

●曹树金

论图书馆的开拓信息市场发展战略*

ABSTRACT After a review of researches on Chinese library development strategies, the author discusses the importance of library development strategies for information marketing in the condition of social informatisation, electronic information networks and socialist market economy. 9 refs.

KEY WORDS Library. Development strategy. Information market-place.

CLASS NUMBER G259.22

在社会信息化、信息电子化和网络化趋势不断增强的条件下,在建设社会主义市场经济的环境中,重新审视和研究图书馆的发展战略是非常必要的。本文在回顾我国图书馆发展战略研究成果的基础上,论述图书馆开拓信息市场发展战略的涵义和意义。

1 我国图书馆发展战略研究回顾

我国图书馆界自觉性地开展发展战略研究始于80年代中期。党的十一届三中全会以后,我国的各项事业都面临着改革与发展的重任和机遇。图书馆事业在80年代也进入了发展的黄金时期。1980年中共中央书记处通过了关于图书馆工作的汇报提纲,随后国家对图书馆的投入增多,新建不少馆舍,入藏文献有较大增长。但由于当时的图书馆事业在适应社会、经济、科技、教育、文化发展需要上,存在着观念陈旧、体制不合理、管理不科学、资源布局不均衡、人才缺乏、技术设备落后、服务水平不高等关系到图书馆事业发展的根本性问题急需解决。又恰逢全国的“文化热”和图书馆学理论观点思维的空前活跃,图书馆界便围绕图书馆事业的“改革与发

展”兴起了发展战略研究的热潮。1985年,黑龙江省图书馆经过大量的调查和研究,率先提出了一整套全省公共图书馆事业发展战略的构想和规划方案。1986年至1987年间,图书馆发展战略研究达到了高潮,召开了多次关于图书馆发展战略的研讨会,发表了大量的论文、报告及一些规划方案。中国图书馆学会主编的《图书情报事业发展战略论文选》反映了这一时期的主要成果^[1]。90年代之后,图书馆发展战略的研究虽然相对沉静了一些,但一直在持续着。例如,湖南《图书馆》杂志在1996年组织了“图书馆事业发展战略研究10周年纪念”笔会,《中国图书馆学报》时有专门或相关论文发表。

战略研究是指对宏观现实问题的研究,亦即对当前具有普遍意义而且能够决定事物未来发展趋势的问题的研究^[2]。我国图书馆发展战略研究的内容主要涉及:图书馆事业发展战略总论,公共图书馆事业发展战略,高校图书馆事业发展战略,科研图书馆事业发展战略,地方图书馆事业发展战略,以及图书馆人才教育、文献信息资源、城市图书馆、数据库、自动化系统等专项发展战略研究。其中,对图书馆事业发展战略总论的研究最多。

* 本文获国家教委人文社会科学规划项目资助。

多年的图书馆发展战略研究已经取得了大量成果,白国应等曾对此作过归纳和总结^[3]。韩继章认为,图书馆事业发展战略研究对于当代图书馆和图书馆学的历史性贡献,更多的不在于实际成果,而在理论和思想观念,在于其对于当代中国图书馆的现代化建设的思想启蒙意义^[4]。这是较为符合实际的。我们认为,中国图书馆发展战略研究最主要的成果是对制定和实施图书馆发展战略的原则和策略达成了以下共识:

1.1 制定和实施图书馆发展战略的原则

(1) 转变观念原则:要制定和实施适应社会需要的图书馆发展战略,必须要树立服务观念、开放观念、信息(情报)观念、网络观念、效益观念、市场观念、竞争观念等。

(2) 宏观调控原则。我国各类图书馆各有所属,各自为政,严重影响了图书馆系统的整体效益。因此,有必要设立宏观调控机构,建立调控机制,尤其要加强对各系统、各地区图书馆的文献资源建设与开发利用,自动化与网络化建设等方面一定要进行整体宏观控制和协调,以提高图书馆的整体实力和服务水平。

(3) 体制改革原则。图书馆在保持现行的公益性事业体制的同时,可以对“一馆两制”、“一馆多制”进行探索和实践。

(4) 资源共享原则。资源共享有助于图书馆充分开发利用文献资源,提高文献资源利用率。同时还是缓和我国图书馆文献资源购置经费短缺、文献资源不足与读者需求之间矛盾的有效途径。

