



Designing the Commercialization Model of University Library Services in Kermanshah (Case of Study: Information Databases, Educational Workshops, Abstracting and Indexing Services)

Soraya Karami Paemami¹ | Mahmoud Moradi^{2✉}  | Vida Seifouri³ 

1. Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: sorayamoradi90@gmail.com
2. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: mmoradi44@gmail.com
3. Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: v.seifouri@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 18 March 2022

Received in revised form 10

June 2022

Accepted 16 June 2022

Published online 25 June 2022

Keywords:

Commercialization,
Library services,
university libraries,
Grounded Theory.

ABSTRACT

Purpose: When the library fails to fulfill a social need, the society does not stop its action in fulfilling that need, but creates another institution to fulfill that need. So it is appropriate for librarians and libraries to act not only harmoniously but also proactively in interacting with developments and new conditions. Considering that university libraries, if they focus their services on the needs of their community, and if the user community has the feeling that the money received from them will be spent on optimal services for them, it seems that they are reasonably willing to provide the services received. To pay such works are common in many countries and their libraries. Therefore, according to the existence of commercialization models, it is possible to design a commercialization model suitable for university library services. Purpose of this research is, providing a model for commercialization academic library services.

Methodology: The method of this research is applied-developing and qualitative research, as well as Grounded theory was used for data analysis. In this research used method for sampling is, snowball. Using theoretical saturation index, 25 persons were interviewed include of professors of information science, economic, entrepreneur management, and managers and librarians of Central libraries in Kermanshah universities. Collecting documents and studying the background of the research was chosen as a complement to data collection. After collecting all the data, the researcher performs the coding steps and answers the research questions, and finally a comprehensive model of commercialization for university library services was achieved.

Findings: Coding was done for all the data obtained from the interviews and the study of related texts, separated by services, and the main components of the commercialization model for these services were obtained. The performed analysis through coding steps, showed that in discussing the commercialization of these services, categories or the main elements were as follows: discovery(create) idea, assessment ideas, audiences, the rules and permissions, commercialization method, supply financial sources, possibilities and equipment, how to produce and marketing.

Conclusion: In order to have an entrepreneurial university, the heart of the university, i.e. the library, must also be an entrepreneur, and for library entrepreneurship, library services must be commercialized. Commercialization is a process that transforms ideas and results of research from any department of the university, including the library, into products or services that can be sold in the market. Eventually, a model was obtained for commercialization of university libraries services in the form of a process comprising 9 main categories.

Cite this article: Karami Paemami, S., Moradi, M., & Seifouri, V. (2022). Designing the commercialization model of university library services in Kermanshah (Case of study: Information databases, educational workshops, abstracting and indexing services). *Academic Librarianship and Information Research*, 56 (1), 87-98. <http://doi.org/10.22059/jlib.2022.346346.1621>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Central Library and Documentation Center.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jlib.2022.346346.1621>

طراحی الگوی تجاری سازی خدمات کتابخانه های دانشگاهی شهر کرمانشاه (مورد مطالعه: خدمات پایگاه های اطلاعاتی، کارگاه های آموزشی، چکیده نویسی و نمایه سازی)

ثریا کرمی پامامی^۱ | محمود مرادی^۲، ویدا صیفوری^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه. رایانامه: sorayamoradi90@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه. رایانامه: mmoradi44@gmail.com
۳. دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه. رایانامه: v.seifouri@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/۲۵</p> <p>کلیدواژه ها: تجاری سازی، خدمات کتابخانه، کتابخانه های دانشگاهی، نظریه داده بنیاد، گراند تئوری.</p>	<p>هدف پژوهش: هدف پژوهش حاضر، ارائه مدلی برای تجاری سازی خدمات کتابخانه های دانشگاهی شهر کرمانشاه است.</p> <p>روش شناسی پژوهش: پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی توسعه ای بوده و از نظر روش شناسی، در زمره پژوهش های کیفی قرار می گیرد، همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش نظریه داده بنیاد (گراند تئوری) استفاده شده است. از روش نمونه گیری گلوله برقی، استفاده شد. با استفاده از شاخص اشباع نظری، ۲۵ نفر از اساتید گروه های علم اطلاعات و دانش شناسی، اقتصاد، مدیریت کارآفرینی و مدیران و کتابداران کتابخانه های مرکزی دانشگاه های شهر کرمانشاه، مورد مصاحبه قرار گرفتند.</p> <p>یافته های پژوهش: بعد از تجزیه و تحلیل داده ها از طریق انجام مراحل کدگذاری، مقوله ها یا عناصر اصلی زیر برای تجاری سازی به دست آمد: کشف (خلق) ایده، ارزیابی ایده، مخاطبان، قوانین و مجوزها، روش تجاری سازی، تأمین منابع مالی، امکانات و تجهیزات، نحوه تولید و بازاریابی.</p> <p>نتیجه گیری: در نهایت مدلی برای تجاری سازی خدمات کتابخانه های دانشگاهی به دست آمد که به صورت فرایندی متشکل از ۹ مقوله اصلی است. همچنین بر اساس مصاحبه های انجام شده و مشاهدات و تجربیات محققان، مواردی همچون ناآگاهی از فرایند تجاری سازی، عدم وجود مدیران متخصص در کتابخانه، کمبود نیروی انسانی متخصص، بکارگیری افراد غیرمتخصص در کتابخانه، ترس از تغییر در کتابداران، عدم وجود بودجه، نبود امکانات و تجهیزات مورد نیاز، نامساعد بودن زیرساخت های قانونی، نامساعد بودن زیرساخت های اقتصادی، فرهنگی و غیره به عنوان موانع تجاری سازی خدمات کتابخانه های دانشگاهی شهر کرمانشاه شناسایی شدند.</p>

