

圖書館學與資訊科學論文叢刊 第四輯 胡述兆・盧荷生主編

行銷概念應用於我國公共圖書館之探討

林彥君 著

漢美圖書有限公司 印行

台北・紐約・洛杉磯

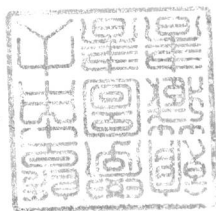
G258.2
20071

港台

圖書館學與資訊科學論文叢刊 第四輯 胡述兆・盧荷生主編

行銷概念應用於我國公共圖書館之探討

林彥君 著



漢英圖書有限公司印行

台北・紐約・洛杉磯

行銷概念應用於我國公共圖書館之探討

版權所有
翻印必究

本公司法律顧問
紀鎮南律師

著作者：林彥君

出版者：漢美圖書有限公司

登記證字號：新聞局局版台業字第3204號

發行人：盧荷生

印行者：漢美圖書有限公司

地址：台北市重慶南路一段99號世界大樓1110室

電話：(02)383-1081，389-6242；傳真：(02)383-1081

郵政劃撥帳號：07580875

本公司美國分公司：

紐約：52-25 Barnett Ave.

LIC, N.Y. 11104, U.S.A.

TEL:(718)898-9300

FAX:(718)898-9537

洛杉磯：21540 Prairie St., Unit D

Chatsworth, CA 91311, U.S.A.

TEL:(818)998-0974

FAX:(818)998-0512

1992年8月初版

ISBN 957-9005-44-3 (平裝)

主編者弁言

漢美圖書公司，刊行「圖書館學與資訊科學論文叢刊」，這已經是第四輯了，本輯仍是十種。我們之所以能有如此的成績，首先要感謝這批圖書館學與資訊科學研究的青年工作者，他們不斷地有如此良好品質的成果呈現給讀者，而且又願意把這份工作交付給漢美圖書公司，當然更重要的，是讀者對這部叢刊的喜愛、支持與鼓勵。只要是對圖書館學與資訊科學的研究發展有幫助的，漢美決一本初衷，奮力而為，希望大家多給我們指教。

這一輯的十種，內容面包涵很廣，有關於中文線上資訊檢索的一種，有討論大學圖書館各項業務的五種，有研究公共圖書館的兩種，還有探討館藏有關大陸出版品的，和專業期刊內容分析的各一種。與前三輯一樣，這些論文都是把圖書館的實際工作，從理論上加以研討，而尋求問題的解答，提供給各型圖書館運作上作參考。這種專題式的研究，以圖書館業務的一個"點"為對象，作資料的蒐集，再深入地探究，又不忘與圖書館其他業務的關係，保持著整體的觀念，應該是最佳的研究方式，而且是最能夠給圖書館提供適當協助的途徑。這也正是漢美願意編印這部叢刊的原因所在。

叢刊的編印，有時會因為注意到量的增加，而忽略了質的保持，以至於影響到內容的品質，那將是十分可惜的事情。漢美對於這一方面，一直是看守得很嚴格，我們保證必然會維持在一定的水準之上，相信大家也信得過我們。

胡述兆 盧荷生 謹識

一九九二年七月於台北

本論文承蒙胡教授述兆的悉心指導與啓發，方能順利完成，于此謹致最深的謝意和敬意。

感謝李教授德竹、王教授振鵠、范教授承源在口試時給予寶貴的意見，使本論文更臻充實完備。同時也感謝系上老師六年來的諄諄教誨與鼓勵。

感謝臺大圖書館特藏組彭主任慰、夏股長麗月 and 所有同事在我撰寫論文期間的關心、體諒及協助。

感謝摯友奕婷、荷鵬、曉雯、貞瑩、東芬、巧敏、瑞娟、美照、雯琳、麗雀、慧娟及室友瓊玉的關懷，那段和你們共同走過的歲月，將是一生中難忘的回憶。

感謝錦良多年來的照顧、鼓勵與支持，這是我順利完成學業的最大支助。

感謝和我一同成長的姊妹對我的關照與愛護。

最後，感謝所有曾關心我的人。並謹以此論文獻給我親愛的父親及母親，感謝他們二十四年來對我的付出與關愛。

摘要

隨著社會型態之變遷，圖書館的業務不斷擴大，傳統的圖書館管理方式漸不足以應付當前所需，因此必需謀求新而有效的經營理念和管理方法。本研究嘗試將企業界行銷之概念引進應用於我國的公共圖書館，希望能突破目前圖書館經營時之瓶頸。

本研究採用文獻分析法，首先說明研究之動機、目的、研究之範圍及限制，介紹行銷概念之意義、發展及其與企業界和非營利性機構的關係，並探討美國公共圖書館應用行銷概念之原因及情形，和實際應用行銷概念遭遇之問題。

