

ỨNG DỤNG CÁC CÔNG CỤ WEB 2.0 VÀO HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI TRUNG TÂM HỌC LIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢNG BÌNH

Nguyễn Thị Phương Chi, Nguyễn Thị Ngọc Huyền
Trung tâm Học liệu, Trường Đại học Quảng Bình

Tóm tắt: Việc ứng dụng web 2.0 trong hoạt động marketing trong thư viện đã trở nên phổ biến đối với nhiều thư viện trong nước và trên thế giới. Bài viết nghiên cứu thực trạng hoạt động marketing tại Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình, qua đó trình bày và đánh giá việc ứng dụng các công cụ web 2.0 vào hoạt động marketing ở Trung tâm.

Từ khóa: Thư viện; marketing thư viện; web 2.0; trung tâm học liệu; trường đại học.

Đặt vấn đề

Marketing là hoạt động thiết yếu, được xem như công cụ để nâng cao chất lượng của hoạt động thông tin-thư viện (TT-TV). “Marketing được hiểu là chức năng của một tổ chức có thể giữ mối quan hệ thường xuyên với khách hàng của tổ chức đó, hiểu được nhu cầu của họ, phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và thiết lập các chương trình quảng bá thông tin nhằm thể hiện mục đích của tổ chức đó” [Bùi Thị Thanh Thủy, 2008].

Marketing trong thư viện có nhiệm vụ nghiên cứu, sử dụng tối ưu các nguồn lực hiện có của mỗi cơ quan TT-TV; tìm kiếm tạo lập và thu hút các nguồn lực bên ngoài; hỗ trợ, khuyến khích người dùng tin khai thác và sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thông tin, thư viện; và cải thiện hình ảnh của hệ thống TT-TV [Trần Mạnh Tuấn, 2005]. Tuy nhiên, đối với Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình (TTHL Trường ĐHQB), vấn đề marketing chưa được quan tâm đúng mức. Biểu hiện hoạt động marketing không rõ ràng và hiệu quả mang lại chưa cao. Hoạt động đang còn mang tính chất một chiều, chỉ cho phép người dùng tin xem và sử dụng các nội dung do thư viện cung cấp. Đặc biệt, website của TTHL- một kênh quan trọng của hoạt động marketing - mới chỉ đang dừng lại như một trang tin tức, cập nhật dưới dạng báo điện tử, thiếu tính tương tác.

Để đẩy mạnh công tác TT-TV, chúng tôi

nghiên cứu ứng dụng các công cụ web 2.0 vào hoạt động marketing tại TTHL Trường ĐHQB. Web 2.0 là thế hệ web thông minh, giàu tính tương tác, lấy người dùng làm trung tâm, mục đích là hướng tới những tiện ích trong việc chia sẻ, hợp tác và sáng tạo giữa những người dùng. Ngày nay, Web 2.0 cùng với các công cụ của nó đang ngày càng thâm nhập và tác động đến đời sống của con người. Việc ứng dụng các công cụ web 2.0 giúp cải thiện hoạt động marketing thư viện, nâng cao chất lượng dịch vụ thông tin, hướng tới mục tiêu thỏa mãn tốt nhất nhu cầu thông tin cho người dạy, người học để thúc đẩy việc tự học, tự nghiên cứu của các giảng viên và sinh viên trong nhà trường.

1. Thực trạng công tác marketing tại Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình

Để đánh giá hiệu quả hoạt động marketing tại TTHL, nhóm nghiên cứu đã tiến hành một khảo sát vào tháng 10 năm 2017 nhằm thu thập ý kiến của người dùng tin (NDT) về chất lượng công tác phục vụ bạn đọc, các sản phẩm và dịch vụ của trung tâm, với số lượng phiếu phát ra là 110 phiếu, số phiếu thu về là 100 phiếu (đạt tỷ lệ thu hồi 90,9%), hướng đến 2 đối tượng là giảng viên và sinh viên trong Trường. Kết quả khảo sát bằng phiếu và quan sát, theo dõi trực tiếp, cho thấy công tác marketing tại TTHL chưa được quan tâm và chú trọng. Từ khi thành lập cho đến nay, Trung tâm chưa có một định hướng rõ ràng cho hoạt động marketing. Chỉ có duy nhất một cán bộ chuyên trách công tác marketing,

do đó các hoạt động còn khá nhỏ lẻ và hiệu quả không cao. Các hoạt động liên quan đến marketing đã được thực hiện chủ yếu là: tổ chức kỷ niệm Ngày Sách Việt Nam, Bản quyền thế giới và một số hội nghị bạn đọc. Điều này dẫn đến nhiều vấn đề tồn tại chưa được giải quyết như: lượng bạn đọc của TTHL khá ít, đa số bạn đọc thiếu kỹ năng thông tin, mơ hồ về quy định của TTHL, dịch vụ TTHL còn nghèo nàn và chưa đa dạng, sự tương tác giữa bạn đọc và cán bộ thư viện rất hạn chế,...

