

市场经济条件下的图书馆现状调查与管理对策

文/冯彩金

随着我国近年来经济的飞速发展, 人民收入水平不断提高, 中高收入居民增多。加上国内对很多图书大多打折销售、网络的飞速发展, 使得很多人选择自己购书或者在网上查询资料, 去图书馆翻阅资料的人数越来越少。我们高校图书馆馆藏文献资源非常丰富, 如何利用市场机制促进高校图书馆建设和面向社会开放, 服务于市场经济, 便成了目前一个热门的话题。

一、高校图书馆市场化的基本条件

向社会开放, 为经济建设服务, 是高校图书馆改革的必然趋势。首先, 高校图书馆作为文献信息的一个汇集中心, 拥有浩瀚的文献资源。据不完全统计, 全国1000余所高校拥有藏书6亿多册, 超过所有公共图书馆的藏书量, 这就为高校图书馆信息服务的开展提供了直接的信息源; 其次, 具有先进的信息技术装备和专业文献资料加工处理能力。特别是高校图书馆自动化网络系统和文献信息保障系统的建立, 更加提高了高校图书馆为社会服务的能力。另外, 还有训练有素的文献信息服务人员和一大批既有专深的情报知识, 又懂计算机技术、管理科学的专家、教授作为信息服务的后盾, 他们既是教学骨干又是科研能手, 承担着各级各类科研项目, 有着丰富的科研、生产经验和众多的科研成果, 这些优势是其他单位和部门无法比拟的。可以说高校图书馆是一个学科齐全的多功能的信息处理中心。

二、目前图书馆发展主要存在的问题

根据调查结果, 图书馆不同程度地存在着以下三个方面的问题:

1、设备与服务管理手段落后

随着现代信息技术的运用及其迅速发展, 各种记录文献的新型光盘、磁盘等电子出版物大量涌现, 信息高速公路、微机互联网开始广泛运用。近10年就图书馆来说, 发展很不平衡。目前, 一部分中小型图书馆的资料储存方式、管理方法、服务手段等仍然停留在手工操作阶段。与图书馆现代化必备的电子化、自动化、计算机化的要求相差甚远。设备、服务、管理手段的落后, 使一些图书馆工作滞后于发展迅猛的现代科技, 因此, 越来越影响了图书信息资源的开发和利用。

2、经费投入不足, 文献资料陈旧

经费投入严重不足, 是目前图书馆存在的普遍问题, 经费严重不足必然造成了新书入藏量锐减, 不少书刊断档, 馆藏资源老化现象日趋严重。忽视对图书文献资料和现代化服务设施的购置, 使图书馆工作不能适应社会信息发展的需要, 也满足不了读者的要求, 严重制约了图书馆对信息的开发与利用。

3、馆员素质普遍不高, 服务态度消极

图书馆工作本来是一项对工作人员素质要求很高的行业, 但由于种种原因, 图书馆工作人员整体素质偏低问题不但长期存在, 而且没有根本的改变。图书馆虽然有一部分工作人员通过各种形式的学习取得了较高学历, 但是其中进修图书馆专业的人员并不多。因此, 真正懂得图书专业知识的人员寥寥无几。另一方面, 由于图书馆与其他部门相比, 在整个学校建构体系中, 名义上地位很高, 属于高校办学三大支柱之一, 但实际上在人们的眼中地位并不高, 普遍认为图书馆是“养老院”, 是安放学院闲置人员的场所, 有时也把不能胜任教学工作的教师“处理”到图书馆, 这些人员都没有经过图书馆工作的专业训练, 有些文化水平又不高, 大多数又不安心工作, 既没有图书馆工作经验, 又不懂图书馆业务, 只能搞图书的借借还还, 从而使得图书馆工作人员的总体素质偏低。同时, 各院校对图书馆在职人员的配备与培养缺乏计划性, 图书馆工作人员与外界信息沟通甚少, 几乎得不到交流进修的机会。由此, 造成工作人员积极性不高, 对现有资源不去开发与利用……所有这些都严重制约着图书馆的发展, 更谈不上适应飞速发展的信息时代的需要。