其次，分析我國公共圖書館需採用行銷概念之理由，根據國內外文獻之記載及國內公共圖書館的實際狀況，擬訂我國公共圖書館之行銷模式，依進行之程序可分為三階段，第一階段為行銷計畫之規劃，包括了圖書館環境之分析、市場區隔、目標市場的選擇、發展行銷組合及擬訂行銷執行計劃，第二階段為行銷計畫之執行，第三階段為行銷計畫之控制，並評估未來圖書館應用行銷概念之優缺點。

最後歸納研究之結果，並提出若干建議供圖書館、圖書館學會、圖書館學系及讀者參考。



漢美圖書有限公司

台北市重慶南路一段99號1110室
SINO-AMERICAN PUBLISHING CO., LTD.
The World Building 1110, 99 Chungking S. Rd., Sec. 1
Taipei 10036, Taiwan, R.O.C.
Telephone: (02)383-1081 FAX: (02)383-1081

漢美圖書館學與資訊科學專業論著

◎圖書館學與資訊科學基本叢書◎

《王振鵠、胡述兆主編》

★1. 圖書館學導論·胡述兆、吳祖善合著(精裝新台幣550元、平裝480元)

本書共有七章，分述圖書館的意義、起源與功能，圖書館學的界說，圖書館的組織，資料的選購、交換與贈送，編目分類與排片，讀者服務及館際合作，其內容涵蓋了圖書館學的各项基本層面。

★2. 工商圖書館·張淳淳著(平裝新台幣250元)

本書共分十五章，係同時針對圖書館與企業界之需求，深入探討各種商情資訊之蒐集、利用與管理，範圍涵蓋圖書、期刊、報紙、名錄、企業資料、統計資料、法規、貿易資料、專利商標與標準資料等。除了詳細介紹各類資料的特性、內容，以及蒐集、檢索與利用的方法外，更旁及商情資料庫、商情服務業與蒐集動態商情的管道與技巧。

★3. 館藏發展·吳明德著(精裝新台幣450元、平裝380元)

本書為國內第一本有關館藏發展與規劃的專著，全書共分九章，分別探討館藏發展的定義、圖書館社區分析、館藏發展政策、圖書選擇、圖書採訪、館藏評鑑、館藏淘汰、館藏發展合作、圖書館自動化與館藏發展的關係以及我國館藏發展的方向。

漢美出版必屬好書，請您立刻郵購！

郵政劃撥帳號：07580875

郵政劃撥帳戶：漢美圖書有限公司

◎圖書館學與資訊科學論文叢刊◎

《第一輯・胡述兆、李德竹主編》

- 李叔玲/英美兩國國家圖書館之比較研究
- 吳淑芬/我國人文社會及科技館際合作組織館際互借現況及問題之研究
- 俞芹芳/中小型公共圖書館建築之研究
- 許令華/我國科技性專門圖書館與母機構支持關係之研究
- 陳敏珍/美國圖書館學會與英國圖書館學會對圖書館事業發展之比較研究
- 莊道明/我國台灣地區國際百科線上資訊檢索服務調查之研究
- 曾淑賢/公共圖書館讀者與非讀者特質之分析
- 黃麗虹/我國大學圖書館繼續教育之研究
- 鄭玉玲/我國台灣地區圖書館採訪自動化現況與需求研究
- 謝寶煥/大學圖書館內部空間配置之研究

(全套十本新台幣4,000元)

《第二輯・昌彼得、胡述兆主編》

- 藍文欽/鐵琴銅劍樓藏書研究
- 張碧惠/晚清藏書家繆荃孫研究
- 蔡佩玲/范氏天一閣研究
- 湯 絢/清初藏書家錢曾研究
- 嚴倚帆/祁承燾及澹生堂藏書研究
- 簡秀娟/錢謙益藏書研究
- 趙飛鵬/觀海堂藏書研究
- 李文琪/焦竑及其國史經籍志
- 沈新民/清丁丙及其善本書室藏書志研究
- 計文德/從四庫全書探究明清間輸入之西學

(全套十本新台幣5,000元)

《第三輯・胡述兆、盧荷生主編》

- 盛美雲/圖書維護之紙質酸化及保存環境問題之研究
- 洪王徽恢/台灣地區中文善本圖書蟲害防治之研究
- 徐金芬/我國大學圖書館館員工作滿意程度調查研究
- 張素娟/我國大學圖書館女性館員工作類型之研究
- 俞依秀/我國國立大學圖書館館員對組織溝通滿意度之調查研究
- 黃純敏/國立台灣大學圖書館分散管理機能探討
- 王梅玲/國立台灣大學工學院聯合圖書室期刊使用研究
- 黃慕萱/我國圖書館學系所必修課程之探討
- 林秋燕/我國圖書館學系科畢業生就業情形之研究
- 林淑芬/圖書館學系實習課程之探討