(5) 满足需要原则。为了满足社会需求,图书馆的数量、规模、馆藏、干部队伍的不断增长是必要的,但更需要在“硬件”上有较大的投入。我们应该立足现实,将重点放在理解用户需要,激发用户需求,在现有资源条件基础上尽力满足读者需要。

(6) 发挥优势原则。充分发挥图书馆馆藏丰富、文献信息处理能力较强,文献服务经验较为丰富等优势,克服技术装备不足,服务

手段较为落后等不利因素,开展以开发利用文献资源为中心的服务活动。

(7) 服务多元化原则。为了充分开发利用文献信息资源,最大限度地满足读者需求,图书馆应从提供比较单一的服务,向提供多元的服务转变,以满足社会的不同需要。

(8) 法治原则。图书馆法规是国家对图书馆事业进行宏观控制的重要手段。应加强图书馆立法工作,制定、颁布图书馆法规,为我国图书馆事业发展提供法律保证。

(9) 协调发展原则。图书馆事业的发展与社会经济、科学、教育、文化事业发展密切相关,应注意协调发展,相互促进。经济的发展、社会的进步可刺激公众的信息需求,促进图书馆事业的发展,而图书馆事业的发展又可促使图书馆更好地为经济建设与科学教育文化的发展服务。

1.2 制定和实施图书馆发展战略的策略

(1) 内涵发展策略。应从主要走外延扩展和数量增长的道路,转向既注意外延扩展,更重视内涵建设与质量充实的道路。注重建立健全图书馆规章制度,提高馆员素质,开发文献信息资源,扩大图书馆功能,提高服务质量与工作效率,充分发挥图书馆的效能。

(2) 社会化策略。打破图书馆之间的各种界限,改单一或主要为所属系统、部门内读者服务,转向为全社会公众服务,变封闭、半封闭图书馆为开放型图书馆,促进社会和经济的发展。同时,又可利用社会力量来促进图书馆自身的发展。

(3) 信息(情报)化策略。强化图书馆的信息(情报)职能,提供信息(情报)服务,满足用户的信息(情报)需求,适应社会信息化发展趋势。

(4) 有偿服务策略。图书馆提供的某些服务,由于图书馆工作人员的加工、处理而使信息产品与服务有所增值,应当并且可以实行有偿服务。

(5) 自动化策略。引进电子计算机等先

进设备,采用图书馆自动集成系统,实现文献采访、编目、流通、检索自动化,改善服务条件,提高服务效率。

(6) 网络化策略。建立全国或地区图书馆网系统,使图书馆由分散型向网络化发展。网络化便于图书馆开展各种协作、协调活动,提高系统整体功能。

(7) 梯度发展策略。我国图书馆事业发展不平衡,图书馆之间存在较大差异。应采取多种模式的梯度发展策略,根据实际情况,制定相应的发展目标、速度,采取不同的手段和措施,分层次、分阶段实施,以提高图书馆的整体发展水平。

(8) “软件”开发发展策略。图书馆建筑规模,馆藏数量,技术设备及人员队伍等硬件建设,是衡量图书馆事业发展的重要标志。但是,图书馆管理法规(包括图书馆情报工作法令,指示,文件,规定和条例等)及业务工作规范(包括文献著录标准,工作条例,检索语言,机读格式,规范文档,数据库等“软件”建设)是影响图书馆事业向纵深发展的关键。应加强“软件”建设与开发工作。

(9) 整体优化策略。图书馆内各部门之间、图书馆与图书馆之间、图书馆与其他信息服务机构之间,在竞争的同时,也应进行分工合作。通过相互间的竞争与合作,实现图书馆的整体化和信息服务领域的整体优化。

上这原则和策略对我们当前制定和实施图书馆发展战略仍有较大的指导意义。不过,由于电子信息网络和社会主义市场经济体制的逐步建立和完善,图书馆事业发展的环境和条件已发生了较大的变化,我们应该在遵循这些原则和策略的基础上,制定和实施更加根本和具体、便于操作的图书馆发展战略。即制定和实施开拓信息市场的发展战略。