Số NDT đến với TTHL đang còn khá khiêm tốn, trong đó phần lớn sinh viên tới để truy cập mạng, xem facebook và giải trí. Số cán bộ, giảng viên tới TTHL cũng rất ít và tần suất sử dụng tài liệu thư viện của họ cũng chưa cao. Thống kê hàng năm về lượng đọc giả khai thác và sử dụng thông tin ở TTHL, trong năm 2016 cho thấy, chỉ có 782 lượt bạn đọc là cán bộ, giảng viên, so với 48.016 lượt là sinh viên, tương ứng với 2,4 lần/người/năm đối với cán bộ, giảng viên và 14,7 lần/người/năm đối với sinh viên. Thêm vào đó, NDT của Trung tâm chưa nắm rõ nội quy, quy định của TTHL, thiếu kỹ năng xác định nguồn tin và tìm kiếm thông tin. Có tới 40% bạn đọc hoàn toàn không biết hoặc chỉ biết sơ qua quy định sử dụng tài liệu tại Trung tâm. Điều này dẫn đến số lượng bạn đọc mượn sách quá hạn nhiều (trên 50% bạn đọc được khảo sát), trong đó nguyên nhân chính là do bạn đọc không rõ hạn phải trả và không biết chính sách phạt quá hạn của thư viện (66% người trả lời).

Cũng theo kết quả điều tra bạn đọc tháng 10/2017, chỉ có 39% bạn đọc cho rằng họ được đáp ứng trên 80% nhu cầu thông tin của mình. Một trong những nguyên nhân là do TTHL chưa nắm bắt được nhu cầu thông tin của NDT. Hơn nữa, sự tương tác giữa cán bộ thư viện và NDT còn rất hạn chế. Dịch vụ hỏi đáp, tham khảo còn ở mức đơn giản: sinh viên chủ động, nhân viên thư viện bị động; NDT ít có cơ hội được hướng dẫn, giải đáp kịp thời những thắc mắc của mình về các dịch vụ của Trung tâm. Khi được hỏi về cách liên lạc để được hỗ trợ, tư vấn, có tới 77% cho rằng có nhu cầu được hỗ trợ bằng hình thức trực tuyến, điện thoại và email, so với 49% muốn được hỗ trợ ngay tại Trung tâm.

Trung tâm chưa chủ động quảng bá hình ảnh, giới thiệu các sản phẩm thông tin của mình đến NDT. Kênh thông tin chưa đa dạng và hiệu quả, chủ yếu là qua đường văn bản, công văn và thông báo, dẫn đến sự chậm trễ của thông tin. Các buổi tập huấn NDT của Trung tâm còn mang tính một chiều, hiệu quả chưa cao. NDT hầu như không nắm được các sản phẩm, tài liệu, sự phân bố tài liệu, quy định, chính sách lưu thông tài liệu thông tin của Trung tâm. Qua theo dõi, đa số NDT chưa biết cách sử dụng phần mềm quản trị thư viện của Trung tâm để tra cứu thông tin, xác định vị trí của tài liệu thư viện hoặc gia hạn tài liệu đang mượn. Qua điều tra, chỉ 14% bạn đọc thực hiện tìm kiếm tài liệu có tại Trung tâm bằng cách sử dụng phần mềm và chỉ có số ít bạn đọc sử dụng website để tìm kiếm, gia hạn và đặt mượn tài liệu. Gần một nửa số bạn đọc được khảo sát chưa nắm được vị trí và sự phân bố của các loại tài liệu trong thư viện, dẫn đến tâm lý e ngại trong việc tiếp cận và khai thác thông tin. Gần 65% bạn đọc được khảo sát chưa bao giờ tham gia hoặc rất ít khi tham gia các hoạt động thông tin do TTHL tổ chức, hoặc tổ chức tại trung tâm, trong đó, trên 70% nguyên nhân là do bạn đọc không biết tới các hoạt động đó.

