

■ ارتقای رضایت کاربران کتابخانه

با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری: گزارش یک تجربه

نجلا حریری | شبنم شاهوار

■ چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، ارائه راهکارهای ارتقای سطح رضایت کاربران کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری است. این پژوهش در سه مرحله انجام شده است. مرحله اول به منظور آگاهی از عوامل نارضایتی کاربران، با رویکرد کمی و به روش پیمایشی توصیفی، با استفاده از پرسشنامه لایب کوآل بر روی یک نمونه تصادفی طبقه‌ای بر روی ۲۷۴ نفر از کاربران اجرا گردید. در مرحله دوم پژوهش با به کارگیری رویکرد کیفی، یک مطالعه موردی توصیفی انجام شد و داده‌های تکمیلی مربوط به عوامل نارضایتی و راهکارهای افزایش رضایت از طریق مصاحبه متمرکز گروهی با نارضایت‌ترین کاربران کتابخانه گردآوری شد. در مرحله سوم، یافته‌های حاصل از دو مرحله پیش‌گفته، با فراهم کردن مبنای اطلاعاتی لازم منتهی به ارائه راهکارهای ارتقای رضایت کاربران و طراحی و پیشنهاد سامانه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی گردید. این سامانه، با دارا بودن امکان شخصی‌سازی برای اعضای کتابخانه، از ظرفیت بالقوه برای ارائه خدمات مورد نیاز و فراتر از نیاز کاربران برخوردار است.

کلیدواژه‌ها

مدیریت ارتباط با مشتری؛ کیفیت خدمات؛ لایب کوآل؛ رضایت کاربران؛ کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی

ارتقای رضایت کاربران کتابخانه با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری: گزارش یک تجربه

نجلا حریری^۱ | شبنم شاهوار^۲

دریافت: ۱۳۸۸/۱۰/۱۳ پذیرش: ۱۳۸۹/۴/۶

مقدمه

اعتبار یک سازمان موفق، بر پایه روابط بلندمدت با مشتریان بنا می‌گردد و مشتری، کلید موفقیت سازمان و هر فعالیت تجاری، اقتصادی، و خدماتی است. اعتقاد و عمل به اصول مشتری‌مداری، جلب رضایت مشتریان، جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی، از اصلی‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، کسب رضایت و وفاداری مشتریان، در گرو ارائه خدمات مناسب است و سازمان‌هایی که ارائه خدمات مناسب بر پایه انتظارات و نیازهای مشتریان را هدف قرار داده‌اند، در محیط‌های رقابتی امروز از امتیاز قابل ملاحظه‌ای برخوردارند. ارائه خدمات مناسب جز بر پایه شناخت نیازها، علاقه‌مندی‌ها، امکانات و انتظارات مشتریان امکان‌پذیر نیست. گردآوری اطلاعاتی از این قبیل به صورت یکپارچه، سازمان را در جهت ارائه خدمات مناسب، مطابق با نیازها و انتظارات مشتریان و همچنین تهیه گزارش‌های تحلیلی و آماری یاری می‌رساند.

برقراری ارتباط مؤثر، صمیمی و آسان، کلید طلایی دستیابی به اطلاعات ارزشمندی است که استفاده اصولی و صحیح از آنها ضامن موفقیت سازمان می‌باشد. یکی از اصول اساسی موفقیت، ایجاد رابطه‌ای مناسب و شایسته با مشتریان است. این ارتباط مؤثر و با اهمیت باید به شیوه‌ای کارآمد و براساس طرحی مدون و مطابق با اهداف، امکانات، و سیاست‌های سازمان، برنامه‌ریزی و اجرا گردد. یکی از بهترین و مناسب‌ترین راه‌حل‌ها

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی،
واحد علوم و تحقیقات تهران
nadjlahariri@hotmail.com
۲. کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی،
سازمان مدیریت صنعتی
sshahvar@gmail.com

جهت دستیابی به این مهم، به‌کارگیری فناوری اطلاعات جهت بالا بردن کارایی و بهبود فرایندهای پاسخگویی به مشتریان در سازمان می‌باشد (شهیدی، ۱۳۸۴).

چگونگی مدیریت ارتباط با مشتریان یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح شده در سازمان‌ها و به‌تبع آن، در کتابخانه‌های وابسته به آنهاست که فناوری اطلاعات در قالب سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری^۳ راه‌حل مناسبی برای آن ارائه نموده است. سیستم مدیریت ارتباط با مشتری سیستمی است که کلیه فرایندها، شیوه‌ها، و روابط را به‌صورت یکپارچه و در جهت راهبردها و امکانات سازمان، در قالب فناوری اطلاعات ارائه می‌نماید. هرچند که برقراری ارتباط با مشتریان به‌صورت فیزیکی بسیار مهم است، اثر آن، زمانی که توسط فناوری و سیستم‌های الکترونیکی مدیریت ارتباط با مشتری پشتیبانی گردد، بسیار بیشتر خواهد بود.

کتابخانه‌های امروز، سازمان‌هایی هستند که موفقیتشان در ارائه خدمات مطلوب و جلب رضایت مراجعه‌کنندگان، تنها با دارا بودن مجموعه‌ای غنی و روزآمد، میسر نخواهد شد. امروزه، مدیران کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به این باور رسیده‌اند که برای افزایش دسترسی به منابع و اطلاعات موجود در کتابخانه و دستیابی هریک از کاربران به دقیق‌ترین اطلاعات مورد نیاز در کم‌ترین زمان ممکن، اتخاذ تدابیر هوشمندانه‌ای ضرورت دارد. از آنجاکه افزایش رضایت کاربران از خدمات ارائه شده، هدف هر کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی است، مدیران کتابخانه‌های تخصصی با بهره‌گیری از فنون روزآمد مدیریت، استفاده از راهبردهای ویژه و پیشرفته‌ای را مدنظر قرار داده‌اند که یکی از کارآمدترین آنها استفاده از الگوی مدیریت ارتباط با مشتری است. این الگو برای کلیه مراکزی که خدمات ویژه‌ای را به گروه خاصی از افراد با هدف جلب رضایت بیشتر آنها ارائه می‌دهند، کارساز خواهد بود.

