Service Officer
2. Database



راهبردهای بهم پیوسته ارتباطاتی NLB

بخش ارتباطات متحد NLB، ابتکارها و برنامه های NLB را تبلیغ و انتشار می دهد. از زمان تشکیل این هیأت در سپتامبر ۱۹۹۵، بخش ارتباطات متحد به فعالیت های زیر دست زده است:

- افتتاح کتابخانه Jurong West Community در مارس ۱۹۹۶؛
 - اعلام بودجه یک بلیون دلاری ویژه NLB برای هشت سال در ژوئن ۱۹۹۶؛
 - راه اندازی طرح NLB در ژوئن ۱۹۹۶؛
 - افتتاح کتابخانه عمومی Choa-chu-kung در فوریه ۱۹۹۷؛
 - افتتاح کتابخانه عمومی Cheng-San در مارس ۱۹۹۷؛
 - راه اندازی مرکز آموزش تمپنس در ماه مه ۱۹۹۷؛
 - راه اندازی خدمات اطلاعاتی Tlara در ژوئن ۱۹۹۷؛
 - افتتاح هشت کتابخانه جدید انجمن کودکان در سال مالی ۹۶ و پانزده کتابخانه دیگر در سال مالی ۱۹۹۷.
- هر یک از این اقدام ها علاقه رسانه های گروهی را به خود جلب کرد و آنها به نوبه خود در مردم ایجاد علاقه کردند تا برای مشاهده این فعالیت ها به محل آمده و اقدام ها و خدمات NLB را ببینند. هر کتابخانه جدید، هر خدمت جدید فرصتی برای NLB است تا به مردم نشان دهد که کتابخانه ها برای عرضه خدمات به ایشان ایجاد شده اند. در سال ۱۹۹۶، بخش ارتباطات متحد NLB با استفاده از اینترنت شروع به انجام اقدام هایی جهت سروسامان دادن به خدمات کتابخانه ای در نقاط دوردست کرد. خدمات NLB در

نقاط دوردست موسوم به NL-Line مورد استفاده هزار نفر در هر روز است تا به کاتالوگ درون خطی دسترسی داشته باشند، اقدام به تجدید و تازه سازی و ذخیره و نگهداری مطالب کنند و پرس و جو و درخواست یادداشت های الکترونیکی برای کتاب ها در موعد مقرر کنند. NL-Line کانال مهم دیگری برای مراجعین پر مشغله است تا از خدمات کتابخانه بدون مراجعه فیزیکی به کتابخانه، استفاده کنند. آنها حتی می توانند با پرداخت عوارض مختصر، کتاب های مورد دلخواه و درخواست خود را سفارش دهند تا به دفتر یا خانه تحویل داده شوند.

NL-Line^۱ یک وسیله تبلیغاتی مؤثر بیست و چهار ساعته برای NLB است. این قسمت برای بعضی از مشتریان کتابخانه جنبه مسلم و بی چون و چرا پیدا کرده است.

تلاش های ارتباط و خبررسانی برای بازاریابی از طرف PLS (خدمات کتابخانه عمومی)

گروه ارتباط و بازاریابی PLS تلاش خود را به تبلیغ و انتشار فعالیت های PLS جهت برطرف ساختن نیازهای مراجعین متمرکز ساخته است. این گروه درباره چهار هزار برنامه که همه ساله توسط کتابخانه های مختلف برای سوق دادن مردم به کتابخانه ها سازماندهی می شود، تبلیغ می کند. این برنامه ها از طریق بروشورهای دوماهانه که گروه برای توزیع در مدارس چاپ می کند، تبلیغ و منتشر می شود و به مراکز مهم و کتابخانه ها نیز ارسال

۱. آدرس NL-Line عبارت است:

2. <http://www.Lib.gor.sg>



می‌شوند. گروه خبررسانی و بازاریابی (MCG)^۱ برای انجام برنامه‌های بیشتر برای مردم به تسلیم و واگذاری بعضی از این برنامه‌ها به گروه‌های خارجی که قادر به سازماندهی این برنامه‌ها و انجام آنها هستند، اقدام کرده است تا آن برنامه‌ها را در اختیار کتابخانه‌ها قرار دهند. این برنامه‌ها شامل: بخش داستانگویی اضافی، برنامه‌های روزهای تعطیلی، صحبت و کارگاه‌هاست.