Website của TTHL đang còn khá sơ sài, chưa thể hiện được vai trò là công cụ chính thống để cung cấp thông tin, sản phẩm của đơn vị, thu hút NDT đến với TTHL, phát triển và củng cố mối quan hệ giữa NDT và cán bộ thư viện. Website của TTHL mới chỉ cung cấp các bản tin liên quan đến TTHL và nhà trường; giao tiếp trên website chỉ một chiều; lượng thông tin hạn chế và ít được cập nhật. Theo đánh giá từ phía bạn đọc, giao diện của website ít thân thiện, rất khó để bạn đọc tìm kiếm tài liệu, hay tìm đọc nội quy, quy định của TTHL (chỉ 1/4 số bạn đọc được khảo sát cho rằng giao diện website là thân thiện và dễ sử dụng). Bạn đọc không thể tiến hành tìm kiếm tài liệu in và tài liệu số trên một giao diện tìm kiếm tích hợp, mà phải vào từng bộ sưu tập in hoặc bộ sưu tập số cụ thể. Điều này gây khó khăn không nhỏ cho bạn đọc. Ngoài ra, bạn đọc không thể tiến hành yêu cầu bổ sung tài liệu vào thư viện theo nhu cầu của

mình trực tiếp trên website, hoặc liên lạc, trao đổi trực tuyến với cán bộ thư thư để được hỗ trợ và giải đáp kịp thời những thắc mắc của mình. Lượng người truy cập vào website còn rất ít.

2. Khái niệm web 2.0 và việc ứng dụng các công cụ web 2.0 vào hoạt động marketing tại Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình

Web 2.0 được giới thiệu lần đầu vào năm 2004 tại Hội thảo web 2.0 lần thứ nhất bởi Dale Dougherty, phó chủ tịch của O'Reilly Media. Tim O'Reilly- Chủ tịch, kiêm giám đốc điều hành hãng này cho rằng, những đặc tính cốt lõi của thế hệ Web thứ 2 này gồm:

- Phần mềm được cung cấp ở dạng dịch vụ web, không phải phần mềm đóng gói, dễ dàng cập nhật thay đổi;
- Người dùng chính là người đồng phát triển;
- Khai thác trí tuệ tập thể;
- Phát triển ứng dụng dễ dàng và nhanh chóng;
- Phần mềm có thể chạy trên nhiều thiết bị như các thiết bị di động, thiết bị cầm tay;
- Giao diện người dùng nhẹ, ứng dụng phong phú [Tim O'Reilly, 2009].

Web 2.0 có nhiều tiện ích thích hợp để ứng dụng trong thư viện như: nhắn tin nhanh (Instant Messaging-IM), đọc nguồn cấp dữ liệu RSS (Really Simple Syndication), phát thanh (Podcasting/broadcasting), mạng xã hội (social network), nhật ký trực tuyến Blogs, chia sẻ hình ảnh và video, công trình mở Wiki, lọc dữ liệu (mash up),... Ngày nay, việc ứng dụng web 2.0 vào hoạt động thông tin, thư viện hoàn toàn không còn xa lạ với các thư viện trên thế giới. Theo khảo sát được thực hiện năm 2008, có tới 2/3 các trường đại học tại Úc và New Zealand ứng dụng ít nhất một công cụ web 2.0 [Nguyen Cuong Linh, 2008]. Các thư viện trong nước cũng đang dần ứng dụng công cụ này trong việc cung cấp thông tin, giới thiệu nguồn tài liệu mới và các hoạt động quảng bá khác của thư viện, tiêu biểu là Trung tâm Thông tin-Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội, Thư viện Trường Đại học Tôn Đức Thắng,...

Xét các điều kiện hiện tại, Trung tâm có cơ sở vật chất hoàn toàn đáp ứng các yêu cầu về kỹ thuật của ứng dụng web 2.0. Trung tâm đã được trang bị hệ thống máy tính nối mạng internet, tốc độ đường truyền khá cao và ổn định. Website tuy còn sơ sài, song có thể nâng cấp và cài đặt thêm các ứng dụng mới một cách thuận tiện. Về nhân lực, Trung tâm có đội ngũ cán bộ thư viện đông, có chuyên môn tốt và có khả năng sử dụng máy tính thành thạo. Đặc biệt, cán bộ chuyên trách về công nghệ thông tin có trình độ cao (01 tiến sĩ, 02 cử nhân). Bên cạnh đó, lãnh đạo Nhà trường luôn khích lệ và tạo mọi điều kiện để ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) vào các hoạt động của Trung tâm.