(全套十本新台幣4,500元)

《第四輯・胡述兆、盧荷生主編》

- 曾美惠/我國臺灣地區中文線上資訊檢索系統檢索方法與操作控制之研究
- 廖育珮/我國大學圖書館線上公用目錄使用者利用指導方式之研究
- 黃翠嫩/我國大學圖書館使用與管理光碟唯讀記憶體(CD-ROM)之調查研究
- 蔡佳蓉/我國臺灣地區六所學術圖書館文學及語言類大陸出版品館藏特性之分析
- 林彥君/行銷概念應用於我國公共圖書館之探討
- 邵婉卿/美國公共圖書館資訊轉介服務之研究
- 廖秀滿/美國大學圖書館自動化人力資源重組之研究
- 何瑞萍/國內西文圖書代理商在國立大學圖書館的服務現況及發展研究
- 施孟雅/從專業期刊文獻分析我國臺灣地區的圖書館學研究
- 曾琪淑/規劃評核術應用於國內大學圖書館遷館規劃之研究

(全套十本新台幣4,500元)

本公司尚經銷下列圖書：

- 美國總統選舉。胡述兆博士著(平裝新台幣300元)
- The Crucial Decade in Sino-American Relations。胡述兆博士著(平裝新台幣400元)
- Social Science Reference Sources。李志鍾博士著(平裝新台幣1,150元)
- 奉系軍閥檔案史料匯編(全套12冊新台幣30,000元)



研究張學良不可或缺的第一手資料

〔奉系軍閥檔案史料匯編〕

本〔匯編〕係由遼寧省檔案館前館長孫景悅先生組織館內專家，從百餘萬件檔案中逐件精選，逾時三年編就，堪稱大陸出版界的鉅構。

本書收錄張作霖、張學良父子及其他重要軍閥首腦之信函、手稿、批示、密電計7931組(件)，分4992主題，均依時間先後為序排列，自1895年1月至1933年3月。全案不僅對奉系軍閥起家、發展、解體之歷史全程有真切寫照，也是其時我國東北地區政治、經濟、軍事、司法、教育文化等的詳實記錄，而對奉系統一東北各省、入關逐鹿中原、兩次直奉大戰、張作霖被炸死皇姑屯、張學良易幟、[九一八]事變、日軍攻佔熱河等重大事件，更提供了大量的原始資料。

(全套12冊，定價新台幣30,000元)



圖書館必備的社會科學參考書

〔Social Science Reference Sources. Rev. and enl.〕

New York: Greenwood Press, 1990. 李志鍾博士著。定價新台幣1,150元

本書著者李志鍾博士為美國Rosary College圖館系資深教授，79年曾至台大任客座教授，以其多年教學經驗，著成此書，各章資料豐富、新穎，包括至1989年出版的參考資料，是圖書館不可或缺的參考工具書。

目 次

第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 文獻分析	3
第三節 研究目的	12
第四節 研究範圍及限制	13
第五節 研究方法	14
第六節 名詞解釋	16
註 釋	18
第二章 行銷概念之意義、發展及應用	22
第一節 行銷概念之意義	22
第二節 行銷概念之發展	27
第三節 行銷概念與企業界	30
第四節 行銷概念與非營利機構	37
註 釋	45
第三章 美國公共圖書館應用行銷概念之探討	48
第一節 美國公共圖書館應用行銷概念的原因	50
第二節 美國公共圖書館應用行銷概念的情況	52
第三節 美國公共圖書館應用行銷概念所遭遇之問題	73
註 釋	75

第四章	我國公共圖書館行銷模式之建立	78
第一節	我國公共圖書館需採用行銷概念之原因	79
第二節	我國公共圖書館可採用的行銷模式	81
第三節	我國公共圖書館應用行銷模式之優缺點	107
註釋		111
第五章	結論及建議	114
第一節	結論	114
第二節	建議	116
註釋		120
參考書目		121

附 圖 目 次

圖 2-1	行銷概念與銷售概念之比較	26
圖 2-2	行銷發展初期企業之結構與組織	31
圖 2-3	行銷發展第二期企業之結構與組織	31
圖 2-4	行銷發展第三期企業之結構與組織	32
圖 2-5	企業機能與產業、總體環境之關係	33
圖 2-6	非營利機構之類別	38
圖 3-1	圖書館與社區需求之關係	48
圖 3-2	公共圖書館之定位	58
圖 3-3	公共圖書館之服務對象	60
圖 3-4	行銷組合與目標市場之關係	64
圖 4-1	我國公共圖書館之行銷模式	82
圖 4-2	圖書館行銷之外在環境	83
圖 4-3	台北市立圖書館組織系統圖	88
圖 4-4A	根據圖書館之特性來定位	89
圖 4-4B	根據圖書館之競爭者來定位	89
圖 4-5	市場區隔的不同方式	91
圖 4-6	行銷組合與讀者行銷環境的關係	94
圖 4-7	產品生命週期與使用情形	96

