

کتابداران و تجارت الکترونیک: وادار کنید تجارت الکترونیک

در خدمت شما باشد^۱

نوشته لسلی الن هریس^۲

ترجمه مهدی علیپور حافظی^۳

چکیده

تجارت الکترونیکی معمولاً مفهومی چون سودآوری از فعالیت‌های تحت وب را دارد، اما هدف اصلی آن در واقع استفاده از وب برای کسب درآمد است که ممکن است موارد مختلفی از قبیل فعالیت‌های مالی الکترونیکی، بازاریابی و تبلیغات را در برگیرد. تجارت الکترونیکی مستقیم، غیرمستقیم و رقومی از سطوح اصلی تجارت الکترونیکی هستند که بسته به نیاز مراکز مختلف می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند. تجارت الکترونیکی به‌طور بالقوه کتابخانه‌ها را در رسیدن به اهدافشان در قرن بیست و یکم تقویت کرده است. لذا می‌تواند به عنوان روشی برای اصلاح هزینه‌ها و همچنین فراهم‌کننده قابلیت‌های فراوان برای کتابخانه‌ها به کار رود و منبع درآمد جدیدی را برای آنها فراهم سازد. برای استفاده از تجارت الکترونیک در کتابخانه‌ها، کتابداران ابتدا باید اهداف خود را مشخص سازند و سپس اقدام به تهیه راهبردی برای وصول به این اهداف نمایند. از این رو مقاله حاضر برخی اهداف پیوسته و ناپیوسته مشترک را جهت تأمل درباره آنها فراهم ساخته است و فهرستی از برخی نکات مهم مطرح در تهیه راهبرد تجارت الکترونیکی برای کتابخانه‌ها را ارائه داده است. در ادامه نیز نمونه‌هایی از کاربردهای تجارت الکترونیکی در برخی از کتابخانه‌ها معرفی شده است.

کلیدواژه‌ها

تجارت الکترونیکی، کتابخانه‌ها، کتابداران

توصیف تجارت الکترونیکی

الکترونیکی را در امور مختلفی از هزینه فراهم‌آوری تا ارائه منابع کتابخانه به کاربران آغاز کرده‌اند. این مقاله

مؤسسات و سازمان‌هایی نظیر کتابخانه‌ها و سایر مؤسسات غیرانتفاعی استفاده از تجارت

1. "Librarians and E-Commerce : Making E-Commerce Work for You". *IFLA Journal*, Vol.26, No.2(2000):129-131.
2. Lesley Ellen Harrislibrarians@copyrightlaws.com

۳. کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی سازمان انرژی اتمی ایران malipour@aeoi.org.ir

پاسخگوی سؤالات زیر است:

۱. تجارت الکترونیک چیست؟

۲. چگونه کتابخانه می تواند به طور شایسته ای از تجارت الکترونیک برای دستیابی به اهداف خود استفاده کند؟

محتوا می تواند متن، تصاویر، نماهنگ های صوتی و تصویری، و یا خدماتی نظیر مشاوره و پژوهش باشند که می توانند به صورت پیوسته تحویل شوند.

تجارت الکترونیک برای کتابداران سراسر جهان

تا چه اندازه حائز اهمیت است؟

ارائه خدمات با اهداف آموزش همگانی یکی از برترین اولویت های کتابخانه هاست. سود بردن در کل، هدف اولیه اغلب کتابخانه های سراسر جهان نیست. به هر حال این به آن معنا نیست که تجارت الکترونیک برای کتابخانه ها و کتابداران اهمیت ندارد. تجارت الکترونیک به طور بالقوه اهداف کتابخانه ها را در قرن بیست و یکم بهبود می بخشد

تجارت الکترونیک چیست؟

تجارت الکترونیک معمولاً مفهومی چون کسب درآمد از طریق معامله تحت وب را دارد، اما در واقع مربوط است به استفاده از وب برای کسب درآمد. تجارت الکترونیک می تواند شامل موارد زیر باشد:

– معاملات که به صورت الکترونیکی انجام می شوند؛
– پرداخت و جوه به صورت پیوسته برای خدمات یا محصولات که به صورت ناپیوسته^۱ به مشتری ارائه شده است؛

– بازاریابی پیوسته با آنکه مبادله یا ارائه خدمات یا محصولات به صورت ناپیوسته انجام گرفته است؛
– تبلیغات پیوسته برای تشویق مردم به بازدید از مؤسسه و پرداخت ورودیه یا ایجاد همکاری داوطلبانه. در راستای اهداف این مقاله، سه مقوله اصلی تجارت الکترونیکی را می توان مدنظر قرار داد:

۱. تجارت غیرمستقیم؛

۲. تجارت مستقیم؛

۳. تجارت رقومی.

