



# Status of ancillary services in the children section of public libraries and its relationship with loyalty of children aged 7-11 years

Mohammad Hassan Azimi



Assistant Prof., Department of Knowledge and Information Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.  
E-mail: azimih@scu.ac.ir

Maryam Khedri

MSc in Knowledge and Information Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.  
E-mail: Mkhedri1371@gmail.com

Shahnaz Khademizadeh



Associate Prof., Department of Information Science and Knowledge, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.  
E-mail: s.khademi@scu.ac.ir

## Abstract

**Purpose:** The main purpose of this research is to investigate the status of ancillary services in the children's department of public libraries in Khuzestan province, and in this regard, the sub-objectives of the research are as follows: identification of the ancillary services of the children's department, investigating the status of providing ancillary services, investigating the level of satisfaction of the members of the children's department, and investigating the relationship between satisfaction with the ancillary services provided and the loyalty of the members of the children's section of the public libraries of Khuzestan province.

**Method:** The research method is of mixed type (qualitative and quantitative) and has a combined mode. In the qualitative part of the research, by referring to the public libraries of Khuzestan province and reviewing the regulations, a checklist including ancillary services for children has been presented. Then in the quantitative part of the research, using the customer loyalty evaluation questionnaire (Moghimi and Ramadan, 2010, Moon Q and Lawrence, 2001), the studied variables were measured, and the research questions were answered using quantitative methods. The statistical population of this research includes all the 7-11-year-old members of public libraries in Khuzestan province in 2019, out of which 380 people were determined as the statistical sample of the research population by the cluster sampling method. Descriptive statistics and inferential statistics were used to analyze the data.

**Findings:** The results showed that according to the checklist of the research, 27 secondary services should be implemented in the public libraries of the province, and among the services listed in this list, three services are not being implemented, which are: providing services to special groups, holding national and religious festivals, and inviting actors and artists to the libraries. In the field of descriptive information about the knowledge of the library's ancillary services, only 32% of the respondents were aware of the library's ancillary services. Furthermore, regarding the purpose of participating or using library services, it was found that 33% of the respondents used these services for the purpose of entertainment and 23% for the purpose of academic progress. Moreover, 16% of the respondents used these services with the purpose of getting used to extracurricular studies, 15% with the purpose of participating in group work and socialization, and 12% for the purpose of personal development. The most important services implemented in the children's section of the libraries, which were at the top of the list, are sending resources in absentia with an average of 3/69, book exhibitions with an average of 3/67, providing educational and cultural brochures with an average of 3.55, a list of new books for teenagers with an average of 3/52, introducing books and Storytelling with an average of 3/47, joint cultural programs with schools with an average of 3/36, inter-library loan with an average of 3/38, educational assistance classes with an average of 3/31, poetry reading and criticism sessions with an average of 3/24, and allocating space for holding private classes with an average of 3/29.

**Originality/value:** It was found that the level of satisfaction of 7-11-year-old members of public libraries in Khuzestan province with the ancillary services provided in these libraries is in a favorable state and there is a significant correlation between the satisfaction of these children and all dimensions of loyalty examined in this research.

**Keywords:** Ancillary services, Loyalty, Public libraries, Satisfaction, Children, Khuzestan province

**Conflicts of Interest:** None

**Funding:** None

**Citation:** Azimi, M.H., Khedri, M. & Khademizadeh, SH. (2023). Status of ancillary services in the children section of public libraries and its relationship with loyalty of children aged 7-11 years. *Research on Information Science and Public Libraries*, 29(1), 88-106.

**Received** 1 July 2022; **Received in revised form** 129 September 2022

**Accepted** 19 December 2022; **Published online** 30 April 2023



**Article Type:** Research Article  
**© The author(s)**  
**Publisher:** Iran Public Libraries Foundation



## بررسی وضعیت خدمات جنبی بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان و رابطه آن با وفاداری اعضای کودک ۷-۱۱ سال



محمد حسن عظیمی

استاد یار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: azimih@scu.ac.ir

مریم خدری

کارشناس ارشد، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: Mkhedri1371@gmail.com

شهناز خادمی‌زاده

دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: s.khademi@scu.ac.ir

### چکیده

**هدف:** هدف اصلی این پژوهش کشف وضعیت خدمات جنبی بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان است. روش: روش پژوهش از نوع آمیخته است. در بخش کیفی پژوهش، با مراجعه به کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان و بررسی آیین‌نامه‌ها یک سیاهه و آرسی شامل خدمات جنبی بخش کودکان ارائه شده است. سپس در بخش کمی پژوهش، با استفاده از پرسش‌نامه ارزیابی میزان وفاداری مشتری (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۰، مون کیو و لارنس ۲۰۰۱)، متغیرهای مورد مطالعه اندازه‌گیری و با استفاده از روش‌های کمی به سؤالات پژوهش پاسخ داده شده است.

**یافته‌ها:** در بخش کیفی ۲۷ خدمت جنبی برای کودکان در کتابخانه‌های عمومی شناسایی شد. مهم‌ترین خدمات اجرا شده در بخش کودکان کتابخانه‌ها که در صدر لیست قرار گرفتند عبارت‌اند از: ارسال منابع به صورت غیر حضوری با میانگین ۳/۶۹، نمایشگاه کتاب با میانگین ۳/۶۷، ارائه بروشورهای آموزشی و فرهنگی با میانگین ۳/۵۵، فهرست تازه‌های کتاب نوجوان با میانگین ۳/۵۲، معرفی کتاب و داستان‌گویی با میانگین ۳/۴۷، برنامه‌های فرهنگی مشترک با مدارس با میانگین ۳/۳۶، امانت بین کتابخانه‌ای با میانگین ۳/۳۸، کلاس‌های کمک‌آموزشی با میانگین ۳/۳۱، جلسات شعرخوانی و نقد شعر با میانگین ۳/۲۴، و اختصاص فضا برای برگزاری کلاس‌های خصوصی با میانگین ۳/۲۹.

**اصالت/ارزش:** مشخص شد که میزان رضایت اعضای کودک ۷ تا ۱۱ سال کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از خدمات جنبی ارائه شده در این کتابخانه‌ها در وضعیتی مطلوب قرار دارد و بین رضایت این کودکان و همه ابعاد وفاداری بررسی شده در این پژوهش رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

**کلیدواژه‌ها:** خدمات جنبی، وفاداری، کتابخانه‌های عمومی، رضایت، کودکان، استان خوزستان

**استناد:** عظیمی، محمد حسن؛ خدری، مریم؛ و خادمی‌زاده، شهناز (۱۴۰۲). بررسی وضعیت خدمات جنبی بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان و رابطه آن با وفاداری اعضای کودک ۷-۱۱ سال. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۹(۱)، ۱۰۶-۸۸. تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۲۱؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۹/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰

نوع مقاله: علمی پژوهشی

ناشر: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

© نویسندگان





کتابخانه‌های عمومی افزون بر لزوم ارائه خدمات، به‌عنوان نهادی مردمی باید منابع دانش بشری را به‌رایگان در اختیار آحاد مردم بنهند و بخش‌های کودکان و نوجوانان در این کتابخانه‌ها موظفند این گروه‌های سنی را تحت پوشش خود قرار دهند (کاکي، جمالی مهموئی و مکتبی فرد، ۱۳۹۲). از دیگر سو، وجود کتابخانه‌های خوب در مدارس جامعه را از خدمات ویژه کودکان در کتابخانه‌های عمومی بی‌نیاز نمی‌سازد؛ زیرا در کتابخانه مدارس، خواندن و مطالعه از پیش برنامه‌ریزی شده و هدفمند از اولویت بیشتری برخوردار است. ایفلا (۲۰۰۳) مجموعه دستورالعمل‌هایی را برای خدمات کتابخانه کودکان منتشر کرد که در آن اهداف و وظایف کتابخانه کودکان تعیین شده است و براساس آن راهنمایی توسط گروهی کاری از کشورهای مختلف تحت‌عنوان کتابخانه‌های ایفلا برای بخش کودکان و نوجوانان منتشر شد. این گروه به اهمیت بخش کودکان و جذب کودکان به کتابخانه‌ها توجه کردند و بر این امر که خدمات کتابخانه باید برای همه رده‌های سنی وجود داشته باشد اجماع نظر داشتند و خاطر نشان ساختند که بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی موظف به ارائه طیف گسترده‌ای از مواد و فعالیت به اعضای خویش است و باید فرصت‌هایی را برای کودکان فراهم سازد که به تجربه لذت بردن از خواندن و هیجان کشف دانش و نیز استفاده از قوه تخیل منجر شود. یکی از موضوعاتی که در داخل کشور نیز در سال‌های اخیر مورد توجه خاصی قرار گرفته است موضوع برنامه‌های فرهنگی و خدمات جنبی است که در بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی برای جذب و نگهداشت اعضای کودکان و نوجوانان اجرا می‌شود.

از سوی دیگر، موفقیت هر سازمانی در گرو مشتریان آن است و در واقع می‌توان گفت مفهوم اصلی بازاریابی، شناخت مشتریان و منافع است که آن‌ها از یک سازمان انتظار دارند (اسدی، ۱۳۸۹). کتابخانه‌ها نیز به‌عنوان یک سازمان خدماتی از این اصل مستثنا نیستند. کتابخانه‌ها برای همگامی با پیشرفت‌های هزاره سوم، به تجدید نظر در طرق و روش‌های سنتی ارائه خدمات و معرفی محصولات و خدمات خویش به جامعه کاربران بالفعل و بالقوه نیازمندند. در هزاره سوم، کتابخانه‌ها نیازمند طراحی و به‌کارگیری روش‌ها و خدمات مورد نیاز و اثربخش برای برطرف کردن نیازهای جامعه خود هستند. در این میان، بازاریابی به‌عنوان ابزاری مدیریتی می‌تواند یاریگر آن‌ها در برآوردن این نیازها باشد. بازاریابی به‌عنوان دانشی که یاریگر سازمان‌ها در جذب مشتری و رسیدن به هدف‌های رقابتی‌شان است، مفهوم وفاداری را به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های خود پیشنهاد می‌کند. این مفهوم به‌مرور به حوزه سازمان‌های غیرتجاری هم راه یافته و وفاداری در مؤسسه‌های خدماتی مانند کتابخانه‌ها احتمالاً در مقایسه با مؤسسه‌های کالامدار آسان‌تر است. مطابق اصول بازاریابی و مشتری‌مداری، انتظار می‌رود در محیط‌های کتابخانه‌ای هنگامی که عملکرد کارکنان و خدمات ارائه‌شده فراتر از انتظار کاربر باشد، خشنودی او تأمین شود و وفاداری‌اش را به دنبال داشته باشد (رولی<sup>۱</sup>، ۱۳۸۸). در فرهنگ یک سازمان باید نیازهای مشتریان در مرکز اصلی توجه قرار بگیرند و همه فعالیت‌ها و خدمات آن سازمان بایستی در پی جلب رضایت و در نهایت وفاداری آنان باشند (به نقل از تاج‌الدینی و امیر تیموری، ۱۳۹۶).