2 开拓信息市场发展战略的基本内容

图书馆开拓信息市场发展战略的基本内

容主要包括战略目标、战略重点、战略措施和竞争战略等方面。

2.1 战略目标:不断开拓信息市场,逐渐增加图书馆在信息市场中的占有率

经过十几年的发展,我国信息服务产业和信息服务市场已有一定规模,据抽样分析,中国信息服务业的总体经济规模为年(1991年)销售额15亿元左右,其中信息服务业年销售额约1.5亿元^[5]。但是,图书馆在信息产业和信息服务市场中的地位十分轻微,甚至其他领域的人士或某些政府部门对图书馆在信息服务产业和信息服务市场中的存在忽略不计。致使目前难以找到图书馆在信息服务产业和信息服务市场中所占比例的数据。

目前,图书馆界已达成了较一致的认识:图书馆要想在信息社会和电子信息网络环境中生存并发展,必须强化信息职能,进入信息产业,开拓信息市场。目前我国已将信息产业列为需要着重发展的产业,将信息市场作为需要重点培育的要素市场;信息产业和信息市场正处于成长阶段,发展余地很大;信息技术的应用,尤其是数字化技术和网络技术促成的电子图书馆、数字图书馆的发展;再加上图书馆已有的信息服务理论和实践,都为图书馆开拓信息市场提供了有利条件。

因此,我们认为,无论是整个图书馆界还是各个图书馆,都应该将不断开拓信息市场,逐渐增加图书馆在信息市场中的占有率作为图书馆今后发展的一个战略目标。

2.2 战略重点:利用信息技术,开发信息资源,满足用户需要

战略重点是为实现战略目标,抓住起决定作用的因素所选择的突破口。为实现不断开拓信息市场,逐渐增加图书馆在信息市场上的占有率这一战略目标,图书馆应该将利用信息技术,开发信息资源,满足用户需要作为战略重点。

信息技术是使信息产业及市场,包括信

息提供服务业得以形成并迅速发展的关键因素。我国图书馆过去的信息服务水平不高的原因之一就是信息技术的应用较薄弱,而其他信息服务企业的优势正好是对信息技术的应用表现得更为灵敏。今后,在以计算机网络技术为核心的信息化时代,图书馆只有不断用信息技术武装自己,重点利用信息技术开发信息产品,主要通过信息网络提供信息服务,才有可能不断开拓信息市场。

拥有丰富的文献信息资源是图书馆开拓信息市场的优势之一,但是,这种优势能否发挥,关键还是图书馆能否在其基础上开发出适销对路的信息产品。过去,图书馆对自身文献信息资源的开发是一个薄弱环节,今后图书馆若能在这一环节上有所突破,将会显著提高它在信息服务产业中的地位。至于动态信息、行情信息及其他非文献型信息的获取,图书馆如能充分开发互联网络中丰富的信息资源,将可以较大程度上弥补这种缺陷。

图书馆能否实现开拓信息市场的战略目标,最终取决于它的信息产品和服务是否能够真正满足用户(读者)的需要。过去,图书馆所提供的信息产品和服务往往与用户的需要脱节,仅仅停留在自己能干什么就提供什么,不是想用户需要什么就提供什么。因此,图书馆要开拓信息市场,最关键的是真正以目标用户的需要为中心,全面、准确地理解用户的需要,不仅满足其现实需求,而且激发并满足其潜在需求,不断扩展其用户群体,保持较高的用户满意水平。

2.3 战略措施:信息市场营销策略

本世纪初诞生于美国的市场营销理论,在第二次世界大战之后,已广泛传播并应用于世界各国。不仅生产部门、营利组织(公司企业)在积极应用并不断发展这种理论,而且服务部门、非营利组织也已陆续应用这种理论并取得理想的效果。在西方国家图书馆界,自80年代开始,就有较多的图书馆营销理论研究、教学和实践,召开了多次有关的学

术会议,出版发表了不少论著。仅笔者在美国加州大学图书馆所见,由美、英等国家出版的关于图书馆和信息机构营销的著作、教材、论文集已有近10余种,如Library Trends杂志的Marketing of Library and Information Services(1995);Wood, Elizabeth J的Strategic Marketing for Library(1988);Weingand, Darlene E的Marketing/Planning Library and Information Services(1987)和Marketing for Libraries and Information Agencies(1984);Kies, Cosette的Marketing and Public Relations for Libraries(1987);Aslib的The Marketing of Library and Information Services(1981),等等。

70年代末,市场营销理论开始在我国传播,90年代开始在我国企业界较为广泛地应用。我国图书馆界则在近几年才开始关注到这一理论的应用。

图书馆作为一种服务机构和非营利组织,可以也应该利用服务营销和非营利组织营销理论来规划和实施服务及产品的设计、定价(无偿和有偿)、促销和分销,以开拓自己的服务市场,最大限度地满足用户需要,实现图书馆的目标。

