

高校图书馆忠诚度体系研究

刘慧, 陆康

(南京晓庄学院图书馆, 南京 211171)

摘要: 依据高校图书馆运营数据对读者忠诚度和馆员忠诚度进行分析, 设计出高校图书馆忠诚度体系模型, 并据此提出高校图书馆在读者服务工作和馆员教育中提升读者和馆员忠诚度的方法。

关键词: 读者忠诚度; 馆员忠诚度; 高校图书馆

中图分类号: G251

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2015.12.012

图书馆提供服务的主体是馆员, 服务对象是读者, 培养忠诚的馆员和读者是图书馆持续发展的关键。馆员对图书馆的忠诚, 受益者是图书馆的整体效益; 而读者对图书馆的忠诚则是图书馆效益的体现。本文围绕读者忠诚、馆员忠诚这两个不同研究对象, 对图书馆的资源提供与服务方式进行深入分析, 探讨运用资源与服务提升读者忠诚度, 进而利用读者忠诚度的提升来影响馆员忠诚度的方法。从读者多渠道、多平台使用高校图书馆的方式入手, 设计图书馆忠诚度体系研究模型, 分别对读者忠诚和馆员忠诚的需求和行为进行分析, 得出忠诚度设计、实施、提升的方案和细则, 以提高图书馆的运营能力。

1 图情领域忠诚度研究现状

图书馆引入忠诚度概念, 用以描述读者与图书馆之间的关系, 是在2000年左右^[1]。读者忠诚度与图书馆的服务质量密切相关, 服务质量对读者忠诚、读者满意有着直接正向影响; 读者满意对读者忠诚又有着直接正向影响。换句话说, 图书馆服务质量影响读者满意, 而读者满意影响读者忠诚。读者只有在资源和服务获取不断得到满足之后, 才能满意, 继而忠诚, 这是一个漫长的过程。有情性、可靠性、保证性、反应性、移情性等是评价图书馆服务质量的标准^[2], 也是直接影响读者忠诚的因素。Jennifer Rowley和Jillian Dawes提出了图书馆读者忠诚的三点建议^[3]。也有学者指出, 读者满意度、信任度、情感因素、便捷因素、成本因素和环境因素

等影响读者忠诚; 挖掘读者需求、推行个性化服务、争创服务品牌、保护读者权益、倾听读者抱怨、奖励忠诚读者、支持读者活动、开展自我宣传等一系列措施可促进读者忠诚^[4]。然而近十年来, 图书馆的读者忠诚度培育工作仍然没有取得大的进步, 其原因是多方面的: 首先, 长期以来馆员主动服务意识不强, 相互之间缺乏合作; 其次, 随着互联网尤其是移动互联网的发展, 读者资源的获取逐步向数字资源转移, 造成来馆人次不断降低, 纸质资源流通率下降, 缺乏面对面的服务, 使读者无法对图书馆形成一个实际的良好印象; 最后, 由于图书馆权限不足, 数据分析系统缺乏相关部门支持, 尚未形成有效的工作机制, 造成图书馆信息化、智能化服务推进缓慢。当前, 一些学者利用商业领域忠诚度的经验做法^[5]尝试制定了图书馆的忠诚度指标体系, 或者运用数据挖掘等技术方法辅助分析读者忠诚度^[6]。但是需要指出的是, 图书馆在互联网中的多平台建设机制^[7], 使得培育读者忠诚的方式也要向多元化发展。

2 高校图书馆忠诚度数据的获取与分析

2.1 读者忠诚度分析

读者忠诚信息通常采用问卷调查的方式获取, 但往往不够客观。图书馆具有多种服务平台, 如门户网站、移动客户端、图书馆管理系统、门禁系统等, 各平台都具备统计读者利用图书馆信息的功能。随着资源数字化程度的不断提升, 读者不再需要进馆获取信息

资源,其使用行为也应包括对数字资源的远程利用。因此,应该对图书馆服务平台的用户访问数据进行全面统计,以此作为忠诚度划分的依据。读者利用图书馆信息获取模型如图1所示。