از دیدگاه امیر تیموری (۱۳۹۵)، وفاداری زمانی حاصل می‌شود که مشتریان به شدت احساس کنند سازمان مورد نظر به بهترین شکل می‌تواند نیازهای آن‌ها را مرتفع کند. وفاداری به کتابخانه را می‌توان به‌عنوان مراجعه مجدد به کتابخانه تعریف کرد و در میان عوامل مؤثر، عامل انسانی مهم‌ترین عامل در حیطه خدمت‌رسانی است که می‌تواند بر جذب و حفظ کاربران تأثیر گذارد. منظور از وفادار سازی حفظ و نگهداری مراجعان کتابخانه‌ها و تأمین رضایت آن‌هاست و زمانی رخ می‌دهد که کاربران احساس کنند کتابخانه می‌تواند نیازهای آن‌ها را برطرف کند و البته حفظ مشتریان وفادار حائز اهمیت است؛ زیرا بازگشت دوباره مراجعان به کتابخانه و استفاده از خدمات آن را به دنبال خواهد داشت.

مروری بر متون موجود نشان می‌دهد با اینکه پژوهش‌های بسیاری درباره مبحث کتابخانه‌های عمومی در داخل کشور انجام شده است، اما تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در داخل کشور که به بررسی مباحث مرتبط با



بخش‌های کودک کتابخانه‌های عمومی و خدمات و منابع مورد نیاز آنان پرداخته باشد بسیار محدود بوده است. همچنین، بررسی وضعیت این خدمات و رابطه آن با وفاداری اعضا و افزایش میل و رغبت کودک کان به مراجعه به کتابخانه نیز نادیده گرفته شده است. بنابراین، با توجه به نگاه خاصی که نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور به مقوله کودک کان و نوجوانان دارد و نیز با در نظر گرفتن بودجه و سرمایه‌انسانی که صرف برنامه‌ریزی و اجرای خدمات جنبی در کتابخانه‌ها می‌شود و حتی در برخی موارد اجرای برنامه‌های فرهنگی و خدمات جنبی نسبت به خدمات فنی کتابخانه‌ها در اولویت قرار داده شده است، پژوهش حاضر در صدد بررسی این موضوع است که اجرای خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان تا چه اندازه بر جذب کودک کان به کتابخانه و تقویت وفاداری آنان تأثیر گذار است؛ زیرا اگر این خدمات جنبی تأثیری بر افزایش میل و رغبت کودک برای حضور در کتابخانه و استفاده از خدمات کتابخانه نداشته باشند، همه سرمایه‌های مادی و انسانی نهاد کتابخانه‌ها به هدر خواهد رفت. از این رو، پژوهش حاضر در نظر دارد به بررسی وضعیت خدمات جنبی و رابطه آن با وفاداری اعضای کودک کان ۷ تا ۱۱ سال بخش‌های کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بپردازد.

استاندارد خدمات کتابخانه‌های عمومی برای نوجوانان در ماساچوست خدمات جنبی را این چنین تعریف می‌کند: این خدمات که شوق نوجوانان را برمی‌انگیزند و در ادبیات و هنرها به کار می‌روند عبارت‌اند از هنرهای نمایشی، نمایشگاه‌های عکاسی، تئاتر، شعر خوانی، نقد کتاب، گروه‌های بحث و کارگاه‌های نویسندگی. این ایده که کتابخانه‌ها باید خدمات اجتماعی و سرگرمی فراهم کنند از روحیه داوطلبانه و جوامع فرهنگی قرن نوزدهم نشئت می‌گیرد (دیویس<sup>۱</sup>، ۱۹۷۴؛ به نقل از کاکلی، جمالی مهموئی و مکتبی فرد، ۱۳۹۲).

خدمات جنبی در واقع یکی از شیوه‌های ایجاد انگیزه و تقویت حس وفاداری و میل بازگشت مجدد به کتابخانه است. خدمات جنبی علاوه بر اینکه نقش آموزشی یا تفریحی دارند به شهرت و مقبولیت کتابخانه‌ها نیز منجر می‌شوند. از آنجا که کتابخانه‌های عمومی نقشی مهم در تربیت افراد جامعه و بالا بردن سطح فرهنگ عمومی ایفا می‌کنند، باید غیر از تدارک کتاب و مواد مکتوب به شیوه‌های مختلف مانند برگزاری نمایشگاه‌های مختلف، برگزاری نشست‌های کتاب‌خوان کتابخانه‌ای و مدرسه‌ای، نشست‌های نقد و بررسی کتاب، برگزاری مسابقات متنوع و جذاب و دیگر خدمات و برنامه‌های جنبی، به بهبود کیفیت و تنوع خدمات خود نیز بپردازند. این خدمات به‌ویژه در جذب کودک کان و نوجوانان به کتابخانه و تقویت حس وفاداری و میل بازگشت آن‌ها به کتابخانه‌ها مفید است (افخمی، ۱۳۹۶).

از آنجا که با تعدد محمل‌های اطلاعاتی در عصر فناوری اطلاعات، کتابخانه دیگر یگانه مرجع اخذ اطلاعات نیست، و این امر نقش این نهاد را که به‌طور سنتی مسئولیت رهبری در حوزه اطلاعات و ارتباطات را به عهده داشته است کم‌رنگ کرده است. در گذشته، کتابخانه‌ها تنها محل ارائه اطلاعات و خدمات فرهنگی-اجتماعی بودند و کتابداران و مدیران کتابخانه‌ها به معرفی خدمات و محصولات کتابخانه چندان توجه نداشتند، اما امروزه کتابخانه‌ها به شدت تحت فشار هستند تا موجودیت خود را از طریق ارائه خدمات باکیفیت به کاربران و بازاریابی برای خدمات بیشتر و جذب و حفظ مشتریان و افزایش وفاداری آنان، توجیه کنند و نسبت به انجام مأموریت غایی خویش که همان کمک به گسترش دانش است اقدام کنند (استاروس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸؛ به نقل از مظلوم، سلطانی و سلطانی‌نژاد، ۱۳۹۶). در این میان، یکی از دلایل مهمی که موجب ناکارآمدی کتابخانه‌ها می‌شود، فقدان وفاداری و نبود ارتباط مستمر بین کاربران و کتابخانه‌ها است. در هر جامعه، بسیاری از افراد به‌ویژه دانشجویان حداقل یک بار به کتابخانه مراجعه کرده و تعدادی از افراد نیز در زمان‌های مختلف از این نهاد استفاده کرده‌اند. تعداد اندکی نیز ارتباط خود با کتابخانه را به‌طور پیوسته حفظ کرده‌اند و نسبت به آن وفادار هستند. بنابراین، یکی از مسائل حائز اهمیت برای مدیران امروز کتابخانه‌ها علاوه بر جذب کاربران، حفظ کاربران و وفادار کردن آن‌ها است (آد یوین<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵؛ به نقل از همان). در مورد کودک کان و نوجوانان نیز این موضوع مصداق دارد. جذب و تقویت وفاداری کودک کی

1. Davis  
2. Starus  
3. Adeyoyin



که به راحتی از طریق یک دستگاه تلفن همراه، تبلت و رایانه به اینترنت و انواع و اقسام بازی‌ها و برنامه‌های جذاب و متنوع دسترسی دارد و خود را بی‌نیاز به کتاب و کتابخانه می‌بیند بسیار مشکل است. در نتیجه، کتابخانه‌های عمومی باید به منظور غلبه یا همگامی با این رقابتی قدرتمند فعالیت‌ها و خدمات جنبی خود را بهبود بخشند.

مفهوم وفاداری مشتری، مانند سایر مفاهیم حوزه بازاریابی، از سازمان‌های تجاری سرچشمه گرفته و به مرور به سازمان‌های غیر تجاری از جمله کتابخانه‌ها راه یافته است. پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود این است که آیا امکان تسری این مفهوم به حوزه کتابخانه‌ها وجود دارد؟ بررسی متون نشان می‌دهد کتابداران و متخصصان علم اطلاعات اصولاً به استفاده از مفاهیم مرتبط با تجارت، بازاریابی، برند سازی و نظایر آن تمایل چندانی نشان نمی‌دهند. حتی در همین زمینه، در کتابخانه‌ها برای مباحثی مانند نامیدن جامعه مخاطب کتابخانه به عنوان «مشتری» به جای «استفاده‌کننده» پیش رفته است (هرنون و والتمن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). به طور کلی، کتابخانه‌ها به شکل سنتی باور دارند که محصولات و خدمات آن‌ها کافی و مطلوب است و مراجعان باید همواره به کتابخانه‌هایشان علاقه نشان دهند. این شیوه تفکر کمکی به آن‌ها در زمینه برآوردن نیازهای امروزی نمی‌کند و با توجه به کافی نبودن بودجه و امکانات که عامل کلیدی در فعالیت هر نهادی است، افزایش تعداد کاربران برای دریافت این امکانات ضروری به نظر می‌رسد. کتابخانه‌ها نیازمند طراحی شیوه‌هایی برای تحویل محصولات و خدمات به منظور برآوردن نیازهای مشخص جامعه مورد نظر خود هستند (امیر تیموری، ۱۳۹۵).

