

電機系			9	1	1		
餐旅系			3	0	0		
環工系			2	2	2		
圖書館採編組			1	0	0		
圖書館參考組				1	0		
圖書館館長室		1	1	0	1		
		106/12 *29= 30.46%	190/12 *26= 60.89%	258/12 *30= 71.67%	182/12* 25= 60.67%		
合計		25 單位 106 次	30 單位 190 次	29 單位 258 次	30 單位 182 次		

PS.排列順序依系別筆劃多寡

6 月份使用系所單位共計 30 系所單位 182 次借用 959 人次使用。

M1(4 人房)---49 次使用(26.91%)，借用次數第 2 位，* 170 人次使用
(17.73%)，使用人數第 3 位

M2(5 人房)---38 次使用(20.88%)，借用次數第 4 位，* 169 人次使用
(17.62%)，使用人數第 4 位

M3(10 人房 A)---52 次使用(28.57%)，借用次數第 1 位，* 329 人次使用
(34.31%)，使用人數第 1 位

M4(10 人房 B)---43 次使用(23.63%)，借用次數第 3 位，* 291 人次使用
(30.34%)，使用人數第 2 位

本月使用較 5 月使用人數與次數減少 36%以上，乃因期末與暑假開始影響。5 月 29 日之圖書委員會已通過管理事項要點，往後將按規範管理。

「現代化圖書館趨勢論壇研討會」報告

數位資訊組 林幸君

時間：2013 年 5 月 17 日

主辦：國立高雄餐旅大學圖書資訊館

地點：國立高雄餐旅大學

壹、議程

- 一、演講：我愛綠建築(成功大學建築系林憲德教授)
- 二、現代化圖書館最新流通設備(智慧還書分類系統、多功能圖書滅菌系統)

三、演講：圖書館行銷(彰化師範大學葉凱莉院長)

四、參訪：國立高雄餐旅大學專業教室、大東藝術圖書館

貳、內容概述

一、我愛綠建築

由成功大學建築系林憲德教授主講。林教授首先提到什麼是綠色圖書館，他說綠建築不代表是高科技建築，以「成大綠色魔法學校」為例，透過專業的設計，綠建築並不需要花大錢，不但可以完成需求，也能達到節能、省電的功效。

講者提到現代人類喜歡享受舒適的生活，想要借重科技達到節能是不可能事，日本 311 地震造成東京大停電，反而因為停電而節能 29%。

另外講者語重心長提到，地球環境遭到人類的破壞，臭氧層破壞、海平面升高，北極熊沒有食物可吃，深海魚類肚子都是垃圾，會中播放一段影片，離人類居住地方距離非常遙遠的中途島，島上的信天翁寶寶大量死亡，剖開肚子發現他們吃下肚的都是人類製造的垃圾，看了讓人感到難過。講者也說到，建築產業是造成地球環境汙染的最大來源，安裝太陽能並不能達到節能的目的是，因為器材經過一段時間之後便會損壞，反而造成污染。設計不良的路燈也會造成光源與電力的浪費，以高雄的城市光廊為例，過多的燈光亦危害人體健康。最後，講者以綠色建築是更便宜、更自然、更有智慧、更人性化的居住文化革命，需要你我發自內心行動為結語。的確，我們真的不需要刺眼的玻璃帷幕建築，綠建築才是我們需要的，愛地球，做環保，也應該從自己做起。

二、圖書館行銷

由彰化師範大學葉凱莉院長主講。葉院長一開場就說明行銷的定義，行銷是為創造、溝通和傳遞價值給顧客，並管理顧客關係，以使組織和它的利害關係人獲利的組織功能和程序。講到行銷就要知道需求與供給，當你的供給符合需求，就是成功的行銷。圖書館要能清楚知道圖書館的「顧客」(利害關係人，也就是圖書館服務的對象)，才能知道他的需求為何，使用圖書館的都是圖書館的利害關係人，利害關係人的定義越廣泛，圖書館的功能就越強。行銷就是創造圖書館的價值為何？溝通非常重要，溝通完之後，要成功的傳遞價值給「顧客」，圖書館行銷的任務就是發現顧客需求與滿足顧客需求。圖書館服務之特性有無形性、不可儲存性、不可分割性、異質性。