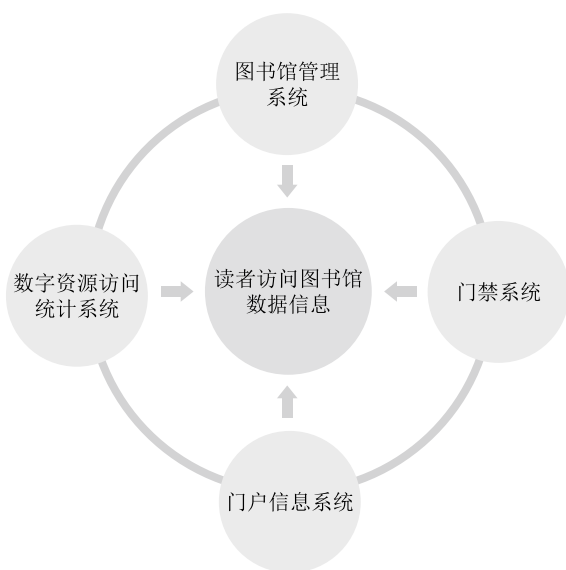


图1 读者利用图书馆信息获取模型

读者对图书馆的使用既包括对图书馆资源的使用,也包括对图书馆设备的使用。本文利用CNZZ (<http://www.cnzz.com/>) 这一中文网站统计分析平台中的访问人群价值模块(区分访问读者的性别以及网络行为爱好的功能模块),对南京晓庄学院图书馆门户信息系统 (<http://lib.njxzc.edu.cn>) 2014年6月30日至2015年6月30日之间的访问数据进行处理,可以获知读者的性别分布、年龄分布、对本网站的关注度以及网民类型分布等信息,据此作为读者忠诚度的评判依据之一。分析可知,本网站的女性访客较多,且年龄分布主要集中在18-24岁之间,占总访问人数的36.42%;经常访问的用户只占5.31%;沉迷网民只占29.14%。在图书馆读者忠诚体系中,需要将对图书馆网站关注度中等的读者转化为关注度高的读者;将关注度低的读者转化为关注度中等的读者;将普通网民部分转化成专注于图书馆资源获取的沉迷网民。

读者忠诚度不仅可以通过门户网站信息进行分析,而且可以通过其他平台进行统计分析。图书馆管理系统中的读者借阅排行榜、图书馆门禁系统中的到馆读者次数排行榜、数字资源访问读者排行榜都可作为参考标准。总之,只要是对图书馆资源与服务的利用数据,都可作为读者忠诚度评判的参照标准。随着读者利

用图书馆方式的多样化,图书馆需要针对多途径、多平台的服务特点,建立相应的读者忠诚度评价体系。

2.2 馆员忠诚度分析

馆员是图书馆与读者之间的沟通桥梁,是图书馆开展读者服务的主体。馆员忠诚度的评估,是一个复杂的过程,其中的影响因素很多,如馆员之间、图书馆与馆员之间、馆员与读者之间的关系等。馆员的忠诚度分析,由于研究对象相对较少,可以采用问卷调查方式获取数据,即按照馆员满意度标准设计问题,也可以由读者评价来评测。具体方式可根据各馆的实际情况确定。

3 高校图书馆忠诚度体系设计与管理

图书馆忠诚度的设计需要对研究对象做界定与分析^[8]。根据读者对图书馆的利用程度,可以将其划分为忠诚读者、边缘读者、潜在读者和非读者四类。而馆员则可以根据工作态度、职业素养等进行划分。因此,图书馆忠诚度体系设计,是结合图书馆读者的个体状态,即利用图书馆资源、设施以及服务等情况,馆员业务能力、服务理念等个人素养进行的,相应的管理也应从读者忠诚和馆员忠诚两方面开展。

3.1 读者忠诚度管理

图书馆读者服务工作最基本的任务有两个,即吸引读者和保持读者。在信息资源获取途径多样化的环境下,吸引读者成本高,所以,保持读者使之成为忠诚读者就显得尤为重要。读者的忠诚管理可以更加有效地帮助图书馆建立、维持并增强与读者的关系,通过互动、个性化、长期的接触、交流与沟通,以及对服务承诺的履行,来持续地加强这种关系^[2]。不同的图书馆有各自不同的读者管理机制,但尚未建立统一的平台进行读者忠诚管理。实现读者忠诚管理必须做到以下几点:第一,建立忠诚读者数据库;第二,维持和提高读者忠诚度;第三,加强对读者流失的管理。

3.1.1 建立忠诚读者数据库

基于图书馆管理系统,获取并建立忠诚读者数据库,应具备以下特征:①数据动态更新,保证管理者能

够实时查询读者的资源利用和服务请求,且具有查询、管理、自我记录和补充读者信息的功能;②设定核心读者的判定标准,主要从资源利用、服务利用和环境利用三方面设定阈值对核心读者进行筛选;③进行忠诚读者流失预警,方便馆员掌握读者尤其是核心读者利用图书馆的动态,及时调整服务策略;④展示忠诚读者对资源与服务的偏好。馆员运用读者数据库,通过对读者的网络行为分析,时刻了解读者对资源与服务的偏好^[9],从而提供更加针对性的专业化服务。

3.1.2 读者忠诚度的培养与提升

培养读者忠诚度的关键是增加读者的整体收益,即读者认为图书馆能够给他带来何种资源和服务,进而能够产生多少科研效益等。本研究认为构成读者科研效益的因素分为资源价值、服务价值和环境价值。①资源价值。读者在图书馆能否获取到与自身科学研究相关的资源,关系到读者对图书馆的依赖性。所以,资源的内容是否符合读者需求,资源的质量是否满足读者需求,是体现图书馆资源价值的两个重点内容。②服务价值。馆员的个性化服务越多,越能提高其服务价值。③环境价值。环境价值主要是指图书馆硬件设施方面,但是环境布置是否符合大部分读者的使用习惯,也是需要考虑的问题之一。