Căn cứ vào thực trạng của TTHL và đặc điểm NDT tại đây, tháng 2 năm 2018, nhóm nghiên cứu đã bắt đầu triển khai ứng dụng các công cụ web 2.0 vào hoạt động marketing.

2.1. Nâng cấp website hiện có bằng cách xây dựng các module và tính năng mới

- *Thiết kế giao diện mới cho website; tích hợp module tìm kiếm tập trung vào website*

Dựa vào đánh giá của NDT về sự thân thiện và dễ sử dụng giao diện website của TTHL, nhóm nghiên cứu đã thiết kế lại toàn bộ giao diện của website nhằm tăng tính thân thiện với người dùng, tính thẩm mỹ và bố trí khoa học hơn. Đồng thời, để phục vụ tốt hơn nhu cầu tìm kiếm tài liệu của bạn đọc, nhóm đã tích hợp công cụ tìm kiếm tập trung Vufind vào ngay trang chủ tại địa chỉ <http://lrc.quanbinhuni.edu.vn>. Đây là một phần mềm mã nguồn mở viết bằng PHP được cài đặt và tích hợp dữ liệu từ hệ thống quản trị thư viện tích hợp mã nguồn mở Koha, và phần mềm lưu trữ nguồn mở Dspace. Ngoài ra, TTHL cũng đã thử nghiệm tích hợp kho tài liệu số của Trung tâm TT-TV Đại học Quốc gia Hà Nội với hơn 20.000 tài liệu số, đáp ứng được nhu cầu khai thác và sử dụng tài liệu của bạn đọc. Nếu như trước đây, để tiến hành tìm kiếm tài liệu, bạn đọc phải vào lần lượt từng kho tài liệu (kho tài liệu giấy Koha và kho tài liệu số Dspace), thì hiện nay chỉ một thao tác tìm kiếm tập trung ngay trên giao diện chính của website, phần mềm sẽ đưa ra tất cả các kết quả tìm kiếm liên quan.

- *Tự động cập nhật tin tức chuyên môn và thông báo*

Nhóm đã nghiên cứu lựa chọn các công cụ để tự động cập nhật tin tức, bản tin chuyên môn, thông báo quá hạn, giới thiệu tài liệu mới của Trung tâm trên website. Những thông báo về tài liệu mới, thông báo quá hạn, bạn đọc tích cực,... đều được cập nhật tự động thông qua việc sử dụng các iframe lấy thông tin trực tiếp từ CSDL của Koha và Dspace thông qua các câu lệnh truy vấn SQL. Việc dùng RSS (Really Simple Syndication) - loại định dạng tài liệu theo tiêu chuẩn XML, trao cho người dùng khả năng tự động cập nhật, cá nhân hóa thông tin cho website của mình từ các website khác [Walia, P., Gupta, M., 2012], để tự động cập nhật hàng ngày các bài viết, nghiên cứu, tin tức tổng hợp, chuyên môn có giá trị lớn, mà không yêu cầu cán bộ thư viện hoặc quản trị viên phải tìm kiếm, chọn lọc và đăng tải một cách thủ công.

- *Xây dựng module “Trợ giúp” và “Bộ câu hỏi thường gặp”*

Nhóm nghiên cứu xây dựng module “Trợ giúp” và “Bộ câu hỏi thường gặp” nhằm mục đích hỗ trợ tốt nhất cho NDT của TTHL. Với module “Trợ giúp”, bạn đọc có thể gửi yêu cầu, đề xuất hoặc góp ý,... đến cán bộ của Trung tâm bất cứ lúc nào mà không cần phải đến TTHL, ngay cả khi cán bộ thủ thư không trực tuyến.

Bộ câu hỏi thường gặp bao gồm 22 câu hỏi liên quan đến các tình huống bạn đọc thường gặp phải khi đến TTHL. Bạn đọc tìm hiểu hết 22 câu hỏi trong bộ câu hỏi này sẽ nắm rõ toàn bộ quy định, nội quy của Trung tâm. Bộ câu hỏi này được đặt ở module “Liên kết nhanh”, giúp bạn đọc dễ dàng tiếp cận mỗi khi truy cập vào website.