三、图书馆市场化的管理及对策

针对目前全球经济一体化的潮流, 笔者认为图书馆应该引进市场营销观念。所谓的市场营销观念是一种全新的经营哲学, 是一种以顾客需要和欲望为导向的经营哲学。它把企业的生产经营活动看作是一个不断满足顾客需要的过程。而不仅仅是制造或销售某种产品的过程。简言之, 市场营销观念是“发现需要并设法去满足他们”。长期以来, 图书馆经营观念还停留在计划体制阶段, 只埋头于生产、服务, 而对生产出来的信息是否适销对路, 是否满足用户需要, 是否实现了价值的增值考虑的不多。如今, 市场的形势发生了变化, 能否满足用户需求, 直接影响到图书馆的生存与发展, 在买方市场全面形成和卖方竞争激化的条件下, “闭门造车”肯定生产不出用户满意的产品。因此, 图书馆的信息部门也应引进市场营销的观念, 切实调查研究和了解用户的需要, 并

千方百计地满足其需要，在坚持互利原则的基础上，实现潜在交换。

1、深入市场调研，了解用户需求 信息服务人员要想拥有市场首先要进行市场调研，了解科研人员的研究方向，文献需求，以及希望我们能提供什么样的服务。调查的方法可以有好几种，最常用、最基本的一种调查法是面谈调查法：信息人员可以深入到各院、系中，直接找科研人员面谈或者邀请需要信息服务的人员到图书馆座谈。这种调查法的优点是：通过面对面的交流，能准确了解用户的研究方向。当然也可以采用电话询问调查法或者是通过在网络发调查表的形式广泛了解用户需求。

2、有效地宣传，激活用户需求 用户在选择服务机构前，一般不能检查、比较和评价，只能通过经验、宣传信息或者服务机构良好的信誉以及知名度作为选择依据。因此，行之有效的宣传以及良好的信誉对服务机构来说非常重要。我馆在这一方面的做法是：(1)通过我馆“网络与光盘检索实验室”主页来做宣传，并把它作为我们机房每台机的首页。主页的内容包括：馆藏简介、学科导航、培训计划、网络资源、光盘内幕、电子书库、邮件列表、通告栏。用户通过点击就可以清楚地了解图书馆的服务项目，如果有什么疑问，可以通过网络与信息人员取得联系，信息人员会立即作出答复。另外，还通过举办各种各样的培训班、组织全校师生来参观等方式加深用户对图书馆的了解。(2)为本校重点学科建立了“学科导航”信息系统。我校每年都有许多新课题，需要大量的信息资源。图书馆派人从各学科带头人那里接受课题之后，发动集体力量在网上搜集相关最新信息，经过筛选、组织、整理，将用户课题所需的信息建成专题数据库，供用户随时查询。这种做法，减轻了科研人员查阅文献的负担，拉近了图书馆与科研人员之间的距离，使他们从心理上对信息服务产生了信任感和依赖感，为图书馆的信息服务做了很好的宣传，激活了用户的需求。

3、对信息服务对象加以培训，使潜在需求向当前需求转化 在网络环境下，用户更倾向于“自我服务”。因为，信息服务人员对用户信息需要的理解往往不可能很完全，而用户熟悉自己的专业，更能辨别信息资源的情报价值。即使是由信息服务人员代检，用户配合得越好，与信息服务人员的共同语言越多，查全率和查准率就越高。这就要求用户能熟练掌握检索的方法，具备相应的信息意识和信息能力。因此，图书馆要加强用户培训，帮助用户掌握网络环境下的检索、获取、利用有用信息的能力，提高其信息意识和信息技能以及对信息服务的认知，使更多的潜在需求向当前需求转化。