استناد: کرمی پامامی، ثریا؛ مرادی، محمود، و صیفوری، ویدا (۱۴۰۱). طراحی الگوی تجاری سازی خدمات کتابخانه های دانشگاهی شهر کرمانشاه (مورد مطالعه: خدمات پایگاه های اطلاعاتی، کارگاه های آموزشی، چکیده نویسی و نمایه سازی). *تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاهی*، ۵۶ (۱)، ۸۷-۹۸.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jlib.2022.346346.1621>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد.

مقدمه

کتابخانه‌ها از دیرباز به عنوان سازمان‌هایی که خدمات خود را به صورت رایگان در اختیار اعضای جامعه قرار داده‌اند، معروف هستند. به سخن دیگر، آنها به طور مستقیم از مراجعه کننده هزینه‌ای مطالبه نکرده‌اند؛ اما شرایط در حال تغییر است، افزایش نرخ تورم و به تبع آن کاهش بودجه و قدرت خرید کتابخانه‌ها از یک سو و افزایش انتظارات مراجعان برای دستیابی بهتر و سریع‌تر به اطلاعات روزآمد و نقش فناوری‌های نوین در تقویت انتظارات و کمک به راه‌اندازی خدمات جدید از سوی دیگر کتابخانه‌ها را با چالش جدیدی مواجه ساخته است (آباد، ۱۳۹۰: ۵). از آنجا که تغییر غیرقابل اجتناب است و چون با دانش روزافزون و فناوری رو به پیشرفت همراه است با سرعتی غیرقابل قیاس با گذشته در حال حرکت است. در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی، تغییرات در فناوری و به دنبال آن تغییر در انتظارات مراجعان و امکاناتی که ارائه‌دهندگان خدمات عرضه می‌کنند، کتابخانه‌ها و کتابداران را ملزم کرده است تا برای حفظ بقای خود مبارزه کنند (رحمتی، ۲۰۰۷).

قلب تپنده هر دانشگاهی یک کتابخانه تمام عیار است که قادر به کارآفرینی و درآمدزایی و پیاده‌سازی اصول تجاری‌سازی برای خدمات و محصولاتش است. به علاوه، شرایط کنونی اقتصاد کشور و مشکلات اقتصادی و بعضاً تحریم‌های اعمال شده از سوی کشورهای ابر قدرت بر کشور ما باعث شده در تمام زمینه‌ها با کمبود بودجه مواجه شویم، از جمله بودجه اختصاص داده شده به کتابخانه‌های دانشگاهی است. از آنجا که کتابخانه‌های دانشگاهی نقش بسیار مهمی در پیشرفت علمی کشور دارند و با توجه به کمبود بودجه، ما باید راه‌هایی در کتابخانه‌های دانشگاهی بیابیم که از طریق آنها بخشی از بودجه مورد نیاز کتابخانه را تأمین کنیم. بنابراین در این تحقیق، محقق بر آن است تا یک مدل تجاری‌سازی برای خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه طراحی کند، تا از طریق اجرای این مدل در کتابخانه‌های دانشگاهی دریچه‌ای به روی درآمدزایی در کتابخانه‌ها باز شود. همزمان با تغییرات فناوری و به دنبال آن تغییر در انتظارات مشتریان، کتابخانه‌ها نیز ناچار هستند برای حفظ بقای خود تلاش کنند و روشی متفاوت با آنچه در گذشته داشتند به کار بندند. به این منظور مدیران کتابخانه‌ها باید مانند مدیران بخش‌های تجاری دیگر سیاست مناسبی برای ایجاد و هدایت تغییر، مدیریت دانش و فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند. از طرفی، نگاه امروز به اطلاعات، دید اقتصادی است و کتابخانه‌ها در صورتی می‌توانند همگام با پیشرفت و توسعه جهانی خدمات مناسب خود را ارائه دهند که با ارتقای سرمایه اجتماعی و کارآفرینی متقابلاً در جهت ارتقای سازمان و خدمات خود گام بردارند (باب‌الحوائجی و زمانی‌راد، ۱۳۹۲: ۶۸).

هرگاه کتابخانه در برآوردن یک نیاز اجتماعی قصور ورزد، جامعه عملش را در برآوردن آن نیاز متوقف نمی‌سازد، بلکه نهادی دیگر را جهت برآوردن آن نیاز می‌آفریند. پس شایسته است کتابداران و کتابخانه‌ها در تعامل با تحولات و شرایط جدید نه تنها هماهنگ بلکه پیشرو عمل کنند. با توجه به اینکه کتابخانه‌های دانشگاهی اگر خدمات خود را متوجه نیازهای جامعه خود کنند و جامعه استفاده کننده اگر این احساس را داشته باشد که مبالغ دریافتی از آنان صرف خدمات بهینه برای آنان خواهد شد، بنظر می‌رسد به طور معقول حاضرند برای ارائه خدمات دریافتی مبالغی را پرداخت نمایند. که چنین کارهایی در بسیاری از کشورها و کتابخانه‌های آنها رایج است. بنابراین، با توجه به وجود مدل‌های تجاری‌سازی، امکان طراحی مدل تجاری‌سازی متناسب با خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی وجود دارد.