读者忠诚度是动态变化的,所以图书馆必须不断调整其策略以维持并不断提高读者的忠诚度。具体可以采取以下几点措施:①符合读者期望,提高读者满意度;②满足读者的服务需求,及时调整策略;③重视读者的意见和建议,付诸实际行动。

3.1.3 流失读者的管理

图书馆读者流失的原因是多方面的,其中最主要的原因是图书馆与读者之间信息不对称,读者需求得不到满足。挽回流失读者可以采用以下方法:第一,加大对读者需求资源的推送,提高读者的感知度;第二,引导读者参与图书馆资源建设交流,增强彼此之间的信任;第三,给读者提供特权,让其充分享受图书馆的资源与服务。

3.2 馆员忠诚度管理

读者忠诚与馆员忠诚是相辅相成的,原因在于:第

一,面对读者服务的主要是馆员,馆员的工作情绪和工作态度直接影响着读者对图书馆整体印象;第二,馆员的忠诚直接影响到其负责的具体工作,工作的绩效直接影响到图书馆具体事务的实施,间接影响到读者利用图书馆进行资源服务的效率;第三,读者多样性直接影响着馆员的服务态度与服务质量,馆员忠诚提升能够克服多样性读者带来的负面效应。

所以,图书馆除了做好外围的资源与服务的策略制定外,还要重视馆员的内部管理,努力提高馆员的满意度和忠诚度。首先,充分给予馆员自主权利,建立一套有助于馆员对读者服务评价的机制。这样不仅能够充分调动馆员的积极性,而且能够提升馆员处理问题的能力。其次,为充分支持馆员的个人发展,提供其能够提升自身能力的机会,以挖掘馆员自身潜力。再次,营造出宽松的工作环境和良好的工作条件,保证馆员的才华得到充分发挥。最后,从人性化方面考虑,树立以人为本的理念,在馆内创造出一种尊重学术、尊重人才,关心人、信任人的整体氛围,营造出良好的人际关系和融洽的群体气氛。

4 结语

对读者资源与服务行为数据进行分析,可以实时了解读者的资源动向以及服务需求,及时推送相关信息给读者,在一定程度上掌握读者期望,提升读者满意度。提升馆员的忠诚度主要是为了更好的进行读者服务工作,提升读者服务工作水平,进而提升读者忠诚。如何构建图书馆、读者以及馆员三位一体的模式,提升读者和馆员的满意度,进而增强读者和馆员的忠诚度,有待进一步深入研究。

参考文献

- [1] 杜辉.高校图书馆信息用户忠诚策略研究[D].长春:东北师范大学,2011.
- [2] 张言彩.顾客忠诚度研究[M].北京:中国社会科学出版社,2009.
- [3] Jennifer Rowley, Jillian Dawes. Customer loyalty - a relevant concept for libraries? [J].Library Management, 1999(20):345-351.
- [4] 温国强.图书馆提高读者忠诚度策略[J].中国图书馆学报, 2004,30(6):79-82.
- [5] 杜辉.高校图书馆读者忠诚度影响因子分析[J].图书馆学刊, 2013(2):13-16.

- [6] 姚婉燕.高校图书馆读者忠诚度提升与数据挖掘的融合研究[J].情报科学,2010(11): 1646-1651.
- [7] 陆康.基于媒体平台效应的图书馆网络服务研究[J].现代情报,2015,35(4):128-133.
- [8] 张学岩,张学梅.浅谈网络环境下图书馆的忠诚读者群[J].图书情报工作,2012(S1): 292-294,269.
- [9] 刘慧.基于网络行为的图书馆数字资源评价方法研究[J].现代情报,2015(2):62-66.

作者简介

刘慧,女,1982年生,硕士,南京晓庄学院图书馆馆员,研究方向:信息资源管理。

陆康,男,1983年生,硕士,南京晓庄学院图书馆馆员,研究方向:数字资源建设与评估,图书馆数字化应用与开发。

Research on University Library Loyalty System

LIU Hui, LU Kang

(Nanjing Xiaozhuang University Library, Nanjing 211171, China)

Abstract: Depending on the operational data of the university library, an empirical study on the loyalty of librarians and readers was conducted to design a loyalty system model of the university library. According to the loyalty model, methods were pointed out for the university library to increase the loyalty of librarians and readers in the education of librarians and reader service.

Keywords: Reader Loyalty; Loyalty of Librarians; University Library

(收稿日期: 2015-08-10)

声明

近日发现有人假冒《数字图书馆论坛》名义,收录稿件并收取高额版面费,此行为严重侵犯了本刊名誉及作者利益。为此,本刊郑重声明,对盗用本刊名义及私刻本刊公章的个人及代理机构,本刊将保留诉诸法律的权利。

敬请广大作者提高警惕,谨防上当受骗。

作者投稿请直接与本刊联系,在线投稿网址: <http://www.DLF.net.cn>; 编辑部邮箱: DLF@istic.ac.cn; 编辑部电话: 010-58882324。