

企业价值 2.0 新规则对图书馆的启示

李晓静(青岛农业大学图书馆)

【摘要】 企业价值 2.0 的价值内核在于企业和消费者整合为一体共同创造价值,这些新的规则成为企业创造价值的因素。而现代图书馆已经从“单纯服务型图书馆”转变为“服务经营型”的图书馆,即实现图书馆与读者共同创造价值的新的服务模式,这是企业价值 2.0 新规则对图书馆发展的启示。

【关键词】 企业价值;图书馆发展;服务模式;价值创造

【Abstracts】 Core value of enterprise value 2.0 is integrating businesses and consumers to create value. These new rules become a key factor in creating value. The modern library has gone from “simple service library” to “service and management library”, that is, to realize a new service model that the libraries and readers working together to create the value, which is the inspiration of enterprise 2.0 new rules for the development of library.

【Keywords】 Enterprise value; Development of library; Service model; Value creating

1 企业价值 2.0 新规则

在互联网、全球化和各种创新技术强大功能的综合作用下,企业价值创造从 1.0 时代正式迈入了 2.0 时代,价值内核正在从带有浓重的制造业印记的“工艺、制造和服务”转变为企业和消费者整合为一体共同创造价值^[1]。

作为这种革命性业务变化的预兆,最近几年来,数十亿的投资已经流入以新型技术为主的初创企业中。这些公司已开始利用新兴技术改变公司与客户交互的方式,并已经设计了新的业务模式。在这些企业中,它们的任何一种业务模式或者价值创造方法同样也适用于大型企业。富有创新精神的大型企业往往会尝试各种新的价值 2.0 规则,技术型初创企业则侧重于一到两个新规则。

这些新规则的主要内容有:抓住并赢得大部分需求;做好准备——客户喜好数字内容;介入——虚拟世界有真实的商机;信赖网络——它拥有的内容确实比我们多;掌握客户;使用在线社区创建解决方案;在业务模式和信息制度中嵌入灵活性;在企业中鼓励快速的协作式创新。

前 3 条新规则的重点是拓展新的市场和设计新的业务模式。实质上,它们有可能利用新兴的市场机会,开发新的收入来源和扩大市场份额。第 4 到 6 条可以归纳为更接近市场和客户,大型企业正是通过信赖网络、掌握客户和使用在线社区更密切地接近客户而创造新的价值,获取更好的信息和洞察。业务模式和制度的灵活性日益成为企业在当今市场中

创造价值的关键要素,它甚至是一种破坏力量,能使现有的企业模式丧失活力。鼓励快速的协作式创新则是在当今市场中维持竞争力的另一个关键主题。

2 图书馆与读者互动合作共同创造价值

图书馆是社会的产物,因社会需要而产生,随社会变化而发展。图书馆自身的存在并不表现其价值,它的价值反应在满足社会的需求上,也就是满足读者的需求上。读者的需求是图书馆一切工作的出发点和归宿。所以我们说图书馆的生命力就在于不断地满足读者变化的需求。

随着 Internet 的发展,网络以其超越时空、用户广泛、方便及时、经济高效等特点,形成一种全新的服务方式,读者的需求朝着多方面发展,呈现出多样性与专深性、个性化与知识化、高效性与便捷性等特点。而现代信息技术的发展,使得图书馆馆藏资源的概念较之以前有了很大的改变,馆藏已不仅仅是纸质印刷品,还包括电子文献、光盘数据库、网络数据库等,信息资源呈现出多样性的特点。

图书馆信息资源与读者需求的这些变化使得高校图书馆的服务模式发生了变化,从面向资源的信息服务转变为面向用户的信息服务。现代图书馆已经从“单纯服务型”的图书馆转变为“服务经营型”的图书馆^[2],即实现图书馆与读者合作,共同满足读者需求,共同创造价值的新的服务模式,也就是“读者=合作者”的资源服务模式。

信息时代,图书馆应该认识到信息资源的建设只凭图书

馆单方面是无法完成的,为了达到理想的效果,图书馆资源服务必须树立“读者=合作者”的理念,并将这一理念贯彻在信息资源建设和信息服务的始终,鼓励和吸引读者参与到图书馆信息资源的建设中来,让读者来共同建设和维护图书馆的信息资源。这与企业倡导的与消费者整合为一体共同创造价值不谋而合。

印度图书馆学家阮冈纳赞的图书馆学五定律中说“图书馆是一个生长着的有机体”^[9]。这一定律蕴涵了现代图书馆服务模式的原理。网络环境下的图书馆,为读者服务仍然是其本质功能,而这一功能的实现则要依靠图书馆与读者互动合作。