4、开展整体性服务，留住用户 用户在接受信息服务的过程中，一般不仅直接接触服务人员，而且参与了服务的整个过程。因此，开展信息服务一定要从整体出发，不能忽视任何一个有可能与用户发生直接联系的部分，也就是说要为用户提供一揽子服务，即提供一整套有关联的一条龙服务项目，并以其中某项服务作为“核心服务”，围绕这个“核心服务”，开展一系列辅助性的“外围性服务”。比如，为用户提供了其所需要的信息资料后，可以给用户提供打印、复印等服务；为用户提供资料出处后，还可帮忙用户找资料，本馆没有的，可帮助与外馆联系。

5、可让辅助人员协助主要人员进行信息服务工作，使信息服务高质、高效 网络环境下图书馆信息资源包括传统的书刊资料，新发展起来的电子出版物以及网上的信息资源。而网上的信息资源丰富多彩而且飞速增长，加上因特网的非组织性的特点，所以，要想查全、查准，信息服务工作量很大。然而，高校馆有强大的人员优势，他们中大多数人拥有本科以上学历，不仅有一定的专业水平，而且熟悉图书馆业务，因此，可以发动全馆的工作人员根据自己的专业特长来协助搞好这项工作，甚至可以从全校各个专业中招聘具有较好计算机网络检索能力的同学来帮忙。这样做可以充分发挥人员优势，能快速、高效地组织信息资源，提高检索的查全率和查准率，提高服务质量。

6、拓展服务领域，寻找新用户 随着市场经济的发展，信息正日益渗透到企业的全部经济活动中。企业对信息的强烈渴望，为高校图书馆开展信息服务提供了广阔的发展空间，因此，高校图书馆在为本校教学和科研服务的同时，应拓展服务领域，有目的有计划的为社会提供有效的服务。

四、结束语

众所皆知，产品是市场营销的前提和基础，市场营销是实现产品价值必不可少的桥梁和手段。所以市场营销能不能搞好，首先得有优质产品做支撑。而能否生产优质产品，人才是关键。因此，要加强信息服务人员综合素质的培养，使信息服务人员不仅要熟悉图情方面的知识，要掌握计算机技术和网络技术，同时还必须有较高的外语水平，宽阔的知识面。只有信息人员的素质提高了，才能提供优质服务。另外，信息产品和信息服务商品化、市场化最终是通过它的价格来体现的，价格是市场的晴雨表，是效益的决定因素，如何制定合理的信息产品和信息服务价格体系，是图书馆经营策略的核心。现阶段高校图书馆的主要服务对象又是教学和科研人员，他们的经济状况不佳，使他们的信息消费能力受到很大的限制。而且，现阶段，首先要培养用户对信息产品的兴趣和需求，以创品牌、树形象为目标。因此，在信息产品的销售上，以无偿服务或只收取工本费为宜，以此来鼓励用户的需求，赢得市场。等到服务有了市场后，可以根据市场重新调整价格。图书馆开展市场营销对图书馆是一个新课题，虽然，它不可能解决信息服务面临的所有问题，但市场营销观念的引入，可以使图书馆在市场经济的形势下更新服务观念，并使图书馆的信息服务得到很大的改善。

相关链接

航空公司收益管理之超售策略研究
煤矿安全委托代理的博弈分析
浅谈建设工程的质量管理
建筑节能措施浅析
工程造价信息管理探索
对我国体育系统管理状况的调查分析与研究
市场经济条件下的图书馆现状调查与管理对策
设计单位开展工程设计责任保险若干问题探讨
运用合理最低评标法搞好工程项目的招标管理
基于业主视角的建设项目实施阶段集成管理模式研究

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站, 所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料, 均为集团经济研究版权所有。

地址: 北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编: 100020 电话/传真: (010) 65015547/ 65015546

制作单位: 集团经济研究网络中心