بیان مسئله

امروزه، سازمان‌ها در تلاش‌اند با تکیه بر فناوری‌های جدید اطلاعاتی، کتابخانه تخصصی سازمان را به‌گونه‌ای تغییر دهند که رسالت پاسخگویی به کاربران را در کمترین زمان، با بهترین کیفیت و کمترین هزینه به انجام رسانند و سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری یکی از بهترین راه‌های ممکن برای رسیدن به این مقصود است. سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری کلیه خدمات و امکانات را به‌صورت شفاف تعریف می‌نمایند و مزایای بسیاری چون ارائه اطلاعات و خدمات به‌صورت پیوسته و ۲۴ ساعته، کاهش هزینه‌ها، و افزایش رضایت را به ارمغان می‌آورند. مدیریت ارتباط با مشتری، راهبرد فرایند کسب اطلاعات درخصوص مشتریان و نیازهای آنها با هدف به حداکثر رساندن سودآوری،

درآمد، رضایت مشتری، از طریق انتخاب مشتریان و اتخاذ رفتارهایی است که موجب رضایت خاطر، محور قراردادن مشتری، و استحکام هر چه بیشتر روابط با آنها باشد (گارتنر^۴، ۲۰۰۳).

در واقع، سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، اطلاعات کاربران را به منظور بهره‌برداری هدفمند و مؤثر گردآوری و یکپارچه‌سازی می‌کند. این اطلاعات می‌تواند در ارتباط با ویژگی‌های فردی کاربران، علایق مطالعاتی، و تخصص‌های موضوعی آنها باشد. ایجاد و اجرای این فرایند در کتابخانه تخصصی یک سازمان می‌تواند منجر به افزایش رضایت مراجعه‌کنندگان این مراکز شود و آنها را به مشتریان دائمی کتابخانه تبدیل کند. با استفاده از این سامانه، کتابخانه قادر خواهد بود کیفیت خدمات خود را افزایش داده، خدمات را به سمت وسوی شخصی‌سازی سوق دهد که این نیز به نوبه خود به تأمین نیازهای کاربران و جلب رضایت آنها منجر می‌شود.

مدیریت ارتباط با مشتری، با وجود اهمیتی که در سازمان‌های صنعتی و تولیدی و در کتابخانه‌ها - در خارج از ایران - داشته است، در کتابخانه‌های ایران مورد توجه نبوده است. کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی با ارائه خدمات اطلاع‌رسانی به جمع کثیری از پژوهشگران، مسئولیت سنگینی در تسهیل فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی کاربران برعهده دارد. برقراری ارتباط با کاربران کتابخانه از طریق یک نظام یکپارچه و منسجم و با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری می‌تواند نقش مؤثری در ارائه بهتر خدمات و ارتقای رضایت کاربران داشته باشد. از این رو، پژوهش حاضر با بررسی عوامل نارضایتی کاربران و کسب اطلاعات پایه‌ای لازم در مورد دیدگاه کاربران نسبت به خدمات و نقطه‌نظرهای آنان در مورد راهکارهای ارتقای رضایت، به ارائه الگویی برای سامانه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی می‌پردازد.

سؤالات پژوهش

۱. عوامل نارضایتی کاربران از خدمات کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی کدام است؟
۲. دیدگاه کاربران نارضاضی در مورد خدمات کتابخانه و نحوه ارتقای خدمات چگونه است؟
۳. ویژگی‌های سامانه مدیریت ارتباط با مشتری جهت ارتقای سطح رضایت کاربران کتابخانه کدام است؟

پیشینه پژوهش

پژوهش در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها در ابتدای راه است و پژوهشی در این زمینه در ایران انجام نشده است. پژوهش‌های انجام شده در این زمینه مربوط به

4. Gartner

سازمان‌های تولیدی و صنعتی است که به چند مورد از آنها اشاره می‌شود. حاجی زمانعلی (۱۳۸۳)، در پژوهش خود تلاش کرده تا چارچوبی برای پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان‌های ایران ترسیم نماید. به این منظور، پس از شرح کامل مفاهیم و بسط مباحث مربوط به مدیریت ارتباط با مشتری، چارچوب‌های مطرح در سازمان‌های امروزی مدنظر قرار گرفته و اجزای مشترک بین آنها در سه حوزه فرایندها، فناوری، و مسائل انسانی استخراج گردیده است. سپس با درنظر گرفتن مشخصات خاص محیط ایران، چارچوبی برای ایران پیشنهاد کرده است.

بهمردی شریف‌آبادی (۱۳۸۵)، ضمن بیان مفاهیم، تعاریف، مؤلفه‌ها و انواع سامانه ارتباط با مشتری الزامات موردنیاز برای پیاده‌سازی این سامانه در سازمان‌های تولیدی (صنایع شیمیایی و سلولزی ایران) را مورد بررسی قرار داد. مهدیانی (۱۳۸۵)، به بررسی آمادگی سازمان‌های خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات برای به‌کارگیری مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته و تأثیر و نتیجه آن را در این سازمان‌ها با استفاده از الگوی مدیریت ارتباط با مشتری مورد ارزیابی قرار داده است.

بیدگلی (۱۳۸۵)، مدل پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سرویس‌های برون‌سپار را در ایران ترسیم نمود. در این پژوهش، مفاهیم و مباحث مربوط به مدیریت ارتباط با مشتری و مدل‌های پیاده‌سازی آن در سازمان‌های امروزی مدنظر قرار گرفت و با مطالعه هفت مدل ارائه شده در متون و منابع و دو راه‌حل نرم‌افزاری، کلیه مراحل آن بررسی گردید. سپس، با درنظرگرفتن مشخصات سرویس‌های برون‌سپار و بررسی وضعیت فرهنگی، ساختاری، مشتری‌مداری و فناوری اطلاعات در سازمان‌های ایرانی، طرح اولیه تهیه و در جلساتی با متخصصان و کارشناسان عملی بودن طرح در شرکت صا ایران مورد بررسی قرار گرفت. پس از ارائه مدل اولیه، برای اعتبارسنجی مدل، مطالعه‌ای موردی انجام و با مصاحبه با هشت نفر از خبرگان و متخصصان مدل تأیید گردید و، در نهایت، مدل پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سرویس‌های برون‌سپار داخلی با کلیه مراحل و تقدم و تأخر آنها به‌صورت شماتیک ارائه شد.