由于人们对信息商品属性的普遍认同,以及图书馆信息职能的亟待增强,相对来说,图书馆的信息服务既是图书馆中最易于应用营销理论的领域,又是图书馆中最需要应用营销理论的部分。

市场营销理论所提供的营销策略主要有4P's策略和4C's策略^[6]。所谓4P's策略,是以市场营销观念为指导,通过实施产品(Product)、价格(Price)、地点(Place)、促销(Promotion)4类营销因素组合而满足顾客需要和组织目标的策略。它强调组织(企业)应该通过适当的促销手段,将合适的产品,以合理的价格,在适当的地点提供给目标顾客,以满足其需要。至于新出现的4C's策略,则是以关系营销观念为指导,以消费者(Con-

sumer)、成本(Cost)、便利(Convenience)、沟通(Communication)为重点而展开的营销策略。它强调组织应通过满足消费需求或改变消费者的价值观和生活方式,来占领和巩固市场;既关注组织的生产成本,又重视消费者的交易成本(如购买时间、风险等);力图方便顾客、为顾客提供全方位优质服务;在组织与消费者之间进行经常性信息交流,建立一种基于共同利益的关系。无论采用何种策略,还必须辅以市场细分、市场定位等策略。

图书馆可以也应该将营销领域的一系列营销策略与图书馆的信息服务相结合,总结出一套图书馆信息营销策略,作为图书馆实现开拓信息市场这一战略目标,保证战略重点的战略措施。

2.4 竞争战略:差异化和集中化战略

无论是整个图书馆界,还是各个图书馆,要实施开拓信息市场的发展战略,必须进行战略管理,在环境分析的基础上,选择和执行具体的竞争战略方案。

根据图书馆的内外环境,我们认为,图书馆为开拓信息市场,可选的基本战略主要应是差异化战略和集中化战略。

所谓差异化战略是指组织为用户提供的产品或服务,在行业内具有独特性^[7]。它往往是组织选择被行业内许多用户视为重要的一种或多种特质,并为其选择一种独特的地位以满足用户的需求,提高买方的效益。因此,差异化可以在某个或多个方面实现,如产品特性、服务质量、品牌形象、销售渠道、价格水平等。

对图书馆界而言,只有在认清信息社会环境给自己带来的机会和威胁,意识到自己的优势和劣势的基础上,使自己的信息服务不同于其他类型信息服务机构或企业的信息服务,才能在信息服务业中占有一席之地。例如,刚刚兴起的因特网信息服务给许多部门提供了机会,图书馆如何利用因特网开展不同于电讯部门、电脑公司、信息公司等机构的信息服务,就是一个新的课题。

对于各个图书馆来说,同样有必要实施差异化战略,使自己的信息服务具有不同于其他图书馆的地方。我国公共图书馆近年兴起的特色图书馆(服务)实践和讨论,其重点就是特色化的信息服务^[8]。

所谓集中化战略,是主攻某个特定的用户群、某产品系列的一个细分区段或某一个地区市场。集中化战略致力于寻求细小目标市场上的竞争优势,并不追求全面市场上的竞争优势。由于信息服务至今仍是图书馆的薄弱环节,图书馆采用集中化战略就显得非常必要。实际上,已有一些图书馆采用了这种战略,例如,北京市东城区图书馆服装资料馆,致力于满足自身信息能力不强的中小型企业对国内外服装信息越来越高的要求;北京市崇文区的北京包装资料馆,海淀区的室内外装饰艺术资料室,江苏常熟市图书馆主办的常熟市科技信息资料开发俱乐部^[9],都是瞄准有限的目标市场,全力满足用户的特殊信息需要。又如,广东石湾图书馆已建成立足本地,面向全国的多媒体陶瓷数据库;广东省中山图书馆、广州图书馆、深圳图书馆的剪报服务中心,在与许多信息公司的竞争中显出了优势;深圳图书馆的时装图书馆针对本地及全国服装企业的需要,不仅提供时装书刊的阅览和录象资料的播放服务,而且提供时装信息的汇编、咨询、查询服务,并开展学术研讨、时装沙龙、专业讲座、培训辅导、时装画展、样品展览等活动传递信息。