بر کسی پوشیده نیست که امروزه موفقیت هر سازمانی وابسته به مشتریان آن است و شناخت مشتریان و منافعی که آن‌ها از یک سازمان خواستارند مفهوم اصلی بازاریابی است (رولی، ۱۳۸۸)، و کتابخانه‌ها نیز از این قاعده مستثنا نیستند. از یک دیدگاه، مشتریان کتابخانه دو دسته هستند: کسانی که از خدمات کتابخانه به طور مکرر استفاده می‌کنند و کسانی که پس از استفاده مجدد آهسته آهسته به کتابخانه بازمی‌گردند. با وجودی که افزایش تعداد استفاده‌کنندگان یکی از مهم‌ترین اهداف کتابخانه‌ها است، اما پژوهش‌ها نشان داده‌اند هزینه حفظ مشتریان فعلی از هزینه جذب مشتریان جدید کمتر است (مظلوم، سلطانی و سلطانی نژاد، ۱۳۹۵). از طرفی، یکی از مهم‌ترین منافع مشتریان قدیمی راضی، بنا به گفته گوپتا<sup>۲</sup> (۲۰۰۳)؛ به نقل از کشوری و عبداللهی، ۱۳۹۲، این است که می‌توانند در نقش تبلیغ‌کننده برای کتابخانه عمل کرده و استفاده از آن را به دیگران نیز توصیه کنند. به عبارت دیگر، این مشتریان می‌توانند به افزایش تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات کتابخانه نیز کمک کنند. بنابراین، به نظر می‌رسد پرداختن به مشتریانی که از خدمات کتابخانه راضی هستند و به طور مداوم از آن‌ها استفاده می‌کنند می‌تواند منافع بسیار زیادی برای کتابخانه داشته باشد. البته باید به این نکته توجه داشت که استفاده مکرر از خدمات همواره نشان‌دهنده رضایت نیست، بلکه ممکن است به دلایلی مانند عادت به استفاده، بدون هیچ‌گونه احساس مطلوب (حالت اینرسی یا سکون) یا نداشتن انتخاب‌های متعدد باشد.

تاکنون پژوهش‌های بسیاری درباره‌ی میزان رضایتمندی استفاده‌کنندگان از خدمات کتابخانه‌ها صورت گرفته است که نشان می‌دهد بین رضایت مراجعان و دفعات استفاده از آن‌ها از خدمات کتابخانه‌ای رابطه‌ای معنادار وجود ندارد (اولیور<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹). بنابراین، راهکاری که متخصصان حوزه بازاریابی برای حل مسئله بازگشت مشتریان کتابخانه‌ها در نظر گرفته‌اند وفاداری مشتری است. وفاداری به کتابخانه را می‌توان به عنوان واکنشی رفتاری تعریف کرد؛ مانند بازدید دوباره از کتابخانه که از طریق تصمیم‌گیری‌های مختلف در رابطه با استفاده دوباره از خدمات یک کتابخانه از بین مجموعه‌ای از کتابخانه‌ها ابراز می‌شود (تاج‌الدینی و امیر تیموری، ۱۳۹۶).

غفاری (۱۳۹۴) عوامل مؤثر بر وفاداری کاربران کتابخانه‌های عمومی را در قالب مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری در زمینه شکل‌گیری وفاداری کاربران و ایجاد ارتباط طولانی مدت با آن‌ها بررسی کرد، به این صورت که به چه میزان عوامل انسانی، عوامل فرایندی، عوامل فناوری، مدیریت دانش، ساختار سازمانی، عناصر فرهنگی، حمایت مدیریت و استراتژی کاربر بر وفاداری کاربران کتابخانه‌های عمومی به کار گرفته می‌شود. از سوی دیگر،

1. Hernon & Valtman  
2. Gupta  
3. Oliver



بررسی متون نشان داده است علاوه بر رضایتمندی، عوامل دیگری از قبیل کیفیت خدمات (مالیک، یعقوب و اسلام<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲) و ارزش مشتری (کارولین و کارن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲)، نیز به‌طور مستقیم یا با واسطه، بر وفاداری مشتریان کتابخانه اثرگذار هستند.

دانگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) پژوهشی را با هدف بررسی وفاداری و رفتار شکایت کردن ۴۵۶ نفر از کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر تاگوی کره جنوبی انجام داد. در این پژوهش، رابطه بین وفاداری و خروج از کتابخانه، وفاداری و ابراز نارضایتی درباره کتابخانه و وفاداری و اظهارات مستقیم و غیرمستقیم درباره کتابخانه بررسی شد. نتایج این پژوهش نشان داد که اعضای وفادار اگر شکایتی داشته باشند به کتابدار مراجعه می‌کنند و کمتر سعی کرده‌اند که به مراجع و مقامات رسمی مراجعه کنند یا با نوشتن نامه یا روزنامه‌ها، یا نقل تجربیات بد خود در کتابخانه برای دیگران به کتابخانه آسیب برسانند و یا دیگر به کتابخانه مراجعه نکنند.

یافته‌های لاکسمی<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) نشان داد فرهنگ مطالعه در کتابخانه‌های عمومی اندونزی رواج یافته و میزان مطالعه اعضای کتابخانه افزایش یافته است و این امر با برنامه‌هایی همچون خدمات امانت و خدمات جنبی از جمله مسابقات کتاب خوانی، قصه‌گویی و برگزاری نمایشگاه کتاب محقق شده بود. طبق یافته‌های او، این کتابخانه‌ها با ارائه خدمات جنبی مانند نقد و بررسی کتاب، نقاشی و قصه‌گویی با حضور والدین به خصوص مادران موجب بهبود فرهنگ مطالعه شده‌اند.

رومن و فایور<sup>۵</sup> (۲۰۱۰) پژوهشی را با هدف پاسخ به این سؤال انجام دادند که خدمات جنبی و برنامه‌های مطالعاتی‌ای که توسط کتابخانه‌های عمومی در تابستان اجرا می‌شود چه تأثیری بر نمرات دانش‌آموزان در طی سال تحصیلی می‌گذارد؟. نتایج پژوهش آنان نشان داد دانش‌آموزانی که در برنامه‌های مطالعاتی و خدمات جنبی کتابخانه مانند اردوهای تابستانی شرکت کرده بودند نمرات بالاتری از دانش‌آموزانی که در این برنامه‌ها شرکت نکرده بودند کسب کردند. والدین دانش‌آموزانی که در این برنامه‌ها شرکت کردند نیز در سطح بالاتری از دیگر خدمات کتابخانه استفاده می‌کردند و کتاب‌های بیشتری در خانه‌هایشان و همچنین فعالیت‌های ادبی بیشتری در خانه‌هایشان وجود داشت.

یافته‌های پژوهش ملایی (۱۳۹۱) نشان داد: ۱) خدمات برون کتابخانه‌ای، برگزاری برنامه‌های قصه‌گویی و تشکیل گروه‌های مطالعاتی در بهبود خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی اصفهان تأثیرگذار است؛ ۲) از میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بر حسب جنسیت، اختلاف مشاهده شده بین میانگین نمرات مؤلفه‌های بهبود خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان معنادار نبود.

لرکی، سلیمیان و منصور (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی شهر فولاد شهر و تأثیر آن بر میزان جذب مخاطبان: از دیدگاه کاربران» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد خدمات جنبی در کتابخانه مانند تشکیل گروه‌های کتاب‌خوان، انجمن‌های ادبی-فرهنگی، جلسات نقد و بررسی کتاب، کلاس‌های آموزشی-هنری، به‌کارگیری نبوغ و نوآوری در کتابخانه، تجهیز کتابخانه به ابزارهای پیشرفته رایانه‌ای و اطلاع‌رسانی، خدمات مشاوره‌ای کتابداران و آگاهی‌رسانی خدمات و برنامه‌های کتابخانه سبب افزایش جذب مخاطب در کتابخانه‌های عمومی می‌شود. یافته‌های این پژوهش همچنین نشان داد اجرای خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی تا چه حد می‌تواند جامعه را به سمت کتابخانه سوق دهد و الگویی برای سایر کتابخانه‌ها باشد. فخارتبسی (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان داد که مهم‌ترین عوامل اشتیاق به بازگشت به کتابخانه در گروه هدف به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: رفتار کتابدار، استفاده از سالن مطالعه، انگیزه‌های درونی، تأثیرگذاری محیط و امکانات رفاهی و منابع اطلاعاتی. دیدگاه دختران و پسران درباره دو عامل تأثیرگذاری محیط و امکانات رفاهی و انگیزه‌های درونی به‌نحوی چشم‌گیر متفاوت بود، به‌طوری که دختران این دو عامل را مؤثرتر می‌دانستند. نتایج

1. Malik, Yaqoob & Aslam
2. Karolyn & Karen
3. Dong
4. Laksmi
5. Roman & Fiore



آزمون کروسکال والیس نشان داد گروه‌های سنی بالاتر نسبت به گروه‌های سنی پایین‌تر، عامل استفاده از سالن مطالعه را مؤثرتر دانستند.

نتایج به دست آمده از پژوهش جزایری سقی (۱۳۹۷) میزان اهمیت هر یک از خدمات ارائه شده در کتابخانه‌های عمومی برای افزایش مطالعه در کودکان و نوجوانان شهری و روستایی را نشان داد. همچنین، نتایج این پژوهش نشان داد تقریباً نزدیک به نیمی از پاسخ‌گویان هفته‌ای یک بار یا بیشتر از کتابخانه استفاده می‌کردند. اکثر پاسخ‌گویان «وجود کتاب‌های مناسب» را عامل مراجعه به کتابخانه برشمردند و دانش‌آموزان تقاضا داشتند تا از خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی از طریق مدرسه آگاه شوند. همچنین، نتایج پژوهش مزبور نشان داد که کودکان و نوجوانان علاقه بیشتری به شرکت در فعالیت‌های فرهنگی نسبت به دیگر خدمات جنبی داشتند و بعضی از پاسخ‌گویان «نبود امکانات مناسب برای اجرای برنامه‌های خدمات جنبی» و «کمبود وقت (به دلیل دانش‌آموز بودن اکثر اعضا)» را از عوامل عدم استفاده از خدمات جنبی برشمردند.

خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی شهر اهواز برای نوجوانان ۱۲-۱۸ سال بر اساس رهنمودهای ایفلا و تأثیر این خدمات در اجتماعی شدن نوجوانان توسط میلانی‌فر و نوری (۱۳۹۹) ارزیابی شد. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد امانت بین کتابخانه‌های مهم‌ترین خدمات جنبی از دیدگاه نوجوانان بوده و به ترتیب بیشترین و کمترین میزان علاقه‌مندی ایشان به شرکت در خدمات فعالیت‌های حمایت از آفرینش‌های ادبی نوجوانان و مسابقات کتابخوانی بوده است. به طور کلی، میزان رضایت نوجوانان از خدمات جنبی کمی بالاتر از حد متوسط بود و اکثر آنان هدف از استفاده از این خدمات را پیشرفت تحصیلی و تنها ۳۳ درصد از پاسخ‌گویان این خدمات را بر اجتماعی شدن خود مؤثر می‌دانستند که بیانگر عدم شناخت کافی مردم از تأثیر واقعی خدمات کتابخانه‌ها است. مهم‌ترین مشکلات نیز از نظر کاربران، نبود فضای مناسب و کمبود منابع مخصوص نوجوانان عنوان شد.