3 企业价值 2.0 新规则在图书馆的应用

我们将企业价值 2.0 新规则应用于图书馆的服务中归结为 4 条,称之为图书馆价值 2.0 新规则,表现为新的用户服务模式,具体如图 1 所示。

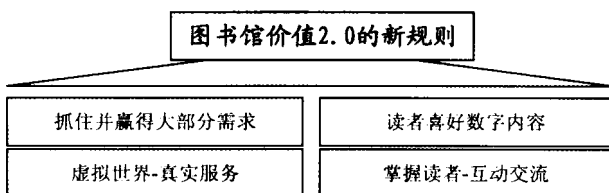


图1 图书馆价值 2.0 新规则

3.1 抓住大部分需求——赢在长尾理论

传统的图书馆重视“主要需求”和“主要读者”,这有其合理性,但是却弱化了对“非主要读者”需求的满足^[9],特别是使得“潜在读者”被排除在了图书馆服务视线之外。而且,图书馆读者“身份认证”制度强化了这种缺陷。因为,图书馆现行制度界定读者是否有权利用图书馆的依据是有没有办理借阅证。相对于“主要读者”和“现实读者”,“潜在读者”的数量是庞大的、分布是广泛的,利用图书馆的规律往往也是无章可循的。

这种抓住大部分需求(即长尾理论)对图书馆的重要启示就是:既要重视主要读者带来的业务量,又要在信息市场竞争的形势下,强调对读者数量的占有,通过对信息需求巨大的“潜在读者”的挖掘和聚合,使这些“长尾读者”整合成为图书馆服务的大市场。

3.2 虚拟馆藏——真实服务

图书馆馆藏包括实体馆藏和虚拟馆藏。实体馆藏主要以图书、期刊等纸质文献为主。虚拟馆藏指图书馆只有使用权,本馆读者必须借助于计算机系统、通讯网络等可以广泛利用(检索、传输等)的本馆以外网上的电子资源的总和。

虚拟馆藏的资源是“虚拟”的,但是虚拟馆藏为读者提

供的服务却是“真实”的。图书馆利用虚拟馆藏为读者服务的主要途径如图 2 所示:

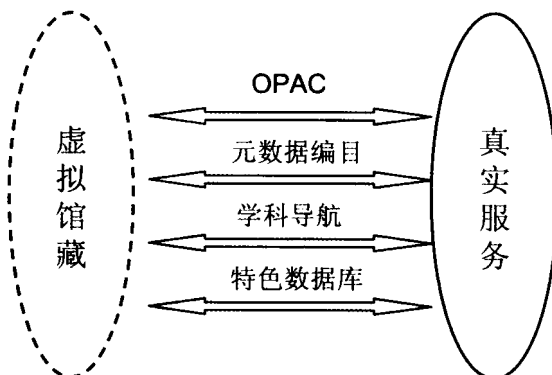


图2 图书馆利用虚拟馆藏为读者服务的主要途径

(1) 通过馆藏目录 OPAC 深层次揭示虚拟馆藏。利用 OPAC 深层次揭示虚拟馆藏比较通用的做法是增加 MARC 或者 USMARC 的 856 字段,成为记录电子信息资源的重要字段,并成为虚拟馆藏 URL 和图书馆 OPAC 链接点^[9]。

(2) 使用 Dublincore 元数据对虚拟馆藏进行编目。在网络环境下,虚拟馆藏已远远超出了传统图书馆馆藏所能及的范围。任何图书馆离开了网络虚拟馆藏而仅仅依靠自己有限的馆藏资源来提供广泛的书目信息服务都是不可想象的。图书馆必须根据用户需要,确定信息收集的范围与重点,对虚拟馆藏进行深层次的开发,通过选择、加工和组织,形成特定用户需要的序列化的有效资源。

(3) 建设学科导航。学科导航为用户开辟了一个全方位检索特定学科知识的最快捷的途径,它是虚拟馆藏服务的最直接、最实用的形式。当前一般图书馆只对重点学科进行导航,而对占比重极大的普通学科的网络学术资源没有进行整理揭示。其实不然,占比重极大的普通学科用户群同样需要快速了解本学科领域前沿研究动向、发展趋势和国际动态,因此很有必要对普通学科也进行导航。

(4) 建立特色数据库。围绕重点学科,整合网络学术资源,建立特色数据库。根据专业及重点学科特色,在现实馆藏的基础上,定期下载因特网上符合学科建设和科研需求的信息,尤其是重点学科的相关信息,制作成网页,并且用链接的方式建立信息导航系统,引导读者快速、准确地查询到自己所需信息资料,以提高检索查询的质量,避免盲目地网上漫游,从而大大提高服务质量。

3.3 读者喜好数字资源

近年来,随着信息技术的提高和网络的日益发达,图书馆的资源逐步数字化和网络化。在图书馆文献资源的建设中,传统的纸质文献的比例逐年降低,新型数字资源的比例逐年提高。为了解读者对于数字资源的喜好,笔者以青岛农