در خارج از ایران پژوهش‌های معدودی در مورد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها انجام شده است. از آن جمله پژوهشی است که برادی - پرستون و فلیس^۵ (۲۰۰۶) در مورد ایجاد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های دانشگاه ملتان^۶ و دانشگاه انگلیس انجام دادند و با توجه به اینکه مفهوم فوق برگرفته از بازاریابی است، به بررسی بازاریابی در کتابخانه‌ها و تحلیل رابطه بین کتابداران و کاربران در کتابخانه‌های یادشده پرداختند. این پژوهشگران، در نهایت، به این نتیجه رسیدند که مدیریت ارتباط با مشتری یک مدل و چارچوب قابل استفاده برای ارزیابی کتابخانه‌های دانشگاهی است و در محیط

5. Broady-Preston & Flice
6. Malta

رقابتی امروز لازم است کتابداران علاوه بر شناسایی نیازهای مشتریان، ارتباطات قوی و تعاملات بسیاری با آنها داشته باشند. ونگ^۷ (۲۰۰۶)، در طی پژوهشی به بررسی موانع موجود در مدیریت ارتباط با مشتری در ارتباط با انطباق مفاهیم آن با کتابخانه‌ها و روشن کردن ضرورت و تأثیر آن بر کتابخانه‌ها پرداخت. وی در این پژوهش به ضرورت استفاده از مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها می‌پردازد و بر این نکته تأکید می‌کند که کتابخانه‌ها باید خود را برای رویارویی با این الگو آماده سازند و برای برخورداری از ارتباطاتی قوی، خدماتی با کیفیت، و مشتریانی راضی، به پیاده‌سازی الگوی مدیریت ارتباط با مشتری اقدام کنند. ونگ (۲۰۰۸)، در مقاله پژوهشی دیگری با عنوان: «اندازه‌گیری کیفیت خدمات مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی در کتابخانه‌ها» به دنبال هدف تعیین راهبرد برای مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها و دسترسی به بالاترین سطح رضایت مشتریان از خدمات کتابخانه می‌باشد. او معتقد است که اگر مشتریان راضی باشند، سود بالایی را برای کتابخانه‌ها به همراه خواهند داشت. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی^۸ همان مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از اینترنت به همراه پایگاه داده‌ها، پردازش تحلیلی پیوسته^۹، انبار داده‌ها، داده‌کاوی، و مانند آن است. برای ادراک اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی در کتابخانه‌ها، رضایت مشتریان از کیفیت خدمات کتابخانه با استفاده از ابزار سروکوال ارزیابی شد. مطالعه مقدماتی این طرح در سال ۲۰۰۴، برای سنجش کیفیت خدمات، با استفاده از مدل سروکوال صورت گرفت. به همراه این مطالعه، طراحی و اجرای طرح مقدماتی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی نیز در کتابخانه دانشگاه تاپوان صورت پذیرفت. یافته‌های پژوهش حاکی است که ادراک پاسخ‌دهندگان از میزان تلاش کتابخانه در جهت ارتقای کیفیت خدمات مثبت بوده، ولی، آنها کتابخانه را در حوزه محقق ساختن وعده‌های کم‌توان ارزیابی می‌کنند. در مجموع، نگاه پاسخ‌دهندگان به کیفیت خدمات مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی خنثی و یا مثبت ارزیابی می‌شود.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

در مرحله اول پژوهش که رویکرد آن کمی است، جامعه آماری شامل ۹۱۲ نفر از اعضای کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی می‌باشد که از بین این افراد بعد از شناسایی دقیق گروه‌های کاربری، تعداد ۲۷۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. این نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و براساس جدول کرجسی و مورگان^{۱۰} (پاول، ۱۳۸۵) انجام گرفته است. گروه‌های شناسایی شده به ترتیب بیشترین تعداد عضو شامل: دانشجویان کارشناسی ارشد، کارشناسان سازمان، دانشجویان دکتری، اعضای برون‌سازمانی، اعضای هیئت علمی، و مدیران سازمان می‌باشند.

7. Wang

8. e-CRM

9. Online analytical processing

10. Krejcie & Morgan

در مرحله دوم، که با رویکرد کیفی انجام گرفت، با استفاده از روش نمونه‌گیری از موارد افراطی یا حد^{۱۱}، ۱۱ نفر از اعضای کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی که براساس یافته‌های مرحله اول پژوهش نارضایتی بیشتری از خدمات کتابخانه داشتند، به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و در مصاحبه تمرکز گروهی شرکت نمودند. قابل ذکر است که در روش نمونه‌گیری از موارد افراطی یا حد، موارد غیرعادی و ویژه‌ای که پدیده مورد مطالعه، تظاهراتی افراطی و غیر معمول در آنها دارد به‌عنوان نمونه انتخاب می‌شوند (حریری، ۱۳۸۶).

روش پژوهش و ابزار گردآوری

در این پژوهش، از روش پژوهش ترکیبی^{۱۲} استفاده شده است. مرحله اول پژوهش که به بررسی وضعیت رضایت گروه‌های کاربران از کیفیت خدمات ارائه شده در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی می‌پردازد به روش پیمایشی توصیفی انجام شده است. پرسشنامه استفاده شده در این قسمت پرسشنامه استاندارد لایب‌کوال بود که سه بُعد «تأثیر خدمات»، «کنترل اطلاعات»، و «کتابخانه به‌عنوان یک محل» را با استفاده از ۲۲ مؤلفه مورد سنجش قرار می‌دهد.

مرحله بعد، با استفاده از رویکرد کیفی و به روش مطالعه موردی توصیفی^{۱۳} انجام گرفت. مطالعه موردی تحقیقی است که پدیده معاصر را در زمینه و بستر واقعی آن، به‌ویژه در شرایطی که مرزهای میان پدیده و بستر آشکار نیست، مورد بررسی قرار می‌دهد. مطالعه موردی توصیفی از انواع مطالعه موردی است که از طریق توصیف پدیده‌های مورد بررسی، مسئله پژوهش را روشن می‌کند و به‌ویژه در شرایطی سودمند است که همراه با روش‌های پژوهش دیگر مانند پژوهش پیمایشی به اجرا درآید (حریری، ۱۳۸۶).