پیشینه پژوهش

تا آنجا که پژوهشگران جستجو کرده‌اند، پیشینه‌ای که کاملاً منطبق با موضوع این مقاله باشد یافت نشد. تنها یک مورد در خارج از ایران تا اندازه‌ای مرتبط است: ماکسیم سیتنیکی^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «مدل امتیازدهی تجاری‌سازی خدمات کتابخانه‌های علمی دانشگاه‌های تحقیقاتی» به بررسی فعالیت کتابخانه‌های علمی دانشگاه‌های تحقیقاتی که برای متنوع بودن در شرایط کنونی توسعه سریع فنی، تلاش می‌کنند، می‌پردازد. نتایج پژوهش شامل وظایف اصلی و ثانویه کتابخانه‌های علمی دانشگاه‌های تحقیقاتی است. مقایسه مدل‌های سنتی و دیجیتال امتیازدهی، تفاوت‌ها را براساس ۱۰ معیار اصلی نشان می‌دهد:

1. Abad

2. Rahmati

3. Babalhavaeeji & Zamanirad

4. Maksym Sitnicki

هزینه‌ها برای ساخت یک شبکه؛ سرعت فعل و انفعال؛ سطح انعطاف‌پذیری مدیریتی؛ به‌روزرسانی سیستم؛ امکان‌پذیری گسترش شبکه؛ کنترل امور مالی؛ مدیریت برند؛ نرخ بازگشت؛ سرعت اطلاعات درباره خدمات جدید؛ و نیاز برای مدیریت عملیاتی. نتیجه اصلی پژوهش این است که، معرفی یک ابزار بازاریابی توسعه یافته توسط مدیران با استعداد با یک تفکر کارآفرینانه، یک منبع استقلال مالی برای کتابخانه‌های علمی دانشگاه‌های تحقیقاتی که آنها مدیریت می‌کنند، خواهد بود.

پرسش‌های پژوهش

الف. پرسش اصلی پژوهش

مدل تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟

ب. پرسش‌های جزئی

۱. اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چه مواردی است؟
۲. ترکیب و توالی اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش کیفی بیشتر در علوم اجتماعی و انسانی مثل مردم‌شناسی، علوم تربیتی، علوم ارتباطی، روان‌شناسی، تاریخ، باستان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، روابط بین‌المللی، مدیریت کتابداری و اطلاع‌رسانی و برخی از شاخه‌های علوم طبیعی مثل مطالعات بالینی و پرستاری بکار می‌رود و معمولاً پژوهشی ترکیبی است. یعنی از مجموعه‌ای روش‌ها، فنون و ابزارها مثل مطالعه موردی، تجربه شخصی، درونگری، شرح حال، روایت، مشاهده مشارکتی، مشاهده متون تاریخی، متون تعاملی و بصری بهره می‌گیرد و گستره وسیعی از روش‌های تامل و تحلیل‌های تفسیری را می‌پوشاند (خداوردی^۱، ۱۳۸۷: ۴۵).

روش گراند تئوری: روش گراند تئوری یک شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. روش نظریه داده‌بنیاد معمولاً به سه شیوه اجرا می‌شود: شیوه نظام‌مند، شیوه نوحسته و شیوه سازاگرا. در این تحقیق از روش نظام‌مند که به استراوس و کوربین نسبت داده می‌شود برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. روش نظام‌مند خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. مراحل کدگذاری در گراند تئوری شامل: ۱. گام اول: کدگذاری باز؛ ۲. گام دوم: کدگذاری محوری؛ ۳. گام سوم: کدگذاری انتخابی^۲.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، اعضای هیئت علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گروه اقتصاد و کارآفرینی دانشگاه رازی و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه در سال ۱۳۹۷ است.

در این پژوهش از نمونه‌گیری گلوله‌برفی^۳ که یک نمونه‌گیری غیراحتمالی است استفاده شده که شامل روش آسان یا در دسترس، روش مبتنی بر هدف یا قضاوتی و روش سهمیه‌ای است (عبدالسعیدی و امیرعلی‌اکبری^۴، ۲۰۱۲). پولیت آهرا و بک در زمینه روش گلوله‌برفی بیان کردند: این روش که گاهی به آن روش شبکه‌ای یا زنجیره‌ای نیز گفته می‌شود، روش مناسب، کارآمد و ارزانی برای دستیابی به افرادی است که در غیر این صورت پیدا کردن آنها مشکل است. در این روش، محقق از اولین نمونه‌ها که اغلب به روش ساده انتخاب شده‌اند، می‌خواهد اگر افراد دیگری را می‌شناسد که در زمینه پدیده مورد بررسی دارای تجربیات و

1. Khodaverdi

2. Open coding

3. Axial coding

4. Selective coding

5. Snowball

6. Abedsaiedi & Amiraliakbari

دیدگاه‌های مشابهی هستند، برای شرکت در مطالعه معرفی نماید. روش گلوله برفی ضمن این که وقت کمی می‌گیرد، به واسطه آشنایی افراد جدید با فرد اول و به واسطه او با محقق، راحت‌تر با محقق ارتباط برقرار می‌کنند (پولیت آهارا و بک، ۲۰۰۶). نمونه گیری در روش گلوله برفی به شکل تدریجی شکل می‌گیرد و این در انتخاب افراد مؤثر است. نمونه گیری به روش نمونه‌های تأیید کننده و رد کننده، تا رسیدن به مرحله اشباع ادامه می‌یابد (نادری‌فر، گلی و قلیجایی^۲؛ ۱۳۹۶: ۱۷۳). که بر این اساس تعداد ۲۵ نفر از اساتید و کتابداران دانشگاه‌های کرمانشاه مورد مصاحبه قرار گرفتند.