附 表 目 次

表 2-1	非營利機構行銷與營利機構行銷之差異	41
表 4-1	圖書館區隔之變數和典型區隔	90
表 4-2	圖書館行銷組合要素之具體內涵	94

第一章 緒論

第一節 研究動機

圖書館是人類社會中最重要的學術文化機構之一。古代的圖書館以保存人類的文化記錄為其首要任務。現在的圖書館已成為一個有機體，除對讀者負有相當程度的教育責任外，並須以科學的方法，採訪、處理與保存資料，以便讀者利用。（註 1）亦即資料的採訪、處理與保存都僅是手段，其最終目的在使圖書館之資料能便於讀者使用。

由於知識的爆炸，出版品驟增、各種類型的資料媒體充斥市場，使圖書之徵集日益困難；圖書、期刊購置費用的增加，使圖書館之經費更顯不足；讀者教育程度的提高，使讀者對圖書館的需求益形多樣化；而上述問題之產生，使圖書館的經營面臨了瓶頸。如何誘導讀者、滿足讀者之需求，使圖書館的資源能被充分利用，進而獲得讀者的支持，是圖書館當前的重要課題。

行銷活動之發生雖可遠溯自人類交易行為的開始，但行銷概念自1950年代以後才廣受學術界及企業界的重視。隨著社會和經濟環境的改變，行銷概念也不斷的修正，而由行銷概念的歷史發展來看，影響行銷概念演進的導向，其發展過程可分為三階段：第一階段是生產導向（Production Orientation）時期，注重產品品質的提昇和生產量的增加。第二階段是銷售導向（Sales

Orientation) 時期，強調產品的推銷，與顧客之關係逐漸密切。第三階段是行銷導向(Marketing Orientation)時期，考慮顧客之需求，根據顧客之動機和行為制訂行銷策略。在初期，行銷概念的應用範圍只限於營利性組織，但在Philip Kotler 及Sidney J. Levy 的積極推展下，行銷概念之應用不再囿限於營利性機構，而逐漸擴及各類非營利性組織。

隨著社會型態之變遷，圖書館的業務不斷擴大，傳統的圖書館管理方式漸不足以應付當前所需，因此必需謀求新而有效的經營理念和管理方法。圖書館與一般營利性機構之組織雖有所不同，但其爭取服務對象，滿足服務對象之需求，進而獲取其支持的目的則是一致的。此時，將行銷概念引進應用於我國圖書館或許可突破目前經營時所遭遇之困境。本論文除了概略介紹行銷概念外並說明美國公共圖書館應用行銷概念的情形，更進一步研擬可適用於我國公共圖書館之行銷模式，希望藉此拋磚引玉，引起大家對此問題作更廣泛、更深入之探討。

第二節 文獻分析

隨著社會環境的變遷，行銷觀念逐漸擴展到新的領域，行銷之應用不再專屬於企業，而可擴及各類型組織。在美國，自1970年代起，圖書館館員和資訊專家開始重視圖書館資料和服務之行銷，並有許多學者發表有關圖書館行銷之論文和專書，O.G. Norman 曾於1982年撰述“Marketing Library and Information Services: An Annotated Guide to Recent Trends and Developments”一文，文中提及有關圖書館行銷之文章，除附有書目資料外，並有簡短介紹(註2)，稍後，Norman於1989年時，又再將有關圖書館行銷之文獻加以整理並發表。(註3) C.A. Kirkendall 所編的 Marketing Instructional Services 一書中有一單篇文章，整理與圖書館行銷之相關文獻並附上摘要。(註4) 而M.F. King 蒐集了工商業方面專門圖書館行銷的書籍、期刊文獻及報告等加以分析整理。(註5) 我國對於圖書館行銷之研究起步較晚，因此探討此主題的文章較為有限，茲將相關文獻分為行銷之趨勢及發展及行銷策略兩方面加以分析：

一、行銷之趨勢及發展：

早於1969年 Kotler 及 Levy 就已將行銷的應用領域予以擴大，並十分肯定非營利機構行銷的必要性，文中說明行銷工具 (Marketing Tools)，即後來的行銷組合 (Marketing Mix)，包括產品 (Product)、定價 (Pricing)、