در میان پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور، پژوهشی که به طور خاص عبارت «خدمات جنبی» را در عنوان خود به کار گرفته باشد مشاهده نشد، اما اجرای خدمات جنبی در قالب برنامه‌های مجزا در بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی بررسی شده است. در میان پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور نیز به خصوص در سال‌های بعد از ۱۳۹۰، بحث خدمات جنبی و وفاداری مورد توجه قرار گرفته است و پژوهشگرانی مانند ملایی (۱۳۹۱)، کاکلی، جمالی مهموئی و مکتبی‌فرد (۱۳۹۲)، ملایی، شعبانی و رضایی‌آدریانی (۱۳۹۴)، لرکی، سلیمیان و منصور (۱۳۹۴)، کیان‌راد، فهیم‌نیا و نقشینه (۱۳۹۶)، قنبری خشنو، تاجداران و کیانی خوزستانی (۱۳۹۵)، حریری و پاگرد کار (۱۳۹۵)، پورعسگر خیایوی (۱۳۹۷)، جزایری سقی (۱۳۹۷)، ادیب‌منش، خاصه و ادیب‌منش (۱۳۹۸) و میلانی‌فر و نوری (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر خدمات جنبی در کتابخانه‌ها به ویژه بخش کودکان و نوجوان پرداخته‌اند. حدادیان و دیگران (۱۳۹۱)، کشوری و گرایبی (۱۳۹۴)، غفاری (۱۳۹۴)، محمدیان (۱۳۹۵)، امینی و پشتون‌زاده (۱۳۹۵)، امیرتیموری (۱۳۹۵)، محمدیان (۱۳۹۵)، مظلوم، سلطانی و سلطانی‌نژاد (۱۳۹۶) و فاطمیان و فرهادپور (۱۳۹۷) نیز در پژوهش‌های خود به بررسی مباحث کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری کاربران کتابخانه‌ها پرداختند، اما به طور خاص پژوهشی که به بررسی نقش خدمات جنبی بر وفاداری کاربران پرداخته باشد تاکنون انجام نشده است.

## سوالات پژوهش

۱. در بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چه خدمات جنبی ارائه می‌شود؟
۲. وضعیت ارائه خدمات جنبی شناسایی شده در بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟
۳. رضایت اعضای بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از خدمات جنبی ارائه شده چه میزان است؟
۴. آیا بین رضایت از خدمات جنبی ارائه شده و وفاداری اعضای بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟

## روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع روش آمیخته اکتشافی است؛ زیرا پژوهشگر نیاز دارد ابتدا داده‌های کیفی را گردآوری کند. بدین منظور، ابتدا در فاز کیفی پژوهش با مراجعه به کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان و بررسی آیین‌نامه‌ها یک سیاهه واریسی شامل خدمات جنبی بخش کودکان طراحی شد. این سیاهه واریسی داده‌های کیفی پژوهش است. سپس در فاز کمی پژوهش، پرسش‌نامه‌ای بر اساس داده‌های کیفی طراحی شد و پس از بررسی روایی و پایایی آن که آلفای کرونباخ آن برابر با ۰/۷۲۲ تعیین شده است، داده‌های کمی پژوهش گردآوری شد. بنابراین، بر اساس داده‌های کمی متغیرهای مورد مطالعه و با استفاده از روش‌های کمی به سؤالات پژوهش پاسخ داده شد.

برای گردآوری داده‌های این پژوهش، از دو ابزار سیاهه واریسی و پرسش‌نامه استفاده شد. سیاهه واریسی مورد استفاده در این پژوهش یک فهرست مربوط به خدمات جنبی است که از تعدادی پرسش‌های بسته (با پاسخ‌های بلی/خیر) تشکیل شده است. در حال حاضر، به دلیل شیوع ویروس کرونا، خدمات جنبی کتابخانه‌ها علاوه بر ارائه خدمات به صورت حضوری در کتابخانه‌هایی که امکان ارائه خدمات حضوری وجود دارد به صورت مجازی نیز ارائه می‌شود.

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، پرسش‌نامه ارزیابی میزان وفاداری مشتری (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۰، مون کیو و لارنس<sup>۱</sup> ۲۰۰۱) است. این پرسش‌نامه ۹ مؤلفه و ۲۷ گویه دارد که در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های پرسش‌نامه ارزیابی میزان وفاداری مشتری

ردیف	مؤلفه‌های پرسش‌نامه	شماره گویه‌ها
۱	وفاداری مشتری به ارائه‌کننده خدمات	۳ تا ۱
۲	کیفیت کلی خدمات	۶ تا ۴
۳	هزینه‌های خدمات	۸ و ۷
۴	زمان دریافت خدمات	۱۱ تا ۹
۵	دشواری ارزیابی عملکرد خدمات	۱۳ و ۱۲
۶	دانش ویژه ارائه‌دهنده خدمات درباره مشتریان	۱۶ تا ۱۴
۷	پایداری تأمین‌کننده خدمات	۱۹ تا ۱۷
۸	تخمین مسافت جغرافیایی تأمین‌کننده خدمات	۲۱ و ۲۰
۹	مقیاس عملکرد کیفیت خدمات	۲۷ تا ۲۲

سؤالات این پرسش‌نامه بر اساس مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت مطابق جدول ۲ است.

جدول ۲. طیف لیکرت

کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
۵	۴	۳	۲	۱

1. Moonkyu, Lee. Lawrence & Cunningham







جامعه آماری این پژوهش شامل همه اعضای کودک ۷ تا ۱۱ سال کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان در سال ۱۳۹۹ است که تعداد آنان ۲۹۰۷۲ نفر است. از تعداد ۳۸۰ نفر پاسخ‌دهنده، ۱۵۶ نفر (۴۱ درصد) دختر و ۲۲۴ نفر (۵۹ درصد) پسر بوده‌اند. به لحاظ رده سنی، ۲۰۹ نفر (۵۵ درصد) از پاسخ‌گویان مربوط به رده سنی ۷ تا ۹ سال و ۱۷۱ نفر (۴۵ درصد) مربوط به رده سنی ۱۰ تا ۱۱ سال هستند. مدت زمان عضویت اعضای مورد بررسی در کتابخانه بدین صورت بود: اعضای دارای ۱ سال عضویت ۲۶ درصد، اعضای دارای ۲ سال عضویت ۲۰ درصد، اعضای دارای ۳ سال عضویت ۱۹/۷ درصد و اعضای دارای بیش از ۳ سال عضویت ۱۴ درصد بوده‌اند. در خصوص میزان مراجعه به کتابخانه، ۳۰ درصد پاسخ‌دهندگان حداقل ماهی یک بار و ۲۴/۵ درصد حداقل هر سه ماه یک بار به کتابخانه مراجعه می‌کردند، اما فقط ۹ درصد آنان هر روز و ۲۰ درصد حداقل هفته‌ای یک بار به کتابخانه مراجعه می‌کردند و بقیه در بازه زمانی بیش از سه ماه به کتابخانه مراجعه داشتند. حجم نمونه مورد بررسی با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۰ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به روش خوشه‌ای انجام شد، به این صورت که ابتدا ۵ شهرستان از استان خوزستان به روش تصادفی انتخاب شد و سپس در هر شهرستان ۲ کتابخانه عمومی به صورت تصادفی انتخاب شد که در مجموع ۱۰ کتابخانه انتخاب شده است و در هر کتابخانه ۴۰ عضو کودک به صورت تصادفی انتخاب شدند که در نهایت در مجموع ۴۰۰ عضو نمونه انتخابی نهایی بودند و از آنان درخواست شد که پرسش‌نامه پژوهش را تکمیل کنند.<sup>۱</sup>

برای تحلیل داده‌های پژوهش نیز روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی به کار گرفته شده‌اند. در تحلیل توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده در خصوص متغیرهای پژوهش، از شاخص‌های مرکزی و پراکنندگی استفاده شد و اطلاعات توصیفی این داده‌ها به صورت خلاصه و طبقه‌بندی شده ارائه شده است. در ادامه به منظور پاسخ به سؤالات پژوهش، روش‌های آمار استنباطی شامل آزمون t تک‌نمونه‌ای و آزمون هم‌بستگی اسپیرمن استفاده شدند. همه محاسبات نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS 23 انجام شده است. محدودیت‌های پژوهش را می‌توان عمدتاً در تکمیل پرسش‌نامه‌ها برای کودکانی که به تنهایی قادر به تکمیل پرسش‌نامه نبودند و لازم بود با کمک والدین و یا مربیان تکمیل شود بیان کرد. در این مورد، برای جلوگیری از افت کیفیت داده‌های گردآوری شده بر نحوه تکمیل پرسش‌نامه‌ها توسط والدین و مربیان نظارت شد تا آن‌ها آنچه را نظر کودک بود منعکس کنند.

## یافته‌های پژوهش

**سؤال اول پژوهش:** در بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چه خدمات جنبی ارائه می‌شود؟ خدمات جنبی بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان در جدول ۳، ارائه شده است.

جدول ۳. خدمات جنبی ارائه شده در بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان

مسابقات هنری	مسابقات کتاب‌خوانی	ارائه‌های آموزشی و فرهنگی
کلاس‌های کمک آموزشی	ارسال منابع به صورت غیر حضوری	آموزش روش‌های جست‌وجو در اینترنت
کلاس‌های نویسندگی	اجراهای فرهنگی (موسیقی، فیلم و...)	اختصاص فضای مناسب برای دسترسی به اینترنت
کلاس‌های زبان انگلیسی	تورهای معرفی کتابخانه و خدمات	اختصاص فضا برای برگزاری کلاس‌های خصوصی
برگزاری جشن‌های ملی و مذهبی	برنامه‌های فرهنگی مشترک با مدارس	امانت بین کتابخانه‌ای
جلسات شعرخوانی و نقد شعر	کارگاه‌های آموزش مهارت‌های زندگی و آسیب‌های اجتماعی	فهرست تازه‌های کتاب نوجوان
دعوت از بازیگران و هنرمندان	حمایت از آفرینش‌های ادبی نوجوانان	نمایشگاه کتاب
نمایشگاه‌های خیره‌از صنایع دستی نوجوانان	ارائه خدمات به گروه‌های خاص	معرفی کتاب و داستان‌گویی
برگزاری همایش و نشست‌های علمی، فرهنگی و هنری	تجلیل از نویسندگان، ورزشکاران و غیره	جلسات سخنرانی در موضوعات اجتماعی و آموزشی

۱. برای کودکانی که به طور مستقل قادر به تکمیل پرسش‌نامه نبودند تکمیل پرسش‌نامه با کمک والدین یا مربیان آن‌ها انجام شد.