تجارت الکترونیک غیرمستقیم، به استفاده از وب برای کسب درآمد بدون وصول پرداخت های مستقیم در وبسایت باز می گردد. برای مثال، تبلیغ پیوسته برای بازدید از کتابخانه شما می تواند تجارت الکترونیک غیرمستقیم تلقی شود.

تجارت الکترونیک مستقیم به معاملات حقیقی باز می گردد که در وبسایت انجام می گیرد (برای مثال، پرداخت از طریق کارت اعتباری) یا دست کم معاملات مالی که از طریق سایت شما اجرا می شوند (برای مثال، جایی که فردی از فرم پرداختی مورد نیاز تجارت الکترونیکی نسخه چاپی تهیه کرده پس از تکمیل آن و ارائه شماره کارت اعتباری آن را توسط نمابر برای شما ارسال می کند).

تجارت رقومی به محتوا یا خدماتی باز می گردد که به صورت پیوسته خریداری و تحویل می شوند، برای مثال

تجارت الکترونیکی معمولاً مفهومی چون

سودآوری از فعالیت های تحت وب را دارد،

اما هدف اصلی آن در واقع استفاده از وب

برای کسب درآمد است که ممکن است موارد

مختلفی از قبیل فعالیت های مالی الکترونیکی،

بازاریابی و تبلیغات را در بر گیرد.

و حمایت می کند. کتابخانه ها در اینترنت بیشتر در دسترس هستند؛ روش های جدید رضایت مندی سرپرستی کتابخانه می تواند به وجود آید؛ و کاربرمداری می تواند به طور قابل ملاحظه ای رشد کند. برای مثال، کتابخانه ها می توانند نوع دستیابی مراجعانشان به اطلاعات را اصلاح کنند. تجارت الکترونیکی دست کم می تواند مانند شیوه ای برای اصلاح هزینه کتابخانه ها به کار رود و حداکثر می تواند همه امکانات و محل درآمد جدیدی را به وجود آورد.

چگونه کتابداران می توانند تجارت الکترونیک

را به طور مؤثری به کار برند؟

حال که تصویری از اهمیت تجارت الکترونیک پیدا کردید جا دارد به این مسئله توجه کنیم که چگونه به عنوان کتابدار می توانید به طور مؤثری از تجارت الکترونیک برای حصول به اهداف کتابخانه استفاده کنید.

اهداف کتابخانه شما چیست؟

هر کتابخانه زمانی که با اینترنت و تجارت الکترونیک سر و کار پیدا کند، انتظارات و نیازهای متفاوتی دارد. این موضوع اهمیت دارد که ابتدا اهداف کتابخانه خود را تدوین و اغلب اوقات پیشرفت کارها را ارزیابی نمایید. اهدافی وجود دارند که ممکن است تجارت الکترونیک را در برخی از اشکالی که قبلاً بحث شد، شامل شوند. یکی از اهداف کتابخانه ممکن است افزایش درآمد باشد، اما تفکر درباره اهداف دیگر نیز مهم است. برخی اهداف ممکن است افزایش کارایی و بهینه کردن خدمات به مراجعان باشد. چالش روبروی کتابخانه شما، تعیین توانایی‌های کتابخانه و تبدیل آنها به یک محیط الکترونیکی و اصلاح شده در تمام سطوح خدمات ارائه شده به کاربرانی است که به هر وسیله‌ای به کتابخانه دسترسی پیدا می‌کنند.

در اینجا برخی اهداف پیوسته و ناپیوسته مشترک (برای مثال اهداف پیشین و یا اهداف خاص اینترنت) برای تأمل درباره آنها فراهم شده است. چه تعدادی از آنها در کتابخانه شما کاربرد دارند؟ آیا می‌توانید درباره اهداف دیگر نیز فکر کنید؟

— افزایش درآمد؛

— ایجاد پایگاه داده‌ها و ایجاد امکان دستیابی به آن

پایگاه داده‌ها؛

— افزایش کارایی؛

— تولید منابع اطلاعاتی جدید با کیفیت بهتر؛

— فراهم آوردن خدمات (۷ روز هفته و ۲۴ ساعت

شنبه‌روز باز باشد)؛

— بازاربازی برای مؤسسه خودتان شامل خدمات،

ساختمان فیزیکی کتابخانه و کتابخانه مجازی؛

— حمایت مالی از برنامه‌های آموزشی؛

— تدریس؛

— تثبیت خدمات؛

— ایجاد امکان دستیابی برابر به اطلاعات؛

— افزایش سرعت تحویل اطلاعات؛

— افزایش اندازه بازار؛

— ایجاد وحدت در میان گروه‌ها و افراد؛

— یافتن جریان‌های جایگزین درآمد (درآمد پیوسته

می‌تواند به درآمدهای دیگر، مثل عضویت و نظایر آن،

افزوده شود)؛

— افزایش بهره‌وری؛

— ارائه خدمات بهینه به مراجعان؛

— کاهش هزینه‌های اداری؛

— ارائه خدمات با ارزش افزوده؛

— تصفیه اطلاعات (پالایش اطلاعات).