ابزار گردآوری اطلاعات در این مرحله از پژوهش، مصاحبه تمرکز گروهی^{۱۴} بود. مصاحبه تمرکز گروهی که در پژوهش‌های بازاریابی به نحو گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد، از دهه ۱۹۸۰ در پژوهش‌های علوم اجتماعی نیز کاربرد فزاینده‌ای یافته است. در این نوع مصاحبه، پژوهشگر با گروه انتخاب شده‌ای از افراد برای اطلاع از دیدگاه‌ها و تجارب آنها در زمینه موضوعی مورد نظر به بحث می‌نشیند. مصاحبه تمرکز گروهی شیوه مناسبی برای آگاهی از دیدگاه‌های مختلف در مورد موضوع مورد بررسی است (حریری، ۱۳۸۶). مصاحبه تمرکز گروهی با شرکت ۱۱ نفر در گروه‌های مختلف کاربران کتابخانه که بر اساس نتایج مرحله اول پژوهش به‌عنوان ناراضی‌ترین کاربران شناسایی شدند انجام گرفت. به اطلاع کلیه شرکت‌کنندگان در مصاحبه رسید که صدای آنها ضبط می‌شود. در

11. Extreme case sampling
12. Mixed methods research
13. Descriptive case study
14. Focus group interview

این مصاحبه که یک ساعت و نیم به طول انجامید نظرات، پیشنهادها، انتقادات و دیگر مسائل در زمینه کیفیت خدمات کتابخانه مطرح شد.

در مرحله سوم پژوهش، با استفاده از داده‌های مراحل دوگانه یادشده، راهکارهای ارتقای سطح رضایت کاربران از کتابخانه با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری ارائه گردید و سامانه‌ای وابسته به پایگاه داده‌های سیستم طراحی شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد لایب‌کوآل استفاده شده است. این پرسشنامه به صورت الکترونیکی برای کاربران کتابخانه ارسال گردید. بعد از تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، بر اساس گروه‌بندی افراد، عوامل نارضایتی مشخص گردید و برای استفاده از راهکارها و پیشنهادها کاربران و پاسخگویی به پرسش اساسی ۲ مصاحبه تمرکز گروهی ترتیب داده شد. داده‌های حاصل از مصاحبه به روش تحلیل محتوای استقرایی تحلیل گردید. برای این منظور، ابتدا از کلیه مکالمات جاری در مصاحبه که به صورت ضبط شده گردآوری شده بود نسخه برداری شد و مکالمات به صورت مکتوب درآمد، سپس با مطالعه دقیق مطالب مطرح شده، نکات مهمی که مصاحبه‌شوندگان مطرح کرده بودند به صورت استقرایی در قالب چند مقوله اصلی از متن استخراج گردید و مباحث مربوط به هر مقوله نیز مورد تحلیل قرار گرفت. پس از تحلیل داده‌ها راهکارهایی برای ارتقای سطح رضایت کاربران با استفاده از الگوی مدیریت ارتباط با مشتری ارائه گردید.

یافته‌های پژوهش

از تعداد ۲۷۴ پرسشنامه توزیع شده، ۲۳۷ پرسشنامه تکمیل و عودت داده شد. براین اساس نرخ پاسخگویی ۸۶۵ درصد است.

پرسش اساسی ۱: عوامل نارضایتی کاربران از خدمات کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی کدام است؟

برای پاسخگویی به پرسش اساسی ۱، داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها تحلیل و بر اساس یافته‌ها، عوامل نارضایتی کاربران مشخص گردید. آن دسته از خدمات کتابخانه که سطح کیفیت فعلی آنها پایین‌تر از سطح حداقل خدمات مورد قبول کاربران بوده است، به ترتیب میزان شکاف موجود، در جدول ۲ آورده شده است.

مؤلفه‌های دارای شکاف منفی بین خدمات فعلی و حداقل خدمات مورد قبول	گروه‌های کاربران
<p>۱. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۱/۵۲-)</p> <p>۲. دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار (۱/۵۱-)</p> <p>۳. فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی (۰/۹۰-)</p>	دانشجویان کارشناسی ارشد
<p>۱. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۱/۷۳-)</p> <p>۲. دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار (۱/۴۴-)</p> <p>۳. فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی (۰/۲۹-)</p>	کارشناسان سازمان
<p>۱. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۳/۹۴-)</p> <p>۲. دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار (۲/۰۶-)</p> <p>۳. فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی (۰/۵۶-)</p>	دانشجویان دکتری
<p>۱. دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار (۳/۲۷-)</p> <p>۲. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۲/۳۳-)</p> <p>۳. فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی (۱/۳۳-)</p> <p>۴. مجلات چاپی و یا الکترونیکی مورد نیاز (۱/۱۷-)</p> <p>۵. دسترس پذیر کردن آسان اطلاعات برای استفاده مستقل (۰/۶۷-)</p> <p>۶. یک محیط راحت و خوشایند (۰/۵۰-)</p> <p>۷. آمادگی و رغبت کتابداران به پاسخگویی به سؤالات استفاده کنندگان (۰/۴۵-)</p> <p>۸. دروازه ای برای مطالعه، یادگیری، و پژوهش (۰/۳۳-)</p> <p>۹. توجه به فرد استفاده کنندگان (۰/۲۵-)</p>	اعضای برون سازمانی
<p>۱. دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار (۲/۰۵-)</p> <p>۲. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۱/۰۵-)</p> <p>۳. مجلات چاپی و یا الکترونیکی مورد نیاز (۰/۱۰-)</p> <p>۴. فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی (۰/۰۵-)</p>	اعضای هیئت علمی
<p>۱. منابع الکترونیکی مورد نیاز (۰/۱۸-)</p>	مدیران سازمان

جدول ۱

عوامل ناراضییتی از خدمات
کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت
صنعتی از دیدگاه گروه‌های کاربران

جدول ۱ نشان می‌دهد که منابع الکترونیکی مورد نیاز کاربران در ۴ گروه از کاربران کتابخانه (دانشجویان کارشناسی ارشد، کارشناسان سازمان، دانشجویان دکتری، و مدیران سازمان) برجسته‌ترین عامل نارضایتی است. مشکلات موجود در دسترس‌پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار نیز یکی از عوامل نارضایتی در میان ۵ گروه دانشجویان کارشناسی ارشد، کارشناسان سازمان، دانشجویان دکتری، اعضای برون سازمانی، و اعضای هیئت علمی است. عامل نارضایتی سوم، فقدان فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی است که در میان ۵ گروه دانشجویان کارشناسی ارشد، کارشناسان سازمان، دانشجویان دکتری، اعضای برون سازمانی، و اعضای هیئت علمی موجب نارضایتی بوده است.