این گروه اقدام به انتشار نشریاتی کرده است تا کتابخانه‌ها و خدمات فراهم شده از طرف کتابخانه‌ها را به اطلاع مردم رساند و آنها را برای استفاده از خدمات جدید آموزش دهد. این گروه همچنین برنامه‌هایی در سطوح وسیع را سازماندهی می‌کند تا موفقیت‌های خود را به اقصی نقاط برساند. نمونه‌ای از این فعالیت‌ها عبارت از طرح دو برنامه مهم جهت شرکت در نمایشگاه کتابخانه NLB است که سال آینده برگزار خواهد شد.

یکی از این برنامه‌ها، مسابقه بین خوانندگان است که با همکاری مطبوعات سازماندهی می‌شود و دیگری عبارت از برنامه مطالعه برای کودکان است. برنامه اخیر یکی از برنامه‌های جالب توجه کتابخانه‌ها بوده است. معمولاً در برنامه‌هایی که در سطح سیستم اجرا می‌شود، گروه ارتباط و بازاریابی با گروه‌های خارجی که خواستار انجام فعالیت‌هایی با NLB هستند، کار می‌کند. چون کتابخانه‌ها در هر روز به تعداد زیادی از مردم خدمات ارائه می‌دهند در یک روز معمولی، حدود چهل هزار نفر از سیستم ما در سیزده کتابخانه بازدید می‌کنند.

تلاش‌های ترفیعی که از طرف کتابخانه‌های عمومی به عمل می‌آید

سیستم کتابخانه‌های سیزده‌گانه عمومی در NLB چهارهزار برنامه را برای همه گروه‌های سنی در هر سال سازماندهی می‌کند. این برنامه‌ها از جلسات داستانگویی برای کودکان پیش‌دستانی و ابتدایی گرفته تا صحبت برای نوجوانان و کارگاه برای بزرگسالان را شامل می‌شود. مراجعات زیادی نیز از طرف مراکز نگهداری کودکان، کودکان‌ها و مدارس به کتابخانه‌ها انجام می‌گیرد. کنفرانسی درباره مطالعه در هر سال تشکیل می‌شود تا والدین را تشویق به مطالعه با کودکان خود بکنند. این برنامه خیلی عمومیت یافته و مردم پسند بوده است. عنوان‌ها برای صحبت و کارگاه‌ها با در نظر گرفتن علایق مردم اختلاف پیدا می‌کند.

نتیجه‌گیری

روش‌های اتخاذ شده از طرف بخش PLS در تبلیغ و ترفیع خیلی ساده می‌باشند. این بخش از کتابخانه، توجه خود را به تولید و عرضه خدمات قبل از تبلیغ و آگهی آنها، متمرکز می‌سازد. ما معتقد هستیم که یک راهبرد ترفیعی موقعی می‌تواند مؤثر واقع شود که محصول عرضه شده با خواسته‌ها و توقعات استفاده‌کننده مطابقت داشته باشد. موقعی که محصول و خدمات مناسب عرضه می‌شوند، تلاش کمی برای جلب خوانندگان به سوی کتابخانه‌ها لازم است بخش PLS به توجه و تلاش خود جهت بالا بردن سطح خدمات ادامه خواهد داد تا مراجعه مردم به کتابخانه را امری لذت‌بخش و با ارزش سازد، چون فقط با این

1. MCG : Marketing Communications Group



روش می‌توان تبلیغ و بازاریابی و تلاش‌های ترفیعی
را با موفقیت همراه کرده و قابل دوام ساخت.

منابع

1. Lek Chon, Ngian. "Promoting the Public Library : The Singapore Experience". Regional Conference On Public Libraries: Planning For Future Needs. Malaysia : Perpustakaan Negara Malaysia International Federation Of Library Associations And Institutions Council Of Malaysian Public Library Directors Persatuan Perpustakaan Malaysia, 1997.

ارتقاء کتابخانه‌های عمومی : تجربه سنگاپور