تجارت الکترونیک چگونه می‌تواند به این اهداف تحقق بخشد؟

هنگامی که اهداف کتابخانه شما مشخص شد باید راهبردی برای تحقق بخشیدن به این اهداف تهیه و تدوین نمایید. راهبرد تجارت الکترونیکی، مدرک سنجیده‌ای است که به وضوح مشخص می‌کند که چگونه تجارت الکترونیکی و محیط پیوسته ممکن است مؤسسه را در درآمدهایی از اینترنت به طور مستقیم یا غیرمستقیم کمک کند. این راهبرد متکی بر اهداف پیوسته و ناپیوسته است و فرآیند گام به گام اجرایی یا اصلاحی تجارت الکترونیکی و فعالیت‌های پیوسته کتابخانه را فراهم می‌کند. این راهبرد باید با توجه به نیازهای کتابخانه تدوین شود. راهبرد شما فراهم‌کننده طرحی است از اینکه چگونه تجارت الکترونیکی را در کتابخانه راه‌اندازی کنیم و در متقاعد ساختن دیگران در مورد اهمیت فعالیت‌های پیوسته، کتابخانه را یاری خواهد داد.

باید هنگام تدوین راهبرد تجارت الکترونیک در یک مؤسسه به نکاتی توجه کرد. فهرست زیر برخی از نکات مهمی که باید هنگام تدوین راهبرد تجارت الکترونیکی برای کتابخانه مورد توجه قرار گیرند، شامل می‌شود:

۱. هدف اولیه کتابخانه خود را در ارتباط با تجارت الکترونیکی تعیین کنید.

۲. مطالعه کنید که دیگران چگونه با این هدف مواجه شده‌اند. وبسایت‌های دیگران را بررسی کنید و از خود سؤال کنید چه چیزی در مورد تجارت الکترونیکی ایشان مورد علاقه شماست، و چگونه آن را تغییر خواهید داد.

۳. نام حوزه را ثبت کنید. نام حوزه کلید تجارت الکترونیکی است، بنابراین باید نام یا نام‌های حوزه مناسبی انتخاب و ثبت شود.

۴. پنج مورد از خدمات یا محتوای غیرانتفاعی مشخص شود که مختص وبسایت کتابخانه شماست. آیا این موارد افرادی را که ممکن است به خدمات انتفاعی

کتابخانه علاقه‌مند شوند به سایت وب جذب خواهند کرد؟

۵. پنج مورد از خدمات یا محتوای انتفاعی نیز مشخص شود که مختص وبسایت کتابخانه شماست. به چه علت افراد هزینه پرداخت خواهند کرد؟ به دلیل سرعت، قیمت‌گذاری منطقی؛ کیفیت و اعتبار خدمات و محتویات؟ آیا خدمات و منابع کتابخانه مفصل‌تر یا مطلوب‌تر از آن مطالبی است که به‌طور رایگان در اینترنت قابل دستیابی است؟

۶. توانایی‌های فنی کتابخانه را ارزیابی کنید آیا نیاز به آموزش کارکنان بخش رقومی یا استخدام کارکنان جدید دارید، یا لازم است از همکاری مشاوران سود جوید؟
۷. امکانات مادی کتابخانه چگونه است؟ بودجه شما برای راه‌اندازی سایت تجارت الکترونیکی چقدر است؟
۸. آیا کار فروش از طریق سایت وب انجام خواهد گرفت؟ آیا مراجعان وفادار به وبسایت شما وجود دارند؟ آیا روابط خوبی با فروشندگان پیوسته دارید؟
۹. بهترین زمان برای آغاز مقدمات تجارت الکترونیکی

چه موقع است؟

۱۰. چگونه هزینه کالاها و خدمات را دریافت می‌کنید؟ با کارت اعتباری یا چک؟ پول دیجیتال؟ یا از طریق تلفن؟

۱۱. آیا کسب درآمد وب بدون فروش از طریق وبسایت کتابخانه موردنظر است؟ آیا آگهی‌های روی صفحه وب محتوا را بر پایه حق‌العمل‌کاری نمایش می‌دهد (برای مثال، آیا صاحب محتوا، محتوا را به فروش می‌رساند و مؤسسه مادر بخشی از درآمدهای حاصله را دریافت می‌کند) یا روابط وابسته (برای مثال، در چه شرایطی از افرادی که روی آیکونی در سایت کتابخانه شما کلیک می‌کنند تا به سایت دیگری بروند و جهی دریافت می‌کند).