پرسش اساسی ۲: دیدگاه کاربران ناراضی در مورد خدمات کتابخانه و نحوه ارتقای خدمات چگونه است؟

به منظور پاسخگویی به پرسش اساسی ۲، داده‌های حاصل از مصاحبه تمرکز گروهی با ناراضی‌ترین کاربران تحلیل گردید و مقوله‌های اصلی و دیدگاه‌های کاربران در مورد هر یک از مقوله‌ها به شرح زیر شناسایی گردید:

• منابع کتابخانه و دسترس‌پذیری

در مورد منابع کتابخانه، کلیه شرکت‌کنندگان در مصاحبه تمرکز گروهی بر حرکت هر چه سریع‌تر کتابخانه به سمت منابع الکترونیکی و دسترسی آسان به منابع از طریق اینترنت و دیگر سامانه‌ها تأکید داشتند. در بسیاری از موارد، کاربران کتابخانه خواهان اشتراک منابع با دیگر کتابخانه‌ها بودند. موارد دیگری در زمینه پیدا کردن کتاب‌ها در قفسه و مجلات لاتین نیز مطرح شد که احتمالاً، با توجه به قفسه‌باز کتابخانه، ناشی از عدم آشنایی کاربران با نحوه قرار گرفتن منابع در قفسه‌ها بوده است. امکان ارسال منابع از طریق پیک یا پست الکترونیکی برای کاربران نیز از دیگر موارد مطرح شده در این مصاحبه بود. اهم مطالب مطرح شده در مورد این مقوله در قالب نقل قول‌های مستقیم از کاربران در زیر مطرح می‌شود:

«نظر به اینکه کتاب‌های درسی و تخصصی متقاضیان زیادی می‌تواند داشته باشد، نظرسنجی در خصوص کتاب‌های پر درخواست صورت گیرد و در صورت امکان به جای یک جلد، دو جلد از آن کتاب در کتابخانه نگهداری شود؛ چون بارها برای شخص بنده پیش آمده که با چندین نوبت مراجعه به کتابخانه و درخواست کتاب مورد نظر موفق به امانت گرفتن آن کتاب نشده‌ام.»

«در مورد روزآمدی مجلات مدت‌هاست که اقدامات زیادی انجام نمی‌شود و همیشه

برای من جای سؤال است.»

«منابع الکترونیکی سازمان بسیار ضعیف است و در مورد آن نیز جهت‌گیری خاصی صورت نمی‌گیرد و به نظر می‌رسد در طول سالیان همکاری من با سازمان (بیش از ۹ سال) هنوز به جمع‌بندی خاصی نرسیده‌اند.»

«حرکت هرچه سریع‌تر کتابخانه به سمت تهیه نسخه دیجیتال از تمامی منابع چاپی و ارائه کامل آن به صورت تحت وب از نظر من خیلی ضروری است.»

«دسترسی به کتاب‌ها توسط اعضا، پیدا کردن کتاب‌ها را مشکل کرده است، چون گاهی اوقات اعضا در هنگام برداشتن کتاب آن را بر سر جای خود نمی‌گذارند و از آن جهت پیدا کردن کتاب‌ها مشکل است.»

«روابط کتابخانه سازمان با دیگر نهادهای علمی کشور مانند بانک مرکزی، مرکز پژوهش‌های مجلس، سازمان برنامه و بودجه، مرکز آمار ایران، و مانند آن ضعیف است.»

• اطلاع‌رسانی و تحویل مدرک

کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی فعالیت‌هایی مانند اشاعه گزینشی اطلاعات برای مقالات فارسی و لاتین، تهیه تازه‌های کتاب فارسی و لاتین، و پایان‌نامه‌ها و نمایش آنها از طریق اینترنت و پورتال داخلی سازمان انجام می‌دهد. شرکت‌کنندگان در مصاحبه ضمن اشاره به این خدمات، نکات دیگری را نیز مطرح کردند که از زبان خود آنها نقل می‌شود: «پیشنهاد می‌شود در صورت امکان با خرید ال سی دی و نصب آن در کتابخانه آخرین اطلاعات و خلاصه کتاب‌های جدید موجود، در هنگام ورود به کتابخانه قابل رؤیت باشد.»

«در ارتباط با وب‌سایت کتابخانه، اگر بتوان قابلیت‌های بیشتری به آن اضافه نمود خیلی بهتر می‌شد مثلاً امکان درخواست مقاله از پایگاه Emerald و ارسال آنها توسط کتابداران از طریق اینترنت و وب‌سایت.»

• امکانات و تجهیزات

بیشترین مورد مطرح شده در مصاحبه تمرکز گروهی، عدم تخصیص مکانی برای مطالعه گروهی و بحث کاربران با یکدیگر است. مصاحبه‌شوندگان در مورد تجهیزات مربوط به دکوراسیون و تغییر میزها و صندلی‌ها نیز نظراتی داشتند. تهویه و نور نامناسب در برخی از قسمت‌های کتابخانه نیز از عوامل نارضایتی به‌شمار می‌آمد. نقل قول‌هایی از کاربران ناراضی در این زمینه به شرح زیر است:

«به نظر من اگر کتابخانه سازمان امکانی را به وجود می‌آورد که فضایی برای مطالعه گروهی دانشجویان فراهم می‌شد، امتیاز بزرگی برای کتابخانه بود.»

«بعضی وسایل چوبی کتابخانه نیز نیاز به بهداشتی شدن (مانند تمیز شدن و رنگ‌آمیزی)

دارند. آیا هیچ فکر کرده‌اید که می‌شود رنگ کتابخانه را تغییر داد و آن را شاد نمود؟ مثلاً پارتیشن‌ها را عوض کرد. جای گلدان‌ها را تغییر داد و آنها را در کنار هم در یک محل مثل پاسیو قرار داد یا میزهای مطالعه را کنار پنجره قرار داد؟»
«ایجاد مکانیزم دسترسی و امانت و تحویل کتاب به صورت اتوماتیک بر اساس فناوری RFID می‌تواند یک اقدام خیلی مفید باشد.»

• سفارش منابع کتابخانه

برخی شرکت‌کنندگان در مصاحبه خواهان مشارکت در سفارش کتاب‌های کتابخانه بودند. به نظر آنها استفاده از نظرات و علایق و تجربیاتشان در زمینه موضوعات مختلف می‌تواند به غنای کتابخانه و منابع آن کمک کند و از سوگیری به سمت موضوعی خاص یا رشته‌ای خاص، جلوگیری نماید. یکی از شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار داشت:
«به نظر می‌رسد افرادی که برای کتابخانه کتاب انتخاب می‌کنند (برای خرید از نمایشگاه سالانه کتاب تهران و یا دیگر منابع) معیار مناسبی برای انتخاب کتاب‌ها ندارند. به علاوه، معیار مشخصی برای انتخاب این افراد هم وجود ندارد. این موضوع باعث می‌شود که گاه کتاب‌های مرجع یا ارزشمندی که می‌تواند به راحتی نیازهای خدمات آموزشی و مشاوره‌ای سازمان را برآورده کند، از نظر دور مانده و منابع مالی سازمان صرف کتاب‌هایی شود که چندان برای یک کتابخانه تخصصی (در مقایسه) مناسب نیستند.»