講者提到圖書館行銷六大指導原則：

- (一)組織的原則：行銷是長期且自上而下的策略性概念
 - 共同體的原則：行銷是每一個人的事
 - 競爭的原則：行銷戰爭是價值的戰爭
- (二)關係的原則：專注於忠誠度，不只是滿意度
 - 整合的原則：每一個人的需求都不相同，必須與顧客整合
 - 預期的原則：事前的準備遠勝於事後的補救
- (三)品牌的原則：運用、建立、保護品牌
 - 服務的原則：藉著服務提高價值、解決問題
 - 過程的原則：建立價值供應鏈並做必要之聯盟
- (四)市場區隔的原則：以創造性的角度進行市場區隔
 - 目標市場的原則：將你的資源有效的分配
 - 定位的原則：建立你在顧客心中可靠、可信、有能的地位
- (五)差異化的原則：整合你的 what、how、infrastructure
 - 行銷組合的原則：整合你的產品、價格、通路、溝通
 - 銷售的原則：銷售特色、銷售好處、銷售解答
- (六)整體的原則：均衡你的策略、戰術、價值
 - 敏捷的原則：情報的蒐集、分析、應用
 - 效用的原則：將現在和未來做整合

講者在會中勉勵同道，不要一切都以成本考量，我們為讀者創造越多的價值，同時也表示圖書館的行銷成功。圖書館需要有研發的能力，才能了解顧客(讀者)的需求。使用問卷是一種方法，以彰師大為例，他們在尖峰時間加強服務人力、離峰時段做人力適度調整，檢討讀者館際合作的圖書為何本館沒有，買進圖書後的借閱狀況檢討，這些方法值得我們學習。

參、參訪

下午的參訪行程，分別是國立高雄餐旅大學專業教室及大東藝術圖書館。

第一站到國立高雄餐旅大學專業教室，我們看到了學生在學習中、西餐製作，餐旅管理系的學生在實習旅館工作，麵包坊的營運，調酒學習，學生們認真上課，而且對來賓有禮貌，令人印象深刻，同時也感受到他們的專業。

第二站是參觀去年新開幕的大東藝術圖書館，這裡以收藏藝術類的圖書為主，館藏圖書分為可外借及不外借，以資料取得的難易性來區分。館區二樓設有藝術類視聽資料，資料不可外借，僅能在館內使用，使用無線耳機聆聽，一組耳機要價兩千元，並不便宜。



大東圖書館參訪照片

肆、心得

參訪活動的結束，也是此次研討會的議程結束。讓筆者印象深刻的，主要還是在與個人負責的業務有關的部份。

大東藝術圖書館，主要是收藏藝術類的圖書，對於館藏採用資料取得的難易性，區分「可外借」及「不可外借」的思考模式，出乎個人的認知。該館二樓藝術類「視聽資料」，僅能在館內使用不可外借，提供無線耳機供讀者聆聽，據說一組耳機要價兩千元，可見該館願意投入相當的物力與財力，讓讀者有更舒適的環境來欣賞藝術的用心，令人佩服。本館的「多媒體資料室」設有沙發與電視區，供讀者利用「多媒體 VOD 隨選視訊系統」，當場(或遠端)欣賞影片，或許在設備部份，可再投入多一些的經費，配合近幾個月來推廣的「粉絲團」、「借影片摸摸樂」等活動，應能提升讀者的使用動機。

現代化圖書館最新流通設備(智慧還書分類系統、多功能圖書滅菌系統)，協辦單位--普傑公司除在會場展示最新借還書機，還有圖書滅菌系統，看起來很像是一台家庭使用的微波爐，只要把書放進機器中 30 秒，圖書即可滅菌，缺點是一次僅能放進一本書(風扇裝置協助打開封面及內頁)，似乎不符所需。會中工作人員還有播放一段自助還書系統影片，有興趣的人可以前往觀賞，網址如後：<http://youtu.be/h1ks0zN9gFo>。



圖書滅菌系統照片

感謝國立高雄餐旅大學圖書資訊館主辦此研討會，也感謝組長同意給我到其他圖書館接受新知訊息的機會。