- *Thiết lập tính năng trò chuyện trực tuyến (Live chat) với thủ thư*

Có nhiều công cụ hỗ trợ việc tạo Live chat cho website hoàn toàn miễn phí. Nhóm nghiên cứu đã sử dụng công cụ Tawk để tạo mục Live chat với thủ thư trên website của Trung tâm nhằm tăng tính tương tác giữa

NDT và cán bộ thư viện. Bạn đọc và cán bộ thư viện có thể giao tiếp với nhau, tư vấn về cách tiếp cận và sử dụng các nguồn lực thông tin của thư viện, chính sách lưu thông, cách tìm kiếm, gia hạn tài liệu trên phần mềm quản trị thư viện, mượn liên thư viện, mượn qua bưu điện,...

2.2. Tạo tính năng tự động gửi email marketing tới người dùng tin

Nhóm nghiên cứu tiến hành triển khai tính năng gửi mail tự động tới bạn đọc nhằm tạo điều kiện cho bạn đọc dễ dàng cập nhật những thông tin cần thiết như tài liệu mới cập nhật, đề xuất mua đã được chấp thuận, thông tin quá hạn tài liệu,...

2.3. Sử dụng đa phương tiện để quảng bá hình ảnh, sản phẩm, dịch vụ thông tin, chính sách lưu thông của Trung tâm Học liệu

Chia sẻ thông tin đa phương tiện (Media Sharing and Streaming) là công nghệ cho phép người dùng xem/nghe các thông tin dưới dạng audio, video và các dạng tài liệu đa phương tiện khác thông qua internet [Trương Đại Lượng, Nguyễn Cương Lĩnh, 2009]. Video và hình ảnh trực quan chính là công cụ tuyệt vời cho công tác marketing thư viện. Nhóm đã tiến hành quay và làm video quảng bá về Trung tâm (library tour), giới thiệu các sản phẩm thông tin, phổ biến đến NDT các chính sách hoạt động và lưu thông tài liệu (<http://lrc.quangbinhuni.edu.vn/gioi-thieu-trung-tam-hoc-lieu-truong-dai-hoc-quang-binh-2017>). Ngoài ra, nhóm còn thực hiện video hướng dẫn bạn đọc cách tìm kiếm và tra cứu thông tin tài liệu, gia hạn và đặt mượn trên website của TTHL (<http://lrc.quangbinhuni.edu.vn/video-huong-dan-tra-cuu-va-dat-muon-tai-lieu-tren-website-trung-tam-hoc-lieu-truong-dh-quang-binh>). Các video đều có thể xem trực tiếp trên website. Podcasts cũng là một công cụ quan trọng giúp thu hút nhiều lượt khách truy cập vào website hơn. Các sản phẩm podcasts được xuất bản ngay trên website của TTHL, người dùng hoàn toàn có thể nghe trực tuyến trên web mà không cần phải tải về máy tính cá nhân.

Thông qua các sản phẩm của nhóm nghiên cứu, NDT có thể dễ dàng tiếp cận những dịch vụ và hoạt động của TTHL, góp phần tạo nên một trung tâm học liệu năng động, thân thiện và chuyên nghiệp trong lòng bạn đọc.

2.4. Tiến hành khảo sát ý kiến của người dùng tin về việc bổ sung tài liệu

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát bạn đọc trực tuyến và xây dựng module “Yêu cầu bổ sung” tài liệu vào thư viện cho bạn đọc qua internet. Module được đặt trên website của TTHL. Ứng dụng được lựa chọn cho hoạt động khảo sát là Google Forms, một ứng dụng giúp tạo ra các biểu mẫu để thu thập các thông tin như: khảo sát ý kiến, thông tin đăng ký. Ứng dụng này có rất nhiều ưu điểm nổi trội và phù hợp để sử dụng trong công tác chuyên môn của thư viện, như: hỗ trợ thiết kế nhiều loại câu hỏi (câu hỏi nhiều lựa chọn, câu hỏi với câu trả lời ngắn, câu hỏi với câu trả lời định dạng là ngày tháng, giờ,...), tiết kiệm chi phí thực hiện khảo sát, tự động tổng hợp kết quả bằng số liệu chính xác, phân tích dữ liệu và minh họa bằng biểu đồ và phần trăm (%).