۱۲. برنامه بازاریابی پیوسته و ناپیوسته تهیه کنید، به نحوی که بازاریابی ناپیوسته شامل ارسال نامه، بروشورها و انتشارات سنتی باشد. کتابخانه را هر ۶ تا ۸ هفته یکبار در موتورهای جستجو، سایت‌های وب ثالث و یا پیوندهای به وبسایت شما و اشاعه توسط پست الکترونیکی ثبت کنید.

۱۳. مسائل قانونی - دارایی‌های معنوی (برای مثال

علائم تجاری، حق مؤلف)، مالیات، امنیت شخصی و تبلیغات را بررسی کنید.

نمونه‌هایی از تجارت الکترونیک در کتابخانه‌ها

بسیاری از کتابخانه‌ها در سراسر جهان از تجارت الکترونیک به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با موفقیت سود می‌برند. کتابخانه عمومی سیاتل^۱ نمونه‌ای از به‌کارگیری تجارت الکترونیکی به‌طور غیرمستقیم است. این کتابخانه به سؤالات اشخاص صاحب‌کارت کتابخانه

**تجارت الکترونیکی مستقیم، غیرمستقیم
ورقومی از سطوح اصلی تجارت الکترونیکی
هستند که بسته به نیاز مراکز مختلف
می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند.**

پاسخ می‌دهد و این امکان را برای مشتریان جدید فراهم می‌آورد که به صورت پیوسته درخواست کارت عضویت کتابخانه را بنمایند (نگاه کنید به <http://www.spl.org/quickinfo/formexpl.html>).

کتابخانه عمومی تورنتو^۲ به سؤالات مطرح شده پاسخ می‌دهد و بخش جداگانه‌ای را برای سؤالاتی که به وسیله کودکان مطرح می‌شود در نظر گرفته است و بخشی نیز برای سؤالات بزرگسالان دارد (نگاه کنید به <http://www.mtl.toronto.on.ca/centres/answer.index.html>).

کتابخانه کنگره ایالات متحده، تجارت الکترونیکی غیرمستقیم دارد که اختصاص دارد به قرار دادن برگه‌دان (فهرست) موجودی کتابخانه روی وبسایت (نگاه کنید به <http://lcweb.loc.gov/homepage/online.htm>).

نمونه‌ای از کتابخانه‌ای که از تجارت الکترونیکی مستقیم استفاده می‌کند، کتابخانه ملی نیوزیلند^۳ است که سفارش و پرداخت پیوسته انتشارات کتابخانه را فراهم ساخته است (نگاه کنید به <http://www.natlib.govt.nz/secure/nshop/order.html>).

کتابخانه عمومی تورنتو نمونه خوب دیگری از تجارت الکترونیکی مستقیم است. این کتابخانه خدمات

جستجوی سفارشی را برای کاربرانش فراهم می‌کند (نگاه کنید به <http://www.mtr1.toronto.on.ca/centers/srch4fee/index.html>). کتابخانه ویرجینیا^۱ برای کاربران امکان انتخاب یک کتاب (برای مثال کتاب‌های آسیب دیده) را می‌دهد و فرم پیوسته‌ای جهت پرداخت هزینه به وسیله کارت اعتباری دارد که باید برای کتابخانه پست یا با پست تصویری ارسال شود (نگاه کنید به: <http://www.leo.vsla.edu/foundation/adform.html>).

نتیجه‌گیری

تجارت الکترونیک توسط کتابخانه‌های سراسر جهان به طور موفقیت آمیزی به کار می‌رود و پس از تعیین اهداف کتابخانه، گام بعدی ایجاد راهبرد تجارت الکترونیکی کتابخانه، با مدنظر قرار دادن چک لیست‌های مورد لزوم است. آیا اهداف کتابخانه در جهت افزایش درآمد یا بهبود ارائه خدمات به مراجعان است؟ در این راستا راهبرد جامع تجارت الکترونیکی می‌تواند به کتابخانه کمک کند تا به طور موفقیت آمیزی به اهداف پیش‌بینی شده برسد.

تاریخ دریافت: ۱۳۸۲/۱۱/۱۸