**سؤال دوم پژوهش:** وضعیت ارائه خدمات جنبی شناسایی شده در بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟

به منظور بررسی اینکه کدام یک از خدمات جنبی در بخش کودکان کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان اجرا می‌شود از آزمون علامت استفاده و بررسی شد که آیا میانه مشاهدات بزرگ‌تر از ۳ است یا خیر. نتایج این آزمون در جدول ۴ در ستون p ارائه شده است. با توجه به این نتایج، ملاحظه می‌شود که مقدار p برای اکثر خدمات ارائه شده در بخش کودک کان کوچک‌تر از ۰/۰۵ است. بنابراین، همه این خدمات در کتابخانه‌ها اجرا می‌شوند ( $p < 0.05$ ) به جز سه خدمت ارائه خدمات به گروه‌های خاص، برگزاری جشن‌های ملی و مذهبی و دعوت از بازیگران و هنرمندان ( $p > 0.05$ ).

مهم‌ترین خدمات اجرا شده در بخش کودک کتابخانه‌ها که در صدر لیست قرار دارند عبارت‌اند از: ارسال منابع به صورت غیر حضوری با میانگین ۳/۶۹، نمایشگاه کتاب با میانگین ۳/۶۷، ارائه بروشورهای آموزشی و فرهنگی با میانگین ۳/۵۵، فهرست تازه‌های کتاب نوجوان با میانگین ۳/۵۲، معرفی کتاب و داستان‌گویی با میانگین ۳/۴۷، برنامه‌های فرهنگی مشترک با مدارس با میانگین ۳/۳۶، امانت بین کتابخانه‌ای با میانگین ۳/۳۸، کلاس‌های کمک‌آموزشی با میانگین ۳/۳۱، جلسات شعرخوانی و نقد شعر با میانگین ۳/۲۴ و اختصاص فضا برای برگزاری کلاس‌های خصوصی با میانگین ۳/۲۹.

**سؤال سوم پژوهش:** رضایت اعضای بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از خدمات جنبی ارائه شده چه میزان است؟

نتایج آزمون t برای بررسی میزان رضایت اعضای بخش کودک در جدول زیر ارائه شده است. با توجه به این جدول، ملاحظه می‌شود که مقدار p برابر با ۰ است که چون کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود که میزان رضایت اعضای بخش کودک اختلاف معناداری با ۳ دارد. با توجه به اینکه میانگین نمرات رضایت برابر با ۳/۲۷ است، نتیجه می‌شود که میزان رضایت اعضا از خدمات جنبی ارائه شده در سطحی مطلوب قرار دارد.

**جدول ۴. نتایج آزمون t برای بررسی میزان رضایت اعضای بخش کودک**

متغیر	N	میانگین	انحراف معیار	t	df	p
رضایت	۳۸۰	۳/۲۷	۰/۵۲۹	۹/۸۴۰	۳۷۹	۰/۰۰۰

**سؤال چهارم پژوهش:** آیا بین رضایت از خدمات جنبی ارائه شده و وفاداری اعضای بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟

به منظور بررسی رابطه بین رضایت اعضا از خدمات جنبی ارائه شده و وفاداری آنان، میزان هم‌بستگی رضایت با وفاداری و زیرمؤلفه‌های آن سنجیده شد. با توجه به اینکه داده‌ها نرمال نبودند از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن استفاده شد. جدول ۵ این نتایج را ارائه می‌دهد. با توجه به این جدول، ملاحظه می‌شود که مقدار p برای همه ابعاد وفاداری برابر با ۰ است و چون کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود که بین رضایت اعضای بخش کودک و وفاداری و همه ابعاد آن رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

بر اساس این نتایج، ملاحظه می‌شود که ضریب هم‌بستگی بین رضایت و وفاداری به ارائه‌کننده خدمات برابر با ۰/۵۴۳ است که چون مقدار مثبت است، نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه‌ای مستقیم وجود دارد؛ یعنی افزایش وفاداری اعضا می‌تواند به افزایش رضایت آنان منجر شود.

ضریب هم‌بستگی بارضایت	P	ابعاد وفاداری
۰/۵۴۳	۰/۰۰۰	وفاداری به ارائه‌کننده خدمات
۰/۴۸۴	۰/۰۰۰	کیفیت کلی خدمات
۰/۴۵۸	۰/۰۰۰	هزینه‌های خدمات
۰/۶۳۰	۰/۰۰۰	زمان دریافت خدمات
۰/۵۴۴	۰/۰۰۰	دشواری ارزیابی عملکرد خدمات
۰/۶۹۸	۰/۰۰۰	دانش ویژه ارائه‌دهنده خدمات درباره مشتریان
۰/۵۴۶	۰/۰۰۰	پایداری تأمین‌کننده خدمات
۰/۶۱۳	۰/۰۰۰	تخمین مسافت جغرافیایی تأمین‌کننده خدمات
۰/۶۹۰	۰/۰۰۰	مقیاس عملکرد کیفیت خدمات

همچنین با توجه به جدول فوق، از میان ابعاد وفاداری، دانش ویژه ارائه‌دهنده خدمات درباره مشتریان با ضریب هم‌بستگی ۰/۶۹۸ بیشترین هم‌بستگی را با رضایت اعضا دارد. بنابراین، هرچه دانش ویژه ارائه‌دهنده خدمات درباره مشتریان بیشتر باشد، رضایت بیشتر اعضا در پی خواهد داشت. پس از آن، مقیاس عملکرد کیفیت خدمات، زمان دریافت خدمات و تخمین مسافت جغرافیایی تأمین‌کننده خدمات به ترتیب با ضریب هم‌بستگی ۰/۶۹۰، ۰/۶۳۰ و ۰/۶۱۳ از عوامل مهم در تأمین رضایت اعضا محسوب می‌شوند. پایداری تأمین‌کننده خدمات و دشواری ارزیابی عملکرد خدمات به ترتیب با ضریب هم‌بستگی ۰/۵۴۶ و ۰/۵۴۴ نیز نقشی بسزا در تأمین رضایت اعضا دارند. در نهایت، هزینه‌های خدمات و کیفیت کلی خدمات به ترتیب با ضریب هم‌بستگی ۰/۴۵۸ و ۰/۴۸۴ رابطه‌ای مستقیم با رضایت اعضا از خدمات جنبی کتابخانه دارند.

## بحث و نتیجه‌گیری

در خصوص وضعیت ارائه خدمات جنبی شناسایی شده در بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان، مهم‌ترین خدمات اجرا شده در بخش کودک کتابخانه‌ها که در صدر لیست قرار دارند عبارت‌اند از: ارسال منابع به صورت غیر حضوری با میانگین ۳/۶۹، نمایشگاه کتاب با میانگین ۳/۶۷، ارائه بروشورهای آموزشی و فرهنگی با میانگین ۳/۵۵، فهرست تازه‌های کتاب نوجوان با میانگین ۳/۵۲، معرفی کتاب و داستان‌گویی با میانگین ۳/۴۷، برنامه‌های فرهنگی مشترک با مدارس با میانگین ۳/۳۶، امانت بین کتابخانه‌ای با میانگین ۳/۳۸، کلاس‌های کمک آموزشی با میانگین ۳/۳۱، جلسات شعرخوانی و نقد شعر با میانگین ۳/۲۴ و اختصاص فضا برای برگزاری کلاس‌های خصوصی با میانگین ۳/۲۹. بین کتابخانه‌ها نیز تفاوتی معنادار در خصوص خدمات قابل ارائه وجود دارد.

کاکي، جمالی مهموئی و مکتبی فرد (۱۳۹۲)، کیان‌راد، فهیم‌نیا و نقشینه (۱۳۹۶)، قنبری خسرو، تاجداران و کیانی خوزستانی (۱۳۹۵)، ادیب‌منش، خاصه و ادیب‌منش (۱۳۹۸) و جزایری سقی (۱۳۹۷) در پژوهش‌های خود خدمات جنبی ارائه‌شده در جامعه پژوهش خود را ارزیابی کرده‌اند و به گونه‌ای می‌توان پژوهش آنان





را با پژوهش حاضر هم‌سو دانست. همچنین، در پژوهش میلانی‌فر و نوری (۱۳۹۹) نیز امانت بین کتابخانه‌ای به‌عنوان مهم‌ترین خدمات جنبی برای نوجوانان معرفی شد که در پژوهش حاضر نیز امانت بین کتابخانه‌ای به‌عنوان یکی از خدمات ارائه‌شده برای کودکان ۷ تا ۱۱ سال اجرا می‌شود. در نتیجه، نتیجه آن با پژوهش حاضر تا حدودی هم‌سو است.

در خصوص رضایت اعضای بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از خدمات جنبی ارائه‌شده نیز لازم به ذکر است همیشه حق با مشتری است. این عبارت، جمله‌ای آشنا در سراسر جهان به‌خصوص در مشاغل خدماتی است. از این‌رو، خدمات ارائه‌شده توسط کتابخانه‌های عمومی نیز در نهایت بایستی برحسب دیدگاه و نظرهای کاربران ارزیابی شود. ارائه خدماتی که مورد قبول و نیاز مشتری نباشد نتیجه‌ای جز هدر دادن وقت و سرمایه در بر ندارد. بررسی خدمات به‌ویژه خدمات جنبی از دیدگاه کاربران می‌تواند معیاری مناسب برای ارزیابی موفقیت کتابخانه‌ها در این حوزه باشد.

امروزه، اغلب کتابخانه‌های عمومی کشور در صورت داشتن فضای کافی دارای بخش مجزای کودک و نوجوان هستند و به‌دلیل مختلفی مانند رایگان بودن و یا ارزان بودن خدمات نسبت به سازمان‌های مشابه، تنوع خدمات جنبی ارائه‌شده توسط کتابخانه‌ها، گران بودن کتاب و منابع علمی و نبود محیط امن و مطمئن برای گروه‌های دوستانه و علمی برای کودکان و نوجوانان در خارج از این محیط و امکان حضور والدین آنان در کتابخانه با استقبال خوبی از سوی این قشر مواجه هستند. البته، میزان این استقبال منوط به مواردی همچون وجود کتابدار و مسئول خوش اخلاق و خلاق در کتابخانه، وجود کتابخانه در نزدیکی محل سکونت به‌خصوص در شهرهای بزرگ و توجه کتابدار به نیاز و علایق کودکان و نوجوانان است.