- Dùng Google Forms để thực hiện khảo sát ý kiến NDT qua internet

Nghiên cứu thị trường qua internet đã trở thành phương thức phổ biến, được đa số các thư viện trên thế giới lựa chọn khi muốn điều tra NDT của mình. Xét về bản chất, cách làm này hoàn toàn giống với cách điều tra truyền thống, trừ đặc trưng về kỹ thuật [Dương Thị Phương Chi, 2013]. Nhóm đã lựa chọn phương thức khảo sát qua internet cho lần khảo sát ý kiến NDT thứ hai của mình dựa trên Google Forms. So với lần khảo sát thứ nhất được thực hiện thủ công vào tháng 10/2017, khảo sát lần này với sự trợ giúp của ứng dụng Google Forms, đã giúp nhóm tiết kiệm chi phí, thời gian và công sức. Ngoài ra, vì được tích hợp trên website, nên nhóm có thể dễ dàng tiến hành điều tra và thu thập kết quả trên nhiều đối tượng bạn đọc thuộc nhiều khoa, phòng khác nhau và hoàn toàn không mất thời gian và công sức trong việc tổng hợp kết quả sau khảo sát.

- Dùng Google Forms tích hợp vào website để

bạn đọc gửi yêu cầu bổ sung tài liệu vào TTHL

Bạn đọc, thay vì gửi đề xuất bổ sung tài liệu bằng văn bản đến TTHL, giờ đây có thể thực hiện gửi yêu cầu bổ sung tài liệu qua website một cách tiện lợi và hiệu quả. Ngoài ra, công cụ này còn cho phép nhiều đối tượng bạn đọc gửi yêu cầu đề xuất mua hơn, cụ thể là sinh viên, đối tượng mà trước đây chưa bao giờ được yêu cầu bổ sung tài liệu.

3. Khảo sát đánh giá của người dùng tin về các ứng dụng web 2.0 trong hoạt động marketing của Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình

Nhằm thu thập đánh giá của NDT về ứng dụng Web 2.0 của TTHL, nhóm nghiên cứu tiến hành tập huấn, giới thiệu các sản phẩm mới cho bạn đọc, sau đó lấy ý kiến phản hồi về các tính năng và công cụ mới. Nhóm nghiên cứu đã tập huấn cho 9 cán bộ thư viện và 100 bạn đọc của TTHL về các tính năng, công cụ mới của website và giới thiệu các sản phẩm marketing của nhóm. Qua phỏng vấn trong các buổi tập huấn, nhóm nhận thấy đa số họ còn rất mơ hồ về các công cụ web 2.0 và các ứng dụng của nó trong thư viện. Số ít người được phỏng vấn đã từng biết đến các công cụ này nhưng không hiểu rõ về hiệu quả sử dụng của chúng. Tuy nhiên, khi được giới thiệu về các sản phẩm web 2.0 của nhóm, tất cả đều đưa ra những phản hồi tích cực về các sản phẩm này và thừa nhận rằng các công cụ web 2.0 này sẽ tạo nên những thay đổi rõ rệt về chất lượng các dịch vụ thông tin, chất lượng phục vụ, lượng bạn đọc của thư viện, góp phần hiện thực hóa một thư viện điện tử trong tương lai.

Tháng 11 năm 2018, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát ý kiến NDT về các ứng dụng web 2.0 trong hoạt động marketing tại TTHL. Tổng số đối tượng được chọn tham gia là 100 sinh viên và giảng viên, trong đó đối tượng giảng viên chiếm 11% thuộc 10 khoa của Trường. Việc khảo sát được thực hiện trực tuyến, trên ứng dụng Google Forms. Theo kết quả tổng hợp từ khảo sát cho thấy, gần 90% NDT tham gia khảo sát đã từng tiếp cận và sử dụng các

sản phẩm Web 2.0 của nhóm nghiên cứu trước khi làm khảo sát. Điều này đảm bảo tính chính xác cho những phản hồi và đánh giá mà họ đưa ra. Trên 80% người được khảo sát đánh giá giao diện mới của web TTHL là thân thiện, khoa học và đẹp mắt hơn so với giao diện cũ. Trên 80% NDT cũng đánh giá các tính năng như: Live chat, tìm kiếm tập trung và yêu cầu bổ sung tài liệu vào thư viện dành cho bạn đọc trên website là rất dễ dùng, hữu ích và hiệu quả. Khi được hỏi về các video Giới thiệu TTHL, video hướng dẫn sử dụng website, gần 90% bạn đọc được khảo sát cho rằng chúng rất đẹp và hữu ích đối với họ.

Để đánh giá hiệu quả của các sản phẩm này đối với hoạt động marketing của thư viện, nhóm đã thiết kế các câu hỏi về sự phân bố tài liệu, quy định sử dụng tài liệu tại TTHL (thời hạn mượn, trả, gia hạn, phạt quá hạn,...), cách tìm kiếm tài