• حفظ آرامش و سکوت

شرکت‌کنندگان در مصاحبه ضمن اظهار رضایت نسبی از شرایط آرامش و سکوت کتابخانه نکاتی را مطرح کردند:
«فضای شمال شرقی که به محل شست‌وشوی اتومبیل‌ها تبدیل شده به صورت جدی مخل آرامش مراجعان شده است. برای رفع این مشکل شیشه‌های دوجداره توصیه می‌شود. راه حل دیگر می‌تواند تغییر مکان کارواش سازمان برای حفظ هرچه بیشتر آرامش کتابخانه باشد.»
«در موارد متعددی میزهای مطالعه به محل مذاکره گروهی دانشجویان تبدیل می‌شود که کارکرد کتابخانه به عنوان یک محل آرامش‌بخش و ساکت برای مطالعه را با مشکل مواجه می‌کند و لازم است محل جداگانه‌ای به مطالعه گروهی اختصاص داده شود.»

• ساعت کاری

با توجه به تشکیل بیشتر کلاس‌های مرکز آموزش سازمان در روزهای پنجشنبه، شرکت‌کنندگان در مصاحبه تمرکز گروهی نظراتی در مورد ساعات کار کتابخانه در

روزهای پنجشنبه و بر افزایش ساعت کاری داشتند.
«با توجه به تشکیل کلاس‌ها در روز پنجشنبه ساعت کار کتابخانه سازمان در این روز کم است. به‌طور کلی کتابخانه باید در ساعات بیشتری از روز قابل استفاده باشد».

پرسش اساسی ۳: ویژگی‌های سامانه مدیریت ارتباط با مشتری جهت ارتقای سطح رضایت کاربران کدام است؟

بر اساس یافته‌های حاصل از مراحل اول و دوم پژوهش یعنی مطالعه لایب کوآل و مصاحبه تمرکز گروهی، عوامل اصلی نارضایتی کاربران کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی و دیدگاه‌های کاربران ناراضی در مورد خدمات روشن گردید. بر اساس این یافته‌ها در هر دو مرحله از تحقیق مشخص شد که یکی از مهم‌ترین عوامل نارضایتی مربوط به دسترسی به منابع الکترونیکی مورد نیاز و دسترس پذیر کردن منابع الکترونیکی در منزل و محل کار کاربران است، الگوی مدیریت ارتباط با مشتری با ارائه خدمات تحت وب امکان به اشتراک‌گذاری، درخواست و تحویل منابع الکترونیکی را از طریق وب توسط پست الکترونیکی و سامانه مدیریت ارتباط با مشتری فراهم می‌سازد.

از دیگر عوامل اصلی نارضایتی، نبود فضای عمومی برای یادگیری و مطالعه گروهی بود که کاربران ناراضی در مصاحبه نیز بر آن تأکید داشتند. با توجه به محدود بودن فضای کتابخانه و عدم امکان تخصیص مکانی برای بحث‌ها و مطالعه گروهی، سامانه پیشنهادی برای مدیریت ارتباط با مشتری، امکان ایجاد گروه‌های بحث و گپ را برای آن دسته از کاربرانی که مایل به ارتباط و اشتراک نظر با دیگر کاربران هستند، فراهم می‌سازد. این گروه‌های بحث و گپ می‌توانند بر اساس قابلیت‌های تعریف شده برای هر یک از گروه‌های کاربران، از امکانات و ویژگی‌های خاصی برخوردار باشند. برای مثال، دانشجویان کارشناسی ارشد به‌عنوان یکی از گروه‌های کاربران، از طریق گروه‌های بحث تعریف شده می‌توانند در زمان امتحانات و یا برای انجام کارهای پایان ترم با هماهنگی با دیگر دانشجویان و همکلاسی‌های خود به بحث و تبادل نظر بپردازند.

تدابیر لازم برای بهبود وضعیت مجلات چاپی و الکترونیکی نیز با استفاده از سامانه قابل اتخاذ است. هر کاربر با پرکردن پروفایل خود، مجلات مورد علاقه خود را از فهرست مجلات مورد اشتراک کتابخانه انتخاب می‌کند و این مجلات در صفحه اول هر کاربر قرار می‌گیرند و به‌طور خودکار روزآمد می‌شود. همچنین، با استفاده از موتور جست‌وجو و شخصی‌سازی صفحه خانگی و پروفایل هر کاربر، امکان دسترس‌پذیری اطلاعات و استفاده مستقل از آنها نیز می‌تواند فراهم شود.

برای برقراری ارتباط با کتابداران نیز راه‌های متعددی در این سامانه طراحی شده است.

از جمله می‌توان به گزینه‌های متعدد تعبیه شده اشاره کرد؛ مانند پست الکترونیک، تلفن، فکس، پیامک، گپ با کتابدار، و مانند آن می‌توان با توجه به عوامل نارضایتی که از طریق ابزار لایب‌کوآل و مصاحبه تمرکز گروهی حاصل شد سامانه‌ای با مشخصات زیر طراحی و در دسترس کلیه گروه‌های کاربران قرار داد.

ویژگی‌های سامانه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه

• **قابلیت دسترسی از طریق وب:** قابلیت ورود به سامانه توسط کتابداران و اعضا از طریق اینترنت و شبکه داخلی کتابخانه.

• **شخصی‌سازی صفحه خانگی:** این قابلیت که سامانه مدیریت ارتباط با مشتری ویژگی شخصی‌سازی هر صفحه توسط کاربر را دارا باشد. به عبارت دیگر، هنگامی که کاربر در سامانه نام‌نویسی کرد، بتواند کلیه اطلاعات پروفایل خود را ببیند و بتواند محتوای مورد علاقه خود را فیلتر کند و سامانه امکان ارائه خدمات سفارشی‌سازی شده را نیز داشته باشد.

• **سرویس کار خود را خودتان انجام دهید:** کاربران می‌توانند علاوه بر مطرح کردن پرسش مورد نظر خود، خدمات DIY^{۱۵} را انتخاب کنند؛ مانند استفاده از برنامه‌های کمکی و پرسش‌های متداول^{۱۶}.