در خصوص رابطه بین رضایت از خدمات جنبی ارائه‌شده و وفاداری اعضای بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان نیز می‌توان گفت در حال حاضر در کشور به‌واسطه رابطه مناسب و دوسویه بین کتابخانه‌های عمومی و مدارس، کودکان و نوجوانان از طریق مدارس به مراجعه به کتابخانه تشویق می‌شوند یا به‌صورت گروهی از کتابخانه بازدید می‌کنند. همچنین، والدینی که خود اهل مطالعه و مراجعه به کتابخانه هستند نیز فرزندان خود را برای استفاده از خدمات به کتابخانه می‌آورند. در نتیجه، می‌توان گفت که اکثر کودکان و نوجوانان ما تجربه مراجعات یک‌بار یا دو بار به کتابخانه‌های عمومی دارند. اینجاست که نقش و وظیفه کتابداران مهم می‌شود. اخلاق کتابدار و خدمات ارائه‌شده از سوی کتابخانه باید به‌گونه‌ای باشد که با کسب رضایت و خرسندی کودک، او را به مراجعه مجدد به کتابخانه ترغیب کند. وجود محیطی خشک و بی‌روح و کتابداری بد اخلاق که تنها کارش نشستن پشت میز و امانت منابع چاپی است هیچ جذابیتی برای کودک نداشته و مانع مراجعه مجدد او به کتابخانه می‌شود مگر در صورتی که از طریق والدین یا مدارس مجبور به این کار شود. در نتیجه، کتابدار باید هنگام مراجعه کودک با مهربانی و خوش‌رویی با او برخورد کند و به‌خصوص در بخش کودک و نوجوان که در اکثر کتابخانه‌های عمومی سطح کشور در حال حاضر وجود دارد، فضایی مطبوع و شاد را با استفاده از جذابیت‌های دیداری-شنیداری ایجاد کند. تزئین دیوار و سقف با رنگ‌ها و تصاویر شاد، زیراندازها و صندلی‌های راحت و مناسب برای کودکان، وجود اسباب‌بازی و ابزار نقاشی برای استفاده گروهی کودکان و نمایش و بخش موسیقی و کلیپ‌های کودکانه شاد از طریق تلویزیون از جمله اقداماتی است که می‌تواند رضایت کودک را از مراجعه به بخش کودک تأمین کند. در مورد خدمات نیز باید کتابدار توجه داشته باشد که خدمات ارائه‌شده برای قشر کودک و نوجوان در عصر حاضر با خدمات سنتی معمولی کتابخانه متفاوت است. علاوه بر نیاز به خدمات سنتی یعنی امانت منابع چاپی مختص کودک و نوجوان، ارائه خدمات جنبی متنوع، جذاب و شاد نیز در راستای جذب کودکان به کتابخانه، تأمین رضایت و در نتیجه کسب وفاداری و علاقه آنان برای مراجعه و استفاده مادام‌العمر آنان از کتابخانه نیز مورد نیاز است. این خدمات باید برای کودکان متفاوت و تا حد ممکن جذاب‌تر از امکانات و سرگرمی‌هایی باشد که در خارج از کتابخانه برای آنان وجود دارد. اگر اینترنت، تلویزیون یا پارک جذابیت بصری زیادی برای کودک دارد، خدمات کتابخانه نیز باید به‌گونه‌ای باشد که بتواند علاوه بر



مقابله، تا حد ممکن از ظرفیت این جذابیت‌ها استفاده کند. ارائه خدمات جنبی مجازی مانند مسابقات آنلاین، برگزاری نشست‌های کتاب‌خوان، معرفی و نقد کتاب به صورت گروهی از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام، اجرای برنامه‌های مرتبط با کتاب و کتاب‌خوانی در شبکه‌های استانی توسط کتابخانه‌های عمومی سطح شهرستان و تشکیل مسابقات با حضور کودکان، والدین یا معلمان آنان و کتابدار در پارک از جمله این ظرفیت‌ها است.

در میان پژوهش‌های انجام‌شده در خارج از کشور، نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های کیرون و دیلجت<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، وانتارا<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، تان، چن و یانگ<sup>۳</sup> (۲۰۱۷)، اوه<sup>۴</sup> (۲۰۲۰)، ریزکی<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۲۰) و تئوم<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۲۲) هم‌سواست و در میان پژوهش‌های انجام‌شده در خارج از کشور نیز حدادیان و دیگران (۱۳۹۱)، کشوری و گرابی (۱۳۹۴)، محمدیان (۱۳۹۵)، مظلوم، سلطانی و سلطانی‌نژاد (۱۳۹۶) و فاطمیان و فرهادپور (۱۳۹۷) در پژوهش‌های خود رابطه معنادار رضایت از خدمات جنبی ارائه‌شده با وفاداری اعضا را تأیید کرده‌اند.

هدف اصلی ارائه خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی، تشویق و ترغیب افراد به کتاب‌خوانی و تبدیل کتابخانه از صرفاً مخزن کتاب به مکانی پویا و منفعل برای دسترسی به نیازهای فرهنگی، اجتماعی و علمی جامعه است. توجه به خدمات جنبی در کتابخانه‌ها بدون توجه به افرادی که آن‌ها را به کار می‌برند معنایی نخواهد داشت. سطح نیاز یک کودک به کتابخانه با یک دانشجو یا محقق و به‌طور کلی بزرگسالان متفاوت است. با توجه به این مسئله، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور به‌خصوص در سال‌های اخیر با ایجاد بخش کودک در کتابخانه‌های تحت پوشش خود، ارسال منابع و تجهیزات خاص کودک و نوجوان و اجرای برنامه‌ها و خدمات جنبی گوناگون در سطوح مختلف توجه خاصی را به این قشر به‌عنوان آینده‌سازان کشور اختصاص داده است تا علاوه بر جذب کودکان و نوجوانان به کتابخانه بتواند حضور در کتابخانه و استفاده از خدمات کتابخانه را به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی در آنان نهادینه سازد و در نتیجه فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی را در جامعه ارتقا و بهبود بخشد.

در این زمینه، نهاد کتابخانه‌های عمومی سیاه‌ای از خدمات جنبی را که کتابخانه‌های عمومی می‌توانند برای اعضای کودک و نوجوان خود اجرا کنند تدوین کرده است و هر کتابخانه بستگی به نیاز جامعه خود، بودجه، تعداد نیروها و علاقه‌مندی و خلاقیت کتابدار اقدام به اجرای این برنامه‌ها می‌کند (نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۹۰). مسئله مهم این است که اعضای کودک و به‌خصوص والدین آن‌ها از این خدمات راضی باشند و نسبت به شرکت و استفاده مجدد از این خدمات ترغیب شوند. کارایی و اثربخشی خدمات جنبی کتابخانه بر گذراندن بهینه اوقات فراغت، پیشرفت تحصیلی، فردی و اجتماعی و توانایی حضور در جامعه و افزایش سرانه مطالعه باید برای کودک و والدین آن‌ها مشخص باشد. وقتی این نتایج و اهمیت حضور در برنامه‌های کتابخانه برای فرد مشخص شود، وفاداری او به کتابخانه افزایش می‌یابد.

برای رسیدن به این هدف، مشکلات متعددی پیش‌روی کتابخانه‌ها است. بودجه اندک و وجود رقبای قدرتمندی مانند اینترنت و رسانه‌های دیجیتال از جمله این مشکلات است. بهترین راه برای حل این مشکل، استفاده از ظرفیت این رقبا برای ارائه خدمات به کودکان است که هم می‌تواند بودجه مورد نیاز را تا حدی کاهش دهد و هم خدمات ارائه‌شده برای کودکان را جذاب‌تر و متنوع‌تر سازد. کمبود نیروی کتابخانه‌ها نیز یکی دیگر از مشکلات آنان در اجرای اثربخش خدمات جنبی است. به‌طور کلی، کتابداران برای اجرای برنامه‌های جنبی چندان اختیار یا بودجه‌ای ندارند، در حالی که این کتابداران هستند که با جامعه سروکار دارند و بهتر

1. Kiran & Dilgit  
2. Wantara  
3. Tan, Chen & Yang  
4. Oh  
5. Rizky  
6. Twum



تشخیص می‌دهند چه برنامه‌هایی لازم است اجرا شود و چه امکاناتی برای این کارها نیاز است. مهم‌ترین مشکل در کتابخانه‌های عمومی وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی نداشتن نیروی است که مستقل از نیروی دیگر بخش‌ها خدمات جنبی را پیگیری و اجرا کند. تعدادی از کتابداران علاوه بر وظایف سنتی خود بستگی به علاقه و وقت خود این خدمات را برای اعضا ارائه می‌کنند و از آنجا که هیچ حقوق یا پاداشی بابت این کار به کتابدار داده نمی‌شود، بسیاری از کتابداران مایل به انجام این کار نیستند و اگر هم انجام دهند آن‌طور که شایسته است وقت یا توجه کافی به خدمات جنبی اختصاص نمی‌دهند.

به‌طور کلی، اهمیت اجرای خدمات جنبی و برنامه‌های فرهنگی در کتابخانه‌های عمومی در حال حاضر بر کسی پوشیده نیست و هدف پژوهش حاضر نیز شناساندن خدمات جنبی محبوب و اثبات تأثیر این خدمات بر رضایت و وفاداری اعضای کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بود. امید است نتایج این پژوهش بتواند مورد استفاده نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور قرار گیرد.

