



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 بیجمل 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 Lek 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



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 پرازدهام؛
- 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

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

1. Feedback



تمیز و مرتب با کتاب‌هایی که به ترتیب درست چیده شده‌اند.

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

رایانه‌ها، دستگاههای فتوکپی و دستگاههای سی. دی. رام استفاده کنند.

- نهایت تلاش خود را برای کمک به مراجعین به عمل می‌آورند.

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 آژانس‌هایی که وسائط نقلیه مهم به آنجا در رفت و آمد هستند، مانند مراکز خرید و فروش تا مراجعین بتوانند ضمن مراجعه به کتابخانه، فعالیت‌های روزانه دیگر خود را نیز انجام دهند؛

مکانیزم بازخورد خوب

- روش ساده برای فراهم کردن بازخورد باعث دسترسی به بازخورد شخصی، آسان، الکترونیکی و تلفنی می‌شود.
- 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 می‌کنیم 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.

- 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 غذاخوری‌ها و سایر جاهای سرگرمی عمومی مانند سینما.

استاندارد بالا در خدمات

- دسترسی آسان به کتاب‌های مورد احتیاج، علامت‌گذاری روشن و مرتب ساختن کتابها براساس موضوع آنها آن گونه که در کتاب‌فروشی‌ها معمول است. قفسه‌های

ارتقاء کتابخانه‌های عمومی: نجر به سنگاپور



چه عواملی به سود ما بودند؟

- خدمات بهتر و مناسب‌تر، شامل خدمات عرضه کتاب در تمام مدت ۲۴ ساعت؛
- صف‌های کوتاه‌تر از طریق امانت گرفتن و برگشت دادن به صورت سلف‌سرویس؛
- 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 کونینزتاون^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؛

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؛
- مباد کتابخانه‌های 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؛

1. Tampines
2. QueensTown



تریت و آموزش کارمندان

برنامه های 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 می توانند 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 داده اند. این دوره ها شامل آموزش در:

- خدمات مراجعین به کتابخانه؛
- مهارت ها و فنون تلفنی؛
- خدمات اطلاعاتی و تحقیقی؛
- امانت گرفتن سلف سرویس و ماشین ها و دستگاه های برگشت دادن کتاب؛
- و مهارت های ارتباطی.

روش سه شاخه ای

با در نظر گرفتن مطالب مذکور در بالا، طرح هایی برای فعال کردن هر چه بیشتر کتابخانه ها در نظر گرفته شده است. یک روش سه شاخه ای 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 فعالیت های سه شاخه ای، تلاش مستقیمی است که از طرف کتابخانه های 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 سلف سرویس امانت گرفتن و برگشت دادن کتابها در تمام کتابخانه ها قبل از ۱۹۹۸؛
 - آغاز خدمات امانت دادن فیلم های ویدئویی اسنادی در یک کتابخانه برای آزمایش مقبولیت این نوع خدمات؛
 - آغاز و راه اندازی یک مرکز آموزشی جهت آزمایش خدمات چند رسانه ای در یک کتابخانه.
- خدماتی که به زودی عرضه خواهند شد، عبارتند از:
- پایانه های اختصاصی برای مراجعین به کتابخانه جهت بررسی مطالب عاریه گرفته شده و جریمه های دیرکرد؛
 - کیوسک های سلف سرویس 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 سؤال هایی که مکرر پرسیده می شوند، برای استفاده کارمندان و برای مراجعین که خود از آنها استفاده کنند؛
 - مرکز تلفن، جایی که همه درخواست های تلفنی از طریق یک شماره تلفنی کانالیزه می شوند.

1. CSO : Customer Service Officer
2. Database



راهبردهای بهم پیوسته ارتباطاتی NLB

بخش ارتباطات متحد NLB، ابتکارها و برنامه‌های NLB را تبلیغ و انتشار می‌دهد. از زمان تشکیل این هیأت در سپتامبر ۱۹۹۵، بخش ارتباطات متحد به فعالیت‌های 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؛
 - راه‌اندازی طرح NLB در ژوئن ۱۹۹۶؛
 - افتتاح کتابخانه عمومی Choa-chu-kung در فوریه ۱۹۹۷؛
 - افتتاح کتابخانه عمومی Cheng-San در مارس ۱۹۹۷؛
 - راه‌اندازی مرکز آموزش تمپنس در ماه مه ۱۹۹۷؛
 - راه‌اندازی 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 اقدام‌ها علاقه رسانه‌های گروهی را به خود جلب کرد و آنها به نوبه خود در مردم ایجاد علاقه کردند تا برای مشاهده این فعالیت‌ها به محل آمده و اقدام‌ها و خدمات NLB را ببینند. هر کتابخانه جدید، هر خدمت جدید فرصتی برای NLB است تا به مردم نشان دهد که کتابخانه‌ها برای عرضه خدمات به ایشان ایجاد شده‌اند. در سال ۱۹۹۶، بخش ارتباطات متحد NLB با استفاده از اینترنت شروع به انجام اقدام‌هایی جهت سروسامان دادن به خدمات کتابخانه‌ای 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 تازه‌سازی و ذخیره و نگهداری مطالب کنند و پرس‌وجو و درخواست یادداشت‌های الکترونیکی برای کتاب‌ها 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 می‌توانند با پرداخت عوارض مختصر، کتاب‌های 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 بی‌چون و چرا پیدا کرده است.

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

گروه ارتباط و بازاریابی PLS تلاش خود را به تبلیغ و انتشار فعالیت‌های PLS جهت برطرف ساختن نیازهای مراجعین متمرکز ساخته است. این گروه درباره چهار هزار برنامه که همه ساله توسط کتابخانه‌های مختلف برای سوق دادن مردم به کتابخانه‌ها سازماندهی می‌شود، تبلیغ می‌کند. این برنامه‌ها از طریق بروشورهای دو ماهانه که گروه برای توزیع در مدارس چاپ می‌کند، تبلیغ و منتشر می‌شود و به مراکز مهم و کتابخانه‌ها نیز ارسال

۱. آدرس NL-Line عبارت است:

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



می‌شوند. گروه خبررسانی و بازاریابی (MCG)¹ 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 بالابردن 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