• **مکانی برای ذخیره‌سازی:** علاوه بر ارسال پاسخ صحیح به فرد مورد نظر، کلیه پاسخ‌ها در مکانی ذخیره می‌شود تا برای استفاده‌های بعدی دسترس‌پذیر باشند (ونگ، ۲۰۰۸، ص ۲۸۸).

• **موتور جست‌وجو:** قرار دادن این موتور در صفحه خانگی هر شخص این امکان را به کاربر می‌دهد تا با وارد کردن کلیدواژه‌های مورد نظر خود، به اطلاعات مورد نیاز خود دست یابد.

• **مسیریابی خودکار پرسش:** ارسال پرسش به‌طور خودکار به کتابدار یا متصدی مربوط.

• **فهرست پست‌های الکترونیکی:** کاربر می‌تواند برای دریافت اطلاعات بیشتر، آدرس ایمیل خود را برای دریافت ایمیل‌های اتوماتیک به فهرست اضافه کند. این بخش می‌تواند در قسمت پروفایل هم کامل شود تا اطلاعات مورد نیاز، اطلاع‌رسانی گزینشی، آگاهی‌رسانی جاری، و سایر اطلاعات به پست‌های الکترونیکی که کاربر در هنگام تکمیل پروفایل خود ثبت می‌کند، ارسال گردد (ونگ، ۲۰۰۸، ص ۲۸۸).

• **معرفی سایت به همراه نقشه و تور سایت به کاربران جدیدالورود:** این قابلیت، کاربرانی را که به تازگی در سامانه مدیریت ارتباط با مشتری کتابخانه مرکزی سازمان ثبت‌نام کرده‌اند با ویژگی‌ها، نحوه شخصی‌سازی‌ها و فیلترینگ پروفایل آشنا می‌کند.

• **گپ:** این قابلیت امکان گپ میان کاربران، و کاربر با کتابدار را در زمان‌های مشخص

15. Do It Yourself
16. FAQ

یا در طول ساعت کاری امکان پذیر می سازد.

• **گروه های بحث:** این قابلیت، برای هر یک از گروه های کاربری در کتابخانه وجود دارد. در این گروه ها، که برای هر کدام امکانات و دسترسی های ویژه ای تعریف شده است، اعضای گروه به بحث، تبادل نظر، و اشتراک دانش می پردازند.

• **انتخاب گزینه های مختلف برای برقراری ارتباط با کتابداران:** در این قسمت، به کاربران گروه ها امکان داده می شود که از طریق کانال های ارتباطی انتخابی خود با کتابداران در ارتباط باشند؛ مانند پست الکترونیک، پست زمینی، تلفن، فکس، و نظیر آن.

• **اشتراک منابع با دیگر کتابخانه ها:** این قابلیت می تواند براساس خواسته کاربر تعریف شود. برای مثال کاربر می تواند کتابخانه های دانشگاهی یا سازمانی مورد نظر خود را انتخاب کرده و در هنگام جست و جو در پایگاه اطلاعاتی کتابخانه سازمان، سامانه به صورت خودکار کتابخانه های انتخابی او را نیز جست و جو کند.

• **افزودن زمینه های موضوعی براساس فعالیت های هریک از کاربران:** سامانه می تواند برای دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری سازمان، براساس عنوان واحدهای اخذ شده در ترم جاری، و برای اعضای هیئت علمی براساس درس های ارائه شده برای تدریس در ترم، کلیه منابع مرتبط (کتاب، مقاله، پایان نامه، و لوح فشرده) را جست و جو کند و بر روی پروفایل آنها نشان دهد. برای مدیران و کارشناسان تعریف عنوان پروژه های در دست انجام با اتصال به پایگاه پروژه های سازمان انجام می گیرد و کلیه منابع موجود برای آنها ارائه می شود.

• **پیشنهاد خرید منابع با اتصال به وب سایت های فروش پیوسته:** سامانه امکان اتصال به وب سایت های خرید آنلاین کتاب و منابع را مانند آدینه بوک^{۱۷}، بخوان دات کام^{۱۸}، آمازون^{۱۹}، بارنز اند نوبل^{۲۰} دارا می باشد.

• **نمایش تازه های کتابخانه:** نحوه نمایش این قسمت نیز انتخابی است. به این ترتیب که خود کاربر تعیین می کند که چگونه این تازه ها را ببیند؛ می تواند تازه های همه موضوعات در همه منابع را مشاهده کند و یا این بخش را نیز شخصی سازی نماید و صرفاً تازه های مقالات در زمینه های موضوعی مورد نظر خود ملاحظه نماید.

• **نمایش آخرین کلیدواژه های جست و جو شده:**^{۲۱} با این سرویس، کاربر می تواند با ذخیره آخرین کلیدواژه های جست و جو شده خود دسترسی سریع تری به منابع مورد نیاز خود داشته باشد.

• **درخواست منابع اطلاعاتی از کتابداران:** ارسال درخواست مقالات از طریق پست الکترونیکی یا پیامک^{۲۲}.

• **درخواست اشاعه اطلاعات گزینشی:**^{۲۳} با انتخاب منابع کتابخانه ای از جمله مقالات

17. www.adinebook.com

18. www.bekhan.com/main/index.php

19. www.Amazon.com

20. www.BarnesandNoble.com

21. Search logs

22. SMS

23. Selective Dissemination of Information (SDI)

نشریات مورد اشتراک و یا مشخص کردن موضوعی خاص بدون در نظر گرفتن نوع منبع اطلاعاتی، اطلاعات مورد نیاز برای کاربر ارسال می‌گردد.

• **اتصال به سامانه امانت نوسا سیمرغ:** سامانه؛ برای آگاهی از وضعیت منابع به امانت برده شده، مطالعه شده، دارای دیرکرد؛ امکان اتصال به سامانه امانت نوسا سیمرغ را داراست.

• **اتصال به پایگاه‌های اینترنتی مورد اشتراک سازمان:** هریک از کاربران با شناسه کاربری و گذرواژه خود می‌توانند به پایگاه‌های اطلاعاتی مورد اشتراک سازمان مانند پایگاه‌های Science، Direct، Emerald و ProQuest متصل شده، مقالات و منابع مورد نیاز خود را دریافت نمایند.

• **اتصال به کتابخانه الکترونیکی:** با استفاده از این سامانه می‌توان، همزمان، کتابخانه الکترونیکی را جست‌وجو کرد و از منابع آن بهره برد.