### پیشنهاد های کاربردی بر اساس یافته‌های این پژوهش

- معرفی خدمات و برنامه‌های جنبی ارائه‌شده توسط کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان به طرق جذاب و ترغیب‌کننده از طریق فضای مجازی، صد اوسیمیا و حضور در اجتماعات فرهنگی با حضور والدین و مربیان و معلمان مدارس و کودکان و نوجوانان.
- پیشنهادات مرتبط با نتایج سؤال دوم: وضعیت ارائه خدمات جنبی شناسایی شده در بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟
- استفاده از اعضای کودک مشتاق به‌عنوان همیار کتابدار به‌صورت دوره‌ای با انتخاب خود اعضای کودک تا از این طریق علاوه بر تمایل بیشتر کودکان به شرکت در فعالیت‌های کتابخانه، روحیه همکاری و رابطه دوستانه بین اعضای کودک نیز تقویت شود.
- استفاده از روش‌های جذاب و خلاقانه برای دستیابی کودکان به منابع و خدمات کتابخانه که در حقیقت به‌نوعی حس کنجکاوی کودکان را برانگیزاند (برای مثال تونل کتاب، بدین صورت که کودکان برای دستیابی به کتاب خود باید از تونلی که حاوی سؤالات یا چیستان‌های جالب است عبور کنند).
- استفاده از علائق، خلاقیت و آثار هنری خود کودکان (از قبیل کاردستی و نقاشی) به‌منظور تزئین بخش کودک تا از این طریق کودکان خود را به‌نوعی در فعالیت‌های کتابخانه سهیم بدانند.
- استفاده از لباس و گویش محلی هنگام قصه‌گویی.
- رسانه‌های دیجیتالی و فضای مجازی در حال حاضر از محبوبیت بسیاری در میان قشر کودک و نوجوان برخوردار است از این‌رو، پیشنهاد می‌شود کتابداران از جذابیت‌های این رسانه‌ها برای اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات جنبی کتابخانه خود استفاده کنند.
- پیشنهادات مرتبط با نتایج سؤال سوم: رضایت اعضای بخش کودک کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از خدمات جنبی ارائه‌شده چه میزان است؟
- نمایش مزایا و معایب استفاده از فضای مجازی و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی در میان کودکان با استفاده از قصه‌ها، کارتون و انیمه‌های جذاب و مورد علاقه آنان.
- همکاری مستمر با مدارس در اجرای خدمات جنبی و در صورت امکان تشکیل کلاس‌های فرهنگی در بخش کودک کتابخانه‌ها توسط کتابدار و معلمان. اجرای برنامه‌های گروهی در محیطی جذاب و شاد جذابیت بیشتری برای کودکان دارد که علاوه بر آشنایی هرچه بیشتر کودکان با کتاب و کتابخانه منجر به نهادینه شدن حضور مداوم و کسب وفاداری کودکان نسبت به کتابخانه می‌شود.
- حضور مداوم و هفتگی کتابداران در سایر اماکن فرهنگی مرتبط با کودکان مانند کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، مدارس و... و شرکت در برنامه‌های آنان و اجرای خدمات جنبی کتابخانه در این اماکن.



- انتخاب کتابدار کودک آموزش دیده و آشنا با روان‌شناسی کودک برای کتابخانه‌های عمومی؛
- دعوت از والدین به‌خصوص مادران برای قصه‌گویی و انتخاب دوره‌های یکی از والدین به‌عنوان رابط خانوادگی‌های عضو کتابخانه.

### پیشنهاد‌های پژوهش‌های آینده

- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن خدمات جنبی مورد نیاز اعضای کودک و نوجوان از دیدگاه کتابداران و مدیران کتابخانه‌ها، والدین و معلمان بررسی شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن خدمات جنبی در استان‌های دیگر بررسی شده و نتایج آن با نتایج پژوهش حاضر مقایسه شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن خدمات جنبی ارائه شده در کشورهای دیگر بررسی شود و امکان پیاده‌سازی این خدمات با توجه به فرهنگ ایرانی و اسلامی و بودجه کتابخانه‌های عمومی مدنظر قرار گیرد.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن خدمات جنبی کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی با خدمات جنبی دیگر اماکن فرهنگی مرتبط با کودکان مانند کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان مقایسه شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن کارایی هر کدام از خدمات جنبی انجام شده در کتابخانه‌های عمومی مورد بررسی و عوامل موفقیت این خدمات شناسایی و تقویت شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن تأثیر خدمات جنبی بر عوامل دیگری مانند اعتماد، تعهد، خلاقیت و... کاربران یا کتابداران سنجیده شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن خدمات جنبی موفق و محبوب کاربران گروه‌های سنی مختلف کودک و نوجوان در سطح ملی شناسایی و معرفی شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن تأثیر اجرای خدمات جنبی بر روحیه و رضایت‌مندی شغلی کتابداران سنجیده شود.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن عملکرد نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در برنامه‌ریزی و اجرای خدمات جنبی در سطح کشور مورد بررسی و ارزشیابی قرار گیرد.
- توصیه می‌شود در آینده پژوهشی انجام شود که در آن بررسی شود که اجرای خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی بر اشتها و مقبولیت عمومی این کتابخانه‌ها از دیدگاه گروه‌های سنی مختلف جامعه چه تأثیری می‌گذارد.

رتال جامع علوم انسانی

- ادیب‌منش، مرضیه؛ خاصه؛ علی‌اکبر؛ وادیب‌منش، مرزبان (۱۳۹۸). شناسایی خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه و نقش آن‌ها در جذب و نگهداشت کودکان و نوجوانان. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۷۸، (۱)، ۱۵۳-۱۷۸.
- اسدی، مریم (۱۳۸۹). بازاریابی اطلاعات. تهران: چاپار.
- افخمی، فاطمه (۱۳۹۶). بررسی نیازهای اطلاعاتی نوجوانان از کتابخانه‌های عمومی شهر شیراز [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه شیراز.
- امیر تیموری، محبوبه (۱۳۹۵). چگونگی وفادار سازی کاربران کتابخانه‌های عمومی کرمان [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- امینی، مریم؛ و پشوتنی‌زاده، میترا (۱۳۹۵). سنجش سطح وفاداری کاربران کتابخانه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران نسبت به خدمات کتابخانه و تعیین شاخص‌های مؤثر بر آن. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۹، (۴)، ۵۷-۸۴.
- پورعسگر خیوی، آذر (۱۳۹۷). خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان اردبیل و تأثیر آن در تشویق کاربران کودک و نوجوان [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه علامه طباطبائی.
- تاج‌الدینی، اورانوس؛ و امیر تیموری، محبوبه (۱۳۹۶). پارادایم نظریه‌ای وفادار سازی کاربران کتابخانه‌های عمومی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۳۰، (۳)، ۱۲۲-۱۴۲.
- جزایری سقی، غفت (۱۳۹۷). بررسی نقش خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی شهرستان گناباد در تشویق کودکان و نوجوانان شهرستان گناباد به مطالعه [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه فردوسی مشهد.
- حدادیان، علیرضا؛ کفاشان، مجتبی؛ آسمان‌دره، یاسر؛ رضایی‌زاده، فاطمه؛ و احسانی، حسین (۱۳۹۱). پیش‌شرط‌ها و پیامدهای وفاداری مراجعان کتابخانه‌ها: طراحی الگوی وفاداری مراجعان کتابخانه مرکزی استان قدس رضوی. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲، (۲)، ۱۳۷-۱۵۸.
- حریری، نجلا؛ و پاگرد کار، یاسمین (۱۳۹۵). تأثیر قصه‌گویی در کتابخانه‌های عمومی بر افزایش خلاقیت کودکان پیش‌دبستانی: یک پژوهش تجربی. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۲، (۲)، ۱۹۵-۲۱۲.
- رولی، جنیفر (۱۳۸۸). بازاریابی اطلاعات (مریم اسدی، مترجم). تهران: چاپار.
- غفاری، سعید (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر قم: براساس مدیریت ارتباط با مشتری. مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، ۳۲، (۳)، ۵۳-۷۲.
- فاطمیان، مریم؛ و فرهاد پور، محمدرضا (۱۳۹۷). تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری و رضایتمندی کاربران با نقش میانجی ارزش ادراک‌شده خدمات: مطالعه موردی کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۳، (۴)، ۵۲۳-۵۴۴.
- فخار طبسی، ملیحه (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر میزان اشتیاق به بازگشت کودکان و نوجوانان به کتابخانه، از دید مراجعان کودک و نوجوان کتابخانه‌های عمومی شهر مشهد. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۷، (۲)، ۶۱-۷۶.
- قنبری خشنو، مریم؛ تاجداران، منصور؛ و کیانی خوزستانی، حسن (۱۳۹۵). وضعیت و امکانات موجود کتابخانه‌های عمومی استان همدان در ارائه خدمات جنبی به استفاده‌کنندگان از دیدگاه کتابداران. نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۳۵، (۴)، ۸۳-۹۴.
- کاکلی، مریم؛ جمالی، حمیدرضا؛ و مکتبی‌فرد، لیلا (۱۳۹۲). خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی و نقش آن در جذب کودکان به کتابخانه‌ها. نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۳۲، (۴)، ۲۱-۳۲.
- کشوری، مریم؛ و عبداللهی، محمدصادق (۱۳۹۲). تقویت وفاداری مشتریان کتابخانه‌ها با استفاده از رسانه‌های اجتماعی. مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، ۲۴، (۱)، ۷۶-۹۳.
- کشوری، مریم؛ و گرای، احسان (۱۳۹۴). نقش تعدیل‌کننده درگیری مشتریان در خدمات بر رابطه ارزش ادراک‌شده و رضایتمندی با وفاداری مشتریان کتابخانه‌های عمومی (مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی غرب کشور). پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۸، (۱)، ۲۳۴-۲۲۱.
- کیان‌راد، زهرا؛ فهیم‌نیا، فاطمه؛ و نقشین، نادر (۱۳۹۶). ارزیابی خدمات جنبی کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی شهر تبریز و نقش آن در توسعه فرهنگ مطالعه مخاطبان کودک و نوجوان آن. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۷، (۲)، ۴۱-۶۰.
- لرکی، پریسا؛ سلیمیان، ملیحه؛ و منصور، علی (۱۳۹۴). ارزیابی خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی شهر فولادشهر و تأثیر آن بر میزان جذب مخاطبان: از دیدگاه کاربران [ارائه مقاله]. همایش ملی کتابخانه‌های عمومی عوامل و موانع جذب و توسعه مخاطب، اصفهان، ایران.
- محمدیان، زهرا (۱۳۹۵). شناسایی عوامل اثرگذار بر وفاداری مراجعان و تأثیر وفاداری بر پیامدهای کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه فردوسی مشهد.