业大学图书馆为例,对读者在2010年对本馆拥有的数字资源的使用情况进行了一次问卷调查与分析。

这次调查是以青岛农业大学的16个院部58个专业的教师和学生为对象。调查内容是青岛农业大学所购买的数字资源,包括全文数据库、文摘数据库、电子图书、电子期刊以及图书馆自建的特色数据库及围绕这些数据库开展的一些信息服务。共发放问卷500份,其中300份发放形式为图书馆工具书阅览室展台上读者随机填写,还有200份送到院系资料室,由资料室人员发放并回收。成功回收问卷495份,回收率为99%,调查后的结果如表1。

表1 青岛农业大学数字资源使用情况

读者类型	数量	喜欢使用电子资源		不喜欢使用电子资源	
		人数	百分比%	人数	百分比%
教师	98	85	86.7	13	13.3
本科生	312	205	65.7	97	31.3
研究生	85	64	75.3	21	24.7

调查结果显示,现在的读者越来越喜爱用数字资源,数字资源以其高效等优势深受现代读者的喜爱。信息时代数字信息资源已经成为主流,图书馆应当拓展创新能力,以求改变传统的业务模式并通过无所不在的数字内容满足读者的需求。

3.4 掌握读者—互动交流

在企业中,与客户保持密切联系一直是所有时代的业务战斗口号。而在图书馆界,“读者至上”已然成为人们普遍遵循的一条规律。“一切为了读者”,就要加强与读者的交流,掌握读者心理和需求,才能更好地为读者服务。Web2.0时代,图书馆与读者的交流除了传统形式上的交流,网络互动交流是图书馆2.0环境下与读者交流的重要方式。

(1) 电子邮件。主要是在图书馆主页设“邮件咨询”等栏目,并告诉读者咨询邮箱,读者可将问题以电子邮件方式发送给相应的咨询馆员,咨询馆员以电子邮件方式将答案送回读者。这是一种比较有效而且长期以来一直被图书馆采用的与读者交流的方式,能较好地与读者进行沟通。

(2) 在线咨询或实时咨询。这是让读者以电子方式提交咨询的问题,然后馆员以“回音壁”等方式做出解答的咨询方式。其最大优点是即时性与交互性,使读者与馆员虽然不能当面交流,但可以同步交流,读者只要能上网就可以提出问题,馆员在线时可得到即时解答,对于读者在馆内查询及利用资源过程中遇到的困难尤其有帮助。即使馆员不在线,读者也可以选择网络留言这种方式提出自己的问题,打破了时间局限,也方便了读者,如常见的“QQ咨询”和“读者留言”^[6]。

(3) 博客。这是一种表达个人思想、内容,按时间顺序排列并不断更新的交流方式,以其实时化、个性化、全球化和低门槛等优点被越来越多的人所接受。将Blog技术应用于图书馆,不仅能在图书馆与读者之间架起交流的桥梁,宣传图书馆的服务与理念,而且也能在馆员之间开辟一片沟通的天地。

(4) 公告板(讨论组)。主要是采用BBS系统或Group讨论组的形式,读者可以自由地访问,上传自己的观点或建议,也可以就其他读者关于某个主题的最新看法发表评论。这种形式具有一定的公共效应。BBS日常使用人数多,影响大,尤其在高校,有问题大家都乐意找BBS解决,同时这种形式也具备良好的互动性,读者不仅可以与图书馆进行双向交流,还可以就某一问题进行多方讨论。

总之,这四条规则之间是相辅相成的,抓住读者的需求,尤其是喜欢数字资源的需求,通过互动交流的方式,大力发展虚拟资源,才能为读者提供真实有效的服务。这是建立图书馆与读者共同创造价值的服务模式,也是今后图书馆发展的一种新的模式。

参考文献

- 1 马特·波尔塔,等.企业需遵循的价值2.0新规则[EB/OL]. <http://money.163.com/10/1219/10/608S40U900253G87.html>,2010-12-19/2011-01-15.
- 2 周菁齐.以读者为中心的图书馆价值营销[J].杭州师范学院学报(医学版),2005(3):259~262
- 3 李阿莹.试论高校图书馆服务模式的转型[J].教育探索,2007(8):91~92
- 4 韩瑞珍,刘纯.长尾理论及其对数字图书馆信息服务的启示[J].图书馆论坛,2008(1):98~170
- 5 张涛,李雁行,唐静,等.浅谈图书馆2.0在高校图书馆服务中的应用[J].华章,2010(14):146
- 6 吕庆华,周良华.论图书馆与读者交流的形式与内容[J].情报探索,2008(7):93~95

(作者信息:青岛农业大学图书馆馆员,邮编266109。收稿日期:2011-05-20。)

编校:方 玮