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های مراحل کمی و کیفی پژوهش مشخص گردید که کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی برای افزایش سطح رضایت کاربران خود باید تهیه و دسترسی به منابع الکترونیکی را در اولویت کاری خود قرار دهد. همچنین، برای افزایش محیط تعاملی و مطالعه گروهی نیز چاره‌ای بیندیشد.

با در نظر گرفتن عوامل نارضایتی یادشده و سایر عواملی که براساس نظرات کاربران موجب عدم رضایت از خدمات کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی بود، چنان‌که در برخی پژوهش‌های دیگر هم مانند پژوهش بیدگلی (۱۳۸۵) در سرویس‌های برون‌سپار نیز انجام شده است، سامانه‌ای با استفاده از الگوی مدیریت ارتباط با مشتری طراحی گردید که از ظرفیت لازم برای بهبود خدمات کتابخانه و ارتقای سطح رضایت کاربران برخوردار بوده و امکانات و تجهیزات پیشرفته‌ای در زمینه اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات کتابخانه‌ای در اختیار دارد. این سامانه قابلیت دسترسی از طریق اینترنت را داراست و کاربران می‌توانند اطلاعات شخصی، تحصیلی، شغلی، و دیگر نیازهای خود را در اولین ورود به سامانه وارد کنند و براساس آن اطلاعات، خدمات شخصی‌سازی شده‌ای را دریافت نمایند. تغییر و به‌روزرسانی این اطلاعات در هر زمان از سوی کاربر و کتابدار امکان‌پذیر است.

سامانه پیشنهادی برای مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی امکان ارائه خدمات آر.اس.اس^{۲۴}، گروه‌های بحث، گپ با کتابدار و کاربران دیگر، و اتصال به وب‌سایت‌های معتبر خرید کتاب مانند آمازون و بارنز اند نوبل و جست‌وجوی کتاب‌ها با موضوعات مورد نیاز در دیگر کتابخانه‌ها را دارا می‌باشد. مجهز بودن این سامانه

24. RSS

به موتور جست‌وجو و اتصال آن به سامانه امانت سیمرغ از دیگر امکانات تعبیه شده در این سامانه است.

امکانات اصلی پیش‌بینی شده در سامانه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی که با در نظر گرفتن نیازهای کاربران و عوامل نارضیاتی آنها از خدمات کتابخانه و براساس یافته‌های مراحل کمی و کیفی پژوهش طراحی گردید، با اشاره به عامل نارضیاتی مربوط در زیر مطرح می‌شود:

امکانات	عامل نارضیاتی شناسایی شده
ایجاد کتابخانه الکترونیکی	عدم وجود منابع الکترونیکی
قابلیت دسترسی از طریق وب	دسترسی به کتابها و مجلات الکترونیکی
گروه‌های بحث مجازی	فضای بحث گروهی
اطلاع‌رسانی از طریق وب و پست الکترونیکی	اطلاع‌رسانی تازه‌های کتابخانه
قابلیت دسترسی از طریق وب	اتصال به پایگاه‌های اینترنتی مشترک
نمایش منابع کتابخانه‌های عضو پایگاه سیمرغ	امکان استفاده از منابع دیگر کتابخانه‌ها
انتخاب گزینه‌های مختلف برای برقراری ارتباط با کتابدار	تعامل با کتابداران
شخصی‌سازی صفحه خانگی	خدمات خاص طراحی شده
ارائه خدمات ۲۴ ساعته از طریق وب	افزایش ساعت کاری
درخواست مقاله و ارسال آن توسط کتابدار	ارسال مقالات پایگاه‌ها از طریق پست الکترونیکی
ارسال پیشنهاد خرید منبع از طریق سامانه	امکان پیشنهاد خرید منابع برای کتابخانه
ایجاد پروفایل‌های علائق و نیازهای کاربران	توجه به فرد فرد استفاده‌کنندگان

جدول ۲

تطبيق عوامل نارضیاتی با سامانه
پیشنهادی

با توجه به جدول فوق، کلیه موارد پیشنهادی سامانه به همراه نیازسنجی کاربران کتابخانه، منطبق با عوامل نارضیاتی مستخرج از پرسشنامه لایب‌کوآل و یافته‌های مصاحبه تمرکز گروهی می‌باشد.

همچنین، با توجه به موجود نبودن بسته نرم‌افزاری‌ای که کلیه امکانات مورد نیاز کتابخانه‌ها در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری را دارا باشد، سامانه پیشنهادی با ویژگی‌های یادشده، می‌تواند سامانه مناسبی برای استفاده در کتابخانه سازمان مدیریت صنعتی و کتابخانه‌های تخصصی مشابه باشد. ونگ نیز به ضرورت استفاده از مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها اشاره کرده است (ونگ، ۲۰۰۶)، حرکت در جهت پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های تخصصی ضرورتی است که توجه جدی سازمان‌ها و اهتمام به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این زمینه را ایجاب می‌کند.

منابع

- بهمردی شریف‌آبادی، منوچهر (۱۳۸۵). «بررسی الزامات پیاده‌سازی مدیریت امور مشتریان در سازمان‌های تولیدی و ارائه راهکارهای اجرایی (مورد: صنایع شیمیایی و سلولزی ایران)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، سازمان مدیریت صنعتی.
- بیدگلی، دانیال (۱۳۸۵). «داده‌کاوی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- حاجی زمانعلی، علی (۱۳۸۳). «چهارچوبی برای پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان‌های ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- حریری، نجلا (۱۳۸۶). *اصول و روشهای پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- شهیدی، سعید (۱۳۸۴). *مدیریت ارتباط با مشتریان*. تهران: ره شهر.
- مهدیانی، علیرضا (۱۳۸۵). «ارزیابی میزان آمادگی سازمانهای ارائه خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- Broadly - Preston, J.; Felice, J. (2006). "Customers, relationships and libraries: University of Malta, a case study". *Aslib Proceedings*, 58 (6): 525 – 536.
- Gartner (2003). "Management update: The eight building blocks of CRM". from: http://www.gartner.com/it/summits/1216616/Gartner_CRM_building_blocks.pdf
- Wang, Mei-Yu (2006). "Introducing CRM into an academic library". *Library Management*, 28 (6/7): 281 - 291.
- (2008) "Measuring e-CRM service quality in the library context: A preliminary study". *The Electronic Library*, 26 (6): 896 - 911.