مظلوم، جلال؛ سلطانی، مرتضی؛ و سلطانی نژاد، نیما (۱۳۹۶). بررسی تأثیر خدمات ارائه‌شده بر ارزش ادراک‌شده، رضایت و وفاداری کاربران کتابخانه‌های عمومی کشور (مطالعه موردی: شهر رشت). تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۳۳(۱)، ۱۱۱-۱۲۳.

مقیمی، سیدمحمد؛ و رمضان، مجید (۱۳۹۰). ارزیابی میزان وفاداری مشتری. تهران: انتشارات راه‌دان.

ملایی، ابراهیم (۱۳۹۱). شناسایی راه‌های بهبود خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان از دیدگاه کاربران بر مبنای رهنمودهای ایفلا و یونسکو [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه اصفهان.

ملایی، ابراهیم؛ شعبانی، احمد؛ و قضاوی خوراسگانی، رقیه (۱۳۹۴). بهبود خدمات جنبی در کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان از دیدگاه کاربران بر اساس عوامل جمعیت‌شناختی. دانش‌شناسی، ۸(۳۱)، ۸۱-۹۵.

میلائی‌فر، نغمه؛ و نوری، مریم (۱۳۹۹). چالش‌ها و فرصت‌های کتابخانه‌های عمومی شهر اهواز برای جذب نوجوانان در کتابخانه‌های عمومی در کرانه کارون و کرخه. در احمد شعبانی و منصور کوهی رستمی (سرویراستاران)، مجموعه مقالات همایش‌های ملی کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی. تهران: نشر چاپار.

نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۱۳۹۰). مجموعه دستورالعمل‌های اداره کتابخانه‌های عمومی. اداره کل امور کتابخانه‌های نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور؛ انتشارات کتاب‌نشر.

## References

- Adibmanesh, M., Khasseh, A. A., & Adibmanesh, M. (2019). Identification of the Extra Services in the Public Libraries of Kermanshah Province and their Role in Attracting and Retaining Children and Adolescents. *Research on Information Science and Public Libraries*, 25(1), 153-178. (in Persian)
- Afkhami, Fatemeh (2016). *Investigating the information needs of teenagers from public libraries in Shiraz* [Master's thesis]. Shiraz University. (in Persian)
- Amini, M., & Pashootanzade, M. (2016). Evaluating the Level of User Loyalty in Library of Tehran University Faculty of Literature and Humanities's Library Services and Determining their Affecting Factors. *Library and Information Sciences*, 19(4), 57-84. (in Persian)
- Amirtimori, M. (2015). How to make Kerman public library users loyal? [Master's thesis]. Shahid Bahonar University of Kerman. (in Persian)
- Bosia, C., Duparc, M. L., Gilardoni, E., & Hug, A. (2003). *Libraries@[at] the heart of the Information Society*. IFLA.
- Carolyn, F. C., & Karen, N. K. (2002). From prisoners to apostles: A typology of repeat buyers and loyal customers in service businesses. *Journal of services Marketing*, 16(4), 322-341.
- Fakhtabasi, M. (2017). Study of the factors influencing children and adolescents' willingness to return to the library from the viewpoints of children and adolescent clients of public libraries in Mashhad. *Library and Information Science Research*, 7(2), 61-76. <https://doi.org/10.22067/riis.v7i2.63170> (in Persian)
- Fatemian M., & Farhadpoor M. R. (2019). The Effect of Quality of Information Services on the users' Loyalty and their Satisfaction with the Library Information Services of Public Libraries through the Mediating Role of Perceived Value of Services: A Case Study of Public Libraries of Khuzestan Province. *Research on Information Science and Public Libraries*, 24(4), 523-544. (in Persian)
- Ghaffari, S. (2015). Surveying factors influencing usersloyalty in public libraries in Qom (Based on Customer Relationship Management (CRM)). *Quarterly Resources and Information Services Management*, 2(3), 53-72. (in Persian)
- Ghanbari Khoshno, M., Tajdaran, M., & Kiani Khuzestani, H. (2016). Survey on the status and facilities of the public libraries in Hamedan province in providing services peripheral to users from the point of view of librarians. *Journal of Information Systems and Services*, 5(3,4), 83-94. (in Persian)
- Hadadian, A., kafashan, M., Aseman Doreh, Y., Rezaii zadeh, F., & Ehsani, H. (2012). Antecedents



- and Outcomes of library Client Loyalty: Designing a model for the Central Library of Astan Qods' Clients Loyalty. *Library and Information Science Research*, 2(2), 137-158. <https://doi.org/doi:10.22067/riis.v2i2.10017> (in Persian)
- Hariri, N., & Pagardkar, Y. (2016). Determination of the effect of storytelling in public libraries on the creativity of preschool children: An experimental research. *Research on Information Science and Public Libraries*, 22(2), 195-212. (in Persian)
- Hernon, P., & Altman, E. (2010). *Assessing service quality: Satisfying the expectations of library customers*. American Library Association.
- Jazayeri Saghii, E. (2017). *Investigating the role of ancillary services of public libraries in Gonabad city in encouraging children and adolescents in Gonabad city to study* [Master's thesis]. Ferdowsi University of Mashhad. (in Persian)
- Kaki, M., Jamali, H. R., & Maktabifard, L. (2013). Evaluation of Additional Services of Public Libraries of Tehran and Their Role in Promoting Reading among the Youth. *Journal of Information Systems and Services*, 2(4), 21-32. (in Persian)
- Keshvari, M., & Abdollahi, M. (2013). Enhancing the Loyalty of Library Customers Using Social Media. *Librarianship and Information Organization Studies*, 24(1), 76-93. (in Persian)
- Keshvari, M., & Geraee, E. (2015). The Moderating Role of Customer Involvement in Library's Services in the Relationship between Perceived Value and Satisfaction with the Customer Loyalty to the Public Libraries (Case Study: Public Libraries in the West of Iran). *Library and Information Science Research*, 5(1), 221-234. <https://doi:10.22067/riis.v5i1.27502> (in Persian)
- Kian Rad, Z., Fahimnia, F., & Naghshineh, N. (2017). Evaluation of the Ancillary Services of the Libraries under Supervision of Tabriz City's Institution of Public Libraries, and Their Effects on Developing the Users' Reading Culture (Children and Teenagers). *Library and Information Science Research*, 7(2), 41-60. <https://doi:10.22067/riis.v7i2.61308> (in Persian)
- Kiran, K., & Diljit, S. (2011). Antecedents of customer loyalty: Does service quality suffice?. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 16(2), 95-113.
- Laksmi, S. S. (2007, June 27). *The effectiveness of reading habit promotion in public libraries of DKI Jakarta province* [Paper presentation]. *The International Conference on Libraries, Information and Society*, Petaling Jaya, Malaysia.
- Larki, P., Salimian, M., & Mansouri, A. (2016). *Evaluation of ancillary services in public libraries of Foulad Shahr and its effect on audience attraction: from users' point of view* [Paper presentation]. National Conference of Public Libraries, Factors and Obstacles to Audience Attraction and Development, Isfahan. (in Persian)
- Milanifar, N., & Nouri, M. (2015). Challenges and opportunities of Ahvaz city public libraries to attract teenagers in public libraries in Karone Bank and Karkheh. In A. Shabani & M. Koochi Rostami (Eds.), *Proceedings of national conferences on social functions of public libraries*. by Ahmad Shabani and Mansour Kohi Rostami. Tehran. Chapar publication. (in Persian)
- Moghimi, Seyyed Mohammad; Ramadan, Majid (2011). *Evaluation of customer loyalty*. Tehran: Rahdan Publishing House. (in Persian)
- Mohammadian, Zahra (2015). Identifying factors affecting patron loyalty and the effect of loyalty on outcomes in the central library of Ferdowsi University of Mashhad. Master's thesis, Ferdowsi University of Mashhad, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Department of Information Science and Epistemology. (in Persian)
- Mollae, E. (2011). Identifying ways to improve secondary services in public libraries of Isfahan province from the users' point of view based on IFLA and UNESCO guidelines [Master's thesis]. University of Isfahan. (in Persian)
- Mollae, E., Shabani, A., & Rezaei Aderyani, R. (2016). Improving peripheral services in Isfahan public libraries from the views of users based on demographic factors. *Journal of Knowledge*

*Studies*, 8(31), 81-95. (in Persian)

- Lee, M., & Cunningham, L. F. (2001). A cost/benefit approach to understanding service loyalty. *Journal of services Marketing*, 15(2), 113-130.
- Oh, D. G. (2003). Complaining behavior of public library users in South Korea. *Library & Information Science Research*, 25(1), 43-62.
- Oh, D. G. (2020). Beyond providing information: An analysis on the perceived service quality, satisfaction, and loyalty of public library customers. *Libri*, 70(4), 345-359. <https://doi.org/10.1515/libri-2020-0006>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4\_suppl1), 33-44.
- Mazloom J., Soltani M., & Soltani-Nejad N. (2017). The Correlation among Provided Services, perceived value, Satisfaction and Loyalty of users of Public Libraries: The Case of Rasht City. *Research on Information Science and Public Libraries*, 23(1), 111-123. (in Persian)
- Pourasgar Khiavi, A. (2017). *Evaluation of Supplementary Services of Public Libraries of Ardebil Province and Its Impact in Encouraging Child and Teenage users* [Master's thesis]. Allameh Tabatabai University. (in Persian)
- Rizky, T. D., Huda, N., Muslikh, M., & Rini, N. (2020). Analysis (LibQual) on Loyalty and Library Satisfaction; A Case Study in YARSI University Library Service Center. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 16(2), 182-195. <https://doi.org/10.33830/jom.v16i2.963.2020>
- Roman, S., & Fiore, C. D. (2010). Do public library summer reading programs close the achievement gap. *Children and Libraries*, 8(3), 27-31.
- Rowley, J. (2010). *Information Marketing* (M. Asadi, Trans.; 2nd ed.). Tehran: Chapar. (Original work published 2006). (in Persian)
- Tajedini, U., & Amirtaimory, M. (2017). Theoretical paradigm of building loyalty in users of public libraries: a qualitative study. *Library and Information Sciences*, 20(3), 122-142. (in Persian)
- Tan, T. S., Chen, T. L., & Yang, P. H. (2017). User satisfaction and loyalty in a public library setting. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(5), 741-756. <https://doi.org/10.2224/sbp.5999>.
- Twum, K. K., Adams, M., Budu, S., & Budu, R. A. A. (2022). Achieving university libraries user loyalty through user satisfaction: the role of service quality. *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(1), 54-72.
- Wantara, P. (2015). The relationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in library services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 264-269.