در این پژوهش، مصاحبه عمیق به عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. علاوه بر این محقق به بررسی اسناد و مدارک پرداخته و برای استخراج برخی از کدهای مورد نظر ادبیات موضوع را مورد مطالعه قرار داده است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه عمیق با ۲۵ نفر از اعضای هیئت علمی گروه‌های علم اطلاعات، اقتصاد و مدیریت کارآفرینی و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی و متخصصان علم اطلاعات است که در طی این مصاحبه‌ها داده‌ها به اشباع نظری رسیدند و گردآوری اسناد و مدارک و مطالعه پیشینه پژوهش به عنوان مکمل گردآوری داده‌ها انتخاب شد. بعد از گردآوری تمامی داده‌ها محقق مراحل کدگذاری را انجام داده و پرسش‌های پژوهش را پاسخ می‌دهد و در نهایت، به یک الگوی جامع تجاری‌سازی برای خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی دست می‌یابد.

یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز خدمات (پایگاه‌های اطلاعاتی، کارگاه‌های آموزشی، چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی)

در این مرحله، کدگذاری‌ها برای تمامی داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها و مطالعه متون مرتبط، به تفکیک خدمات انجام می‌شود و اجزای اصلی مدل تجاری‌سازی برای این خدمات، به دست می‌آید. کدگذاری‌های صورت گرفته، با این پیش فرض انجام شده است که تمامی زیرساخت‌ها و امکانات و تجهیزات مهیا و فراهم است.

جدول ۱. کدگذاری باز پایگاه‌های اطلاعاتی

مفهوم	کدگذاری اولیه پایگاه‌های اطلاعاتی
ایده	<ul style="list-style-type: none"> دسترس پذیر کردن انتشارات علمی و پایگاه‌های اطلاعاتی برخط ارتباط با مجامع علمی سایر کشورهای دنیا
ارزیابی ایده	<ul style="list-style-type: none"> برطرف کردن نیاز اطلاعاتی دانشجویان، اساتید و پژوهشگران کمک به توسعه پژوهش افزایش کیفیت در آموزش با استفاده از منابع اطلاعاتی متنوع
نحوه تولید	<ul style="list-style-type: none"> خرید پایگاه‌های اطلاعاتی توسط دانشگاه
مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> اساتید، دانشجویان به ویژه تحصیلات تکمیلی، و پژوهشگران
بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> محصول: پایگاه‌های اطلاعاتی باید جامع و متنوع باشند، باید بیشترین پایگاه‌های اطلاعاتی را فراهم آورد. این پایگاه‌ها باید در همه زمینه‌های علمی و به همه زبان‌های علمی دنیا اطلاعات داشته باشد. قیمت: قیمت باید با توجه به انواع استفاده کنندگان طیف متنوعی داشته باشد. مکان (دسترسی): باید در محیط کتابخانه قرار داشته باشد تا ارتباط تنگاتنگ این بخش و کتابخانه مشخص گردد. دسترسی به این خدمات باید هم به صورت حضوری و هم به صورت برخط باشد. پرداخت پول هم باید به دو صورت حضوری و غیر حضوری امکانپذیر باشد. ترویج (تبلیغ): پُر تال کتابخانه، پُر تال دانشگاه، محیط کتابخانه، پیام رسانی‌های فوری، فضای دانشگاه، تشکیل کارگاه برای آموزش استفاده از آن
امکانات و تجهیزات	<ul style="list-style-type: none"> نیروی انسانی متخصص، سالن مجزا، رایانه، اینترنت، چاپگر، میزوصلدلی

1. Polit-O'Hara & Beck

2. Naderifar, Goli & Ghaljaee

مفهوم	کدگذاری اولیه پایگاه‌های اطلاعاتی
قوانین و مجوزها	• گرفتن مجوز از معاونت پژوهشی دانشگاه
تأمین منابع مالی	• تأمین مالی بر عهده دانشگاه است.
روش تجاری‌سازی	• افتتاح بخش و فروش مقالات