3 图书馆开拓信息市场发展战略的意义

3.1 是图书馆发展战略原则的全面贯彻

图书馆开拓信息市场的发展战略全面贯彻了信息(情报)观念、市场观念、竞争观念、服务观念、开放观念、效益观念等新观念;是图书馆改革现有管理体制、引进市场机制,参与信息市场竞争,适应社会发展需要的具体体现;使图书馆的资源共享、满足需要、发挥优势服

务多元化以及协调发展等原则落到了实处。

3.2 是图书馆发展策略的综合应用

图书馆开拓信息市场的发展战略,综合应用了图书馆各项发展策略。利用信息技术,开发信息资源,强调图书馆采用自动化、网络化策略,走质量提高与内涵发展的道路;开发信息资源,提供适销对路的信息产品与服务,满足用户需求,是图书馆应用信息(情报)化、“软件”开发及整体优化策略的表现;开拓信息市场,不断提高图书馆的市场占有率的战略目标,则是综合应用了社会化、有偿服务、信息(情报)化、“软件”开发及整体优化等策略。

3.3 是图书馆原有发展战略的深化

图书馆原有的发展战略比较宽泛,提出的发展战略不论是全国范围的、地区范围的还是某一系统的,多侧重于图书馆及其馆藏、人员、投入、设备的数量目标,而这些目标的实现,又往往较多地取决于图书馆的外部力量而不是图书馆的内部力量;对于图书馆的内涵的发展,虽然也提出不少要求,但相应的策略、措施的可操作性较差,使发展战略落不到实处。相反,图书馆开拓信息市场的发展战略的战略目标、战略重点、战略措施及竞争策略则比较具体、可操作性强,且可通过图书馆的自身努力——利用信息技术,开发信息资源,满足用户需要来实现。

3.4 是图书馆克服发展难点的迫切需要

目前,我国图书馆界普遍存在的难点是现有体制与市场经济体制不协调:图书馆的现代化需要大量资金,但国家对图书馆的投入有限;书刊出版业日益繁荣,图书馆书刊资料的年增长率则日益下降;用户信息需求日益高涨,而图书馆的信息资源的利用率则不高;信息服务业发展迅速,而图书馆尚未完全向社会开放。实施开拓信息市场的发展战略,可使图书馆在立足现状的基础上,利用已有技术设备,充分开发信息资源,满足用户需要,参与信息市场竞争,克服困难,向前发展。

3.5 是图书馆增强生命力的必要选择

信息时代的来临,使作为文献信息搜集、整理、加工与提供者的图书馆正面临发展机遇与挑战。实施开拓信息市场的发展战略,有助于图书馆在激烈的市场竞争中生存、发展。

开拓信息市场的战略目标符合图书馆的未来发展趋势,而利用信息技术,开发信息资源,满足用户需要的战略重点,市场营销理论的导入以及差异化战略和集中化战略的应用,使得图书馆可以充分利用现代信息技术,挖掘自身潜力,开发利用信息资源;多方位、多层次、多方式提供信息产品与信息服务,满足用户需要,拓展、强化图书馆的信息服务功能,增强图书馆的竞争实力,赢得用户、赢得市场,使图书馆获得更大的生存和发展空间,促使图书馆与社会、经济同步协调发展。

参考文献

- 1 中国图书馆学会主编.图书情报事业发展战略论文选.北京:书目文献出版社,1991
- 2 吴慰慈,罗志勇.中国图书馆事业发展战略研究.中国图书馆学报,1997,23(5)
- 3 白国应,史学智.我国图书情报事业发展战略研究回顾.见:中国图书馆学会主编.图书情报事业发展战略论文选.北京:书目文献出版社,1991
- 4 韩继章.发展战略研究——中国图书馆现代化的思想启蒙.图书馆,1996(4)
- 5 吴慰慈,罗志勇.中国信息服务产业的发展态势.中国图书馆学报,1995,21(4)
- 6 高继军.市场营销理论的制度变迁与创新.中国流通经济,1997(4)
- 7 波特, M. E. 著;陈小悦译.竞争战略.北京:华夏出版社,1997
- 8 黄恩祝.再谈特色服务和特色图书馆.中国图书馆学报,1997,23(3)
- 9 常林.特色公共图书馆建设.中国图书馆学报,1995,21(6)

曹树金 中山大学信息管理系副教授。通讯地址:广州新港西路135号,邮编510275。

(来稿时间:1998-09-01。编发者:翟凤岐)