جدول ۲. کدگذاری باز کارگاه‌های آموزشی

مفهوم	کدگذاری اولیه کارگاه‌های آموزشی
ایده	• بالا بردن سطح اطلاعات علمی جامعه اطلاعاتی در تمامی زمینه‌ها
ارزیابی ایده	• رفع نیاز جامعه اطلاعاتی و پژوهشگران • بالا بردن سطح اطلاعات علمی در خصوص انجام کارهای پژوهشی، کارهای آماری، جستجوی اطلاعات و... • بالا بردن سطح آشنایی با پایگاه‌های اطلاعاتی و چگونگی استفاده از آنها، بخش‌های مختلف کتابخانه و چگونگی استفاده از آنها
نحوه تولید	• تشخیص نیازها، تعیین هدف و انتخاب و سازماندهی محتوا و برگزاری کارگاه آموزشی
مخاطبان	• اساتید، دانشجویان، پژوهشگران، دانش‌آموزان، کارمندان دانشگاه و...
بازاریابی	• محصول: باید سعی شود در طول زمان در تمامی زمینه‌های آموزشی کارگاه برگزار شود • قیمت: باید بر اساس نوع استفاده کنندگان طیفی از قیمت‌گذاری صورت گیرد • مکان (دسترسی): کارگاه باید در سالی مجزا برگزار شود و حتی الامکان کارگاه از طریق ویدئوکنفرانس به صورت برخط یا بعد از کارگاه به صورت آفلاین در پرتال کتابخانه قرار داده شود. دسترسی باید به دو صورت حضوری و غیر حضوری مهیا شود. پرداخت پول نیز باید هم حضوری و هم غیر حضوری امکان‌پذیر باشد. • ترویج (تبلیغ): پرتال کتابخانه، پرتال دانشگاه، محیط داخلی کتابخانه، فضای دانشگاه، تبلیغات کاغذی، تبلیغات حضوری در کلاس‌های پرجمعیت، صحبت با اساتید برای ترغیب دانشجویان به شرکت در این کارگاه
امکانات و تجهیزات	• نیروی انسانی، سالی با ظرفیت ۴۰ نفر، با میز U شکل، صندلی‌های راحت و تجهیزات صوتی مناسب، فضای مناسب برای برگزاری جلسات کار گروهی مجزا از سالن اصلی دارای میز و صندلی و وایت برد، پرده نمایش و اورهد، ویدئو پروژکتور و رایانه، وایت برد و ماژیک وایت برد، مواد مصرفی شامل پوشه یا کلاسور حاوی چند برگه سفید A4، خودکار و بسته آموزشی کارگاه، طلق شفاف و ماژیک آن ثبت نتایج کارهای گروهی، پذیرایی متناسب با امکانات موجود
قوانین و مجوزها	• گرفتن مجوز از معاونت پژوهشی دانشگاه
تأمین منابع مالی	• تأمین مالی بر عهده کتابخانه و برگزارکننده کارگاه است.

جدول ۳. کدگذاری اولیه خدمات چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی

مفهوم	کدگذاری اولیه خدمات چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی
ایده	• چکیده‌نویسی: انتخاب اطلاعات تازه و مفید یک مدرک و بیان این اطلاعات به نحوی که از هر جهت تا حد امکان از حشو خالی باشد. • فشرده کردن دقیق محتوای مدرک، که هدفها، دامنه شمول و یافته‌های عمده آن را عرضه کند. • نمایه‌سازی: ثبت و ضبط محتوای علمی مدارک با استفاده از کلیه روش‌ها و دستورالعمل‌ها به منظور سازمان دادن اطلاعات به قصد سهولت بازیابی
ارزیابی ایده	• رفع نیاز جامعه اطلاعاتی و پژوهشگران • مهمترین حلقه‌های زنجیره ارتباط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده اطلاعات • ابزار مهم تجزیه و تحلیل مدارک • وسیله‌ای مقرون به صرفه در بازیابی مؤثر ارجاعات متعدد • کمک به پژوهشگران در جابجایی اطلاعات • جلوگیری از دوباره کاری‌ها و تأخیر در تحقیقات در حال پیشرفت • صرفه‌جویی در وقت و انرژی و هزینه
نحوه تولید	• راه‌اندازی بخش خدمات فنی در تمام کتابخانه‌ها و انجام خدمات فنی و چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی

مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> پژوهشگران، دانشجویان، اساتید، دانش‌آموزان، مؤسسات پژوهشی و...
بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> محصول: باید برای تمامی منابع اطلاعاتی و تمامی زبان‌ها، این خدمات انجام شود. قیمت: قیمت‌گذاری باید بر اساس نوع خدمت، نوع منبع اطلاعاتی، نوع مشتری و زبان منبع انجام گیرد مکان (دسترسی): این بخش بهتر است در محیط کتابخانه قرار بگیرد البته در فضای مجزا. دسترسی به این خدمات باید هم به صورت حضوری و هم به صورت برخط باشد. پرداخت پول هم باید به دو صورت حضوری و غیر حضوری (برخط) امکان‌پذیر باشد. ترویج (تبلیغ): پُر تال کتابخانه، پُر تال دانشگاه، فضای داخلی کتابخانه، در نشریه علمی در صورت وجود و...
امکانات و تجهیزات	نیروی انسانی متخصص، فضای مجزا، میز و صندلی، رایانه، اینترنت
قوانین و مجوزها	گرفتن مجوز از رئیس کتابخانه
تأمین منابع مالی	تأمین مالی برعهده دانشگاه است.
روش تجاری‌سازی	فروش چکیده منابع و همچنین گرفتن هزینه در مقابل نوشتن چکیده برای مقالات و پایان‌نامه‌ها و نوشتن نمایه برای کتاب‌ها و پایان‌نامه‌ها

جدول ۴. کدگذاری اولیه عناصر مدل تجاری‌سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی

مفهوم	کدگذاری اولیه عناصر مدل تجاری‌سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی
ایده	<ul style="list-style-type: none"> برآوردن نیازهای جامعه اطلاعاتی کتابخانه راهکاری جهت کسب درآمد برای کتابخانه فعالیت در حوزه‌های مورد علاقه فعالیت در حوزه‌های دارای توانایی
ارزیابی ایده	<ul style="list-style-type: none"> ارزیابی ایده توسط متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی، کتابداران، متخصصان علم اقتصاد، متخصصان برنامه‌نویسی کامپیوتر و شبکه
نحوه تولید	<ul style="list-style-type: none"> ارائه مدارک لازم به سازمان‌های مربوطه با توجه به نوع خدمت
مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> شناسایی و دسته‌بندی مخاطبان با توجه به نوع خدمت
بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> محصول: وسیله یا خدمتی که به واسطه ویژگی‌ها، کیفیت، مزایا و کمیت بازاریابی شده است. محصول می‌تواند شامل ایده‌ها، خدمات، محصولات یا ترکیبی از این سه مورد باشد. قیمت: شامل فعالیت‌های مربوط به ایجاد خط مشی‌های قیمت‌گذاری و تعیین بهای محصول است. قیمت‌گذاری فعالیت است که قیمت محصول را بر پایه هزینه‌ها و محصولات بازار نظیر شبکه‌های توزیع، ساختار تخفیفات، قیمت‌های رقیب، توانایی و رضایت مشتریان برای پرداخت، تعیین می‌کند. مکان: اصطلاح بازاریابی برای تشریح جایی است که محصول یا خدمات عرضه می‌شود. مکان به محل (نظیر کتابخانه، کانال توزیع، جایی که خدمات تحویل داده شده است، پوشش جغرافیایی، ارتباطات از راه دور، مسافرت و غیره) اشاره دارد. ترویج: متغیر مورد استفاده برای آگاه کردن فرد یا گروه زیادی از افراد در مورد یک سازمان یا محصولات آن است. ترویج شامل همه فعالیت‌های انجام شده توسط کتابخانه برای ایجاد ارتباط بین منابع و خدمات خود با گروه‌های کاربران هدف است. فروش شخصی، تبلیغ، ترفیحات فروش، روابط عمومی، بسته‌بندی و انتشارات از فعالیت‌های ترویج هستند.
امکانات و تجهیزات	<ul style="list-style-type: none"> فراهم آوردن امکانات و تجهیزات مورد نیاز با توجه به نوع خدمت
قوانین و مجوزها	<ul style="list-style-type: none"> اخذ مجوزها و رعایت قوانین مربوط به ارائه هر کدام از خدمات
تأمین منابع مالی	<ul style="list-style-type: none"> فراهم نمودن منابع مالی و بودجه مورد نیاز با توجه به نوع خدمت
روش تجاری‌سازی	<ul style="list-style-type: none"> تعیین روش تجاری‌سازی با توجه به نوع خدمت

پرسش اول پژوهش: اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چه مواردی است؟ کشف (خلق) ایده، ارزیابی ایده، نحوه تولید، مخاطبان، بازاریابی، امکانات و تجهیزات، قوانین و مجوزها، تأمین منابع مالی و روش تجاری سازی.



شکل ۱. پایگاه‌های اطلاعاتی، مدل مفهومی فرایند تجاری سازی پایگاه‌های اطلاعاتی (با تأکید بر ترتیب و توالی کارگاه‌های آموزشی)



شکل ۲. مدل مفهومی فرایند تجاری سازی کارگاه‌های آموزشی (با تأکید بر ترتیب و توالی) خدمات چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی

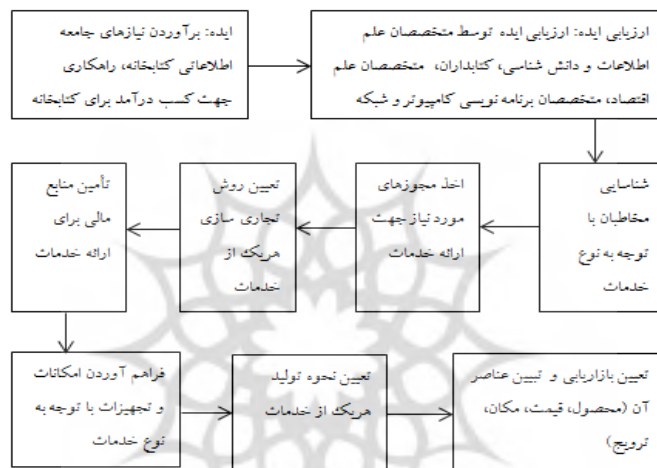


شکل ۳. مدل مفهومی فرایند تجاری سازی خدمات چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی (با تأکید بر ترتیب و توالی)

مدل جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه

پرسش دوم پژوهش: ترکیب و توالی اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟ ترکیب و توالی اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه، به صورت: کشف (خلق) ایده، ارزیابی ایده، مخاطبان، قوانین و مجوزها، روش تجاری سازی، تأمین منابع مالی، امکانات و تجهیزات، نحوه تولید و بازاریابی است.

پرسش اصلی پژوهش: الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه چگونه است؟ سرانجام، بر اساس آنچه، که از متن مصاحبه‌ها و بررسی ادبیات پژوهش و متون مرتبط به دست آمد، مدل زیر به عنوان مدل تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه طراحی گردید.



شکل ۴. مدل جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه

بحث و نتیجه‌گیری

برای داشتن یک دانشگاه کارآفرین قلب دانشگاه یعنی کتابخانه نیز باید کارآفرین باشد و برای کارآفرینی کتابخانه، باید خدمات کتابخانه تجاری سازی شوند. تجاری سازی فرایندی است که ایده و نتیجه تحقیق حاصل از هریک از بخش‌های دانشگاه از جمله کتابخانه را به محصولات یا خدمات قابل عرضه در بازار تبدیل می‌کند. به دلیل نبود یک الگوی جامع برای تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی و عدم وجود هیچگونه پژوهشی در این زمینه (البته تا جایی که محقق جستجو کرده است)، محقق بر آن شد تا الگویی برای تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه (که در این مقاله خدمات پایگاه‌های اطلاعاتی، کارگاه‌های آموزشی، چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است) طراحی نماید. در نهایت، مدل تجاری سازی این خدمات بر اساس مصاحبه‌های انجام شده و مطالعه اسناد مرتبط به صورت فرایندی شامل اجزای زیر ارائه شد: کشف (خلق) ایده، ارزیابی ایده، شناسایی مخاطبان، اخذ مجوزها، تعیین روش تجاری سازی، تأمین منابع مالی، فراهم آوردن امکانات و تجهیزات، نحوه تولید خدمات و بازاریابی خدمات.

داده‌های پژوهش بر اساس مصاحبه‌های انجام شده و مطالعه اسناد مرتبط، تولید شدند. در گام بعد تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش گراند تئوری صورت گرفت، از داده‌های اولیه، مقوله‌هایی به دست آمد که بر اساس ارتباطی که باهم داشتند در مقوله‌های بزرگ‌تری دسته بندی شدند؛ و در نهایت، با کشف ترتیب و توالی و ارتباط بین این مقوله‌ها، الگوی جامع تجاری سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه به دست آمد. با توجه به وضع موجود در کتابخانه‌های دانشگاهی، مشکلات زیادی برای تأمین هزینه‌ها و ارائه جامع و درست خدماتشان وجود دارد، مدل به دست آمده کمک می‌کند که کتابخانه‌های دانشگاهی بتوانند

خدمات خود را تجاری‌سازی کنند و از این راه برای خود درآمدزایی کرده و کمبود بودجه خود را رفع کنند و همچنین بتوانند خدمات بیشتری را به جامعه اطلاعاتی خود ارائه دهند و جامعه اطلاعاتی نیز به ارزش این خدمات اطلاعاتی پی ببرند و از آنها استفاده بهینه کنند.

موانع تجاری‌سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه

بر اساس مصاحبه‌های انجام شده و مشاهدات و تجربیات محققان، موارد زیر به عنوان موانع تجاری‌سازی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کرمانشاه شناسایی شدند:

۱. ناآگاهی از فرایند تجاری‌سازی،
۲. عدم وجود مدیران متخصص در کتابخانه،
۳. کمبود نیروی انسانی متخصص،
۴. بکارگیری افراد غیرمتخصص در کتابخانه،
۵. ترس از تغییر در کتابداران،
۶. عدم وجود بودجه،
۷. نبود امکانات و تجهیزات مورد نیاز،
۸. نامساعد بودن زیرساخت‌های قانونی،
۹. نامساعد بودن زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگی و غیره.

پیشنهاد‌های برخاسته از پژوهش

۱. مدیریت کتابخانه باید به افراد متخصص حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی سپرده شود.
۲. تمامی کتابداران و کارمندان کتابخانه باید دارای تخصص در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی باشند.
۳. برای ارائه درست و مناسب خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی و تجاری‌سازی آنها، باید خط مشی‌های درستی برای کتابخانه تدوین شود.
۴. سرمایه‌گذاری ویژه بر روی کارگاه‌های آموزشی، خدمات ترجمه، خدمات مشاوره، چکیده‌نویسی و نمایه‌سازی، اشاعه‌گزینی، اطلاعات و آگاهی‌رسانی جاری.
۵. در صورت امکان، تمامی خدمات دیجیتالی شود و از راه دور قابل دسترس باشد.
۶. مدت زمان ارائه خدمات حضوری از جمله سالن مطالعه به حداکثر زمان ممکن افزایش پیدا کند.
۷. برای خدمات جدید، اطلاع‌رسانی سریع انجام شود.
۸. به فروش رساندن محصولات اطلاعاتی مرتبط با موضوع همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی، همزمان با برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی.
۹. ارائه واحد درسی آشنایی با کتابخانه برای دانشجویان.
۱۰. ارتباط با مدارس برای ایجاد پیوند بین دانش‌آموزان و کتابخانه، قبل از ورود به دانشگاه.

سپاسگزاری

از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه رازی به خاطر حمایت معنوی و همکاری در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود. از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

منابع

- آباد، ضیاءاله (۱۳۹۰). بررسی ابعاد درآمدی کتابخانه‌های عمومی کشور از دیدگاه مدیران و کتابداران و ارائه چارچوبی برای درآمدزایی آنها. پایان نامه دوره کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- آزادی احمدآبادی، قاسم و آزادی احمدآبادی، اکرم (۱۳۹۱). بازاریابی اطلاعات و بررسی نظام‌های قیمت‌گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی. *نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی*. ۱(۳)، ۱۳-۲۸.
- باب‌الحوائجی، فهیمه و نسترن زمانی‌راد (۱۳۹۲). سنجش رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی، مطالعه موردی: کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مستقر در شهر تهران. *نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی*. ۲(۶)، ۶۷-۷۸.
- تعاونی، شیرین (۱۳۹۰). *استانداردهای کتابخانه‌های دانشگاهی*. تهران: نشر کتابدار، سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- خداوردی، حسن (۱۳۸۷). *متدولوژی پژوهش کیفی*. ره‌آورد سیاسی، ۲۱، ۴۱-۶۲.
- داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۵). *جستجوی اطلاعات علمی و پژوهشی در منابع چاپی و الکترونیکی: شامل حوزه‌های علوم، فنی مهندسی و غیره*. ویرایش محمدحسین دیانی. تهران: دبیزش؛ چاپار.
- عصاره، فریده؛ حیدری، غلامرضا؛ زارع فراشبندی، فیروزه، و حاجی‌زین‌العابدینی، محسن (۱۳۸۸). *از کتاب‌سنجی تا وب‌سنجی: تحلیلی بر مبانی، دیدگاه‌ها، قواعد و شاخص‌ها*. تهران: کتابدار.
- عماد خراسانی، نسرين دخت (۱۳۷۹). *خدمات عمومی کتابخانه و شیوه‌های آن*. تهران: کتابدار.
- عمرانی، ابراهیم (۱۳۹۶). *استانداردهایی برای کتابخانه‌ها در موسسات آموزش عالی ایران*. تهران: چاپار: انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران.
- فتاحی، رحمت‌الله و مهدی طاهری (۱۳۸۴). *فهرست‌نویسی: اصول و روش‌ها*. تهران: کتابدار.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). *روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه (گراند تئوری GTM)*. تهران: آگاه.
- کریمی، شهلا (۱۳۹۶). *طراحی مدل تجاری سازی محصولات و خدمات گروه‌های مشاوره و روانشناسی دانشگاه رازی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، کرمانشاه.
- مرادی، نورالله (۱۳۷۲). *مرجع‌شناسی: شناخت خدمات و کتاب‌های مرجع*. تهران: فرهنگ معاصر.
- نادری‌فر، مهین؛ حمیده گلی و فرشته قلجایی (۱۳۹۶). *گلوله برفی، روشی هدفمند در نمونه‌گیری تحقیقات کیفی*. *مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی*، ۱۴(۳)، ۱۷۱-۱۷۹.

References

- Abad, Zia Elah. (2018). *Investigation of the income dimensions of the country's public libraries from the point of view of managers and librarians and providing a framework for their income generation*. Master's thesis in library and information sciences, Tarbiat Modares University, Tehran. (in Persian)
- Abedsaiedi, J. & Amiraliakbari, S. (2012). *Research Methods in Medical Sciences and health*. Tehran: Jamenegar-Salemi Pub.
- Azadi Ahmadabadi, Qasim and Akram Azadi Ahmadabadi. (2013). Information marketing and review of pricing systems for information resources and services. *Information Systems and Services Quarterly*. 1(3), 13-28. (in Persian)
- Bab al-Hawaeji, F. & Zamani Rad, N. (2013). Measuring the relationship between social capital and social entrepreneurship in university libraries, case study: central libraries of universities under the coverage of the Ministry of Science. *Research and Technology located in Tehran. Information Systems and Services quarterly*, 2(6), 67-78. (in Persian)
- Cooperative, sweet. (2018). *Standards of university libraries*. Tehran: Librarian Publishing House, Organization of Records and National Library of the Islamic Republic of Iran. (in Persian)

- Davrpanah, M. (2015). *Searching for scientific and research information in printed and electronic sources: including the fields of science, technical engineering, etc.* Edited by Mohammad Hossein Dayani. Tehran: Dabizesh; Chapar. (in Persian)
- Emad Khorasani, N. (2000). *Public library services and its practices.* Tehran: Ketabdar. (in Persian)
- Emrani, I. (2016). *Standards for libraries in higher education institutions of Iran.* Tehran: Chapar: Iran Library and Information Association. (in Persian)
- Farstakhah, M. (2015). *Qualitative research method in social sciences with emphasis on grounded theory (grounded theory GTM).* Tehran: Aghaz Publishing. (in Persian)
- Fatahi, R. & Taheri, M. (2014). *Cataloging: principles and methods.* Tehran: Ketabdar. (in Persian)
- Jozal, F., Gholamreza Heydari, F., Zare Farashbandi & Haji Zainola Abdini, M. (2018). *From bibliometrics to web metrics: an analysis of basics, perspectives, rules and indicators.* Tehran: Ketabdar. (in Persian)
- Karimi, S. (2016). Designing a commercialization model for the products and services of counseling and psychology groups of Razi University. Master's thesis, Kermanshah: Razi University. (in Persian)
- Khodavardi, H. (2017). Methodology of qualitative research. *Rahavar Siasi*, 21, 41-62. (in Persian)
- Moradi, N. (1993). *Reference studies: recognition of services and reference books.* Tehran: Contemporary Culture. (in Persian)
- Naderifar, M., Hamida G. & Qoljaji F. (2016). Snowball, a targeted method in qualitative research sampling. *Journal of the Center for Studies and Development of Medical Education*, 14(3), 171-179. (in Persian)
- Polit-O'Hara, D. & Beck, C.T. (2006). *Essentials of nursing research: Methods, appraisal, and utilization.* Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.
- Rahmati, T. (2007). Entrepreneurship Development: The key to success Librarians. *Information Seeking & Information Science Monthly*, 1(5), 13-14.
- Sitnicki, M. (2018). Franchising model of commercialization of scientific libraries' services at research universities. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4(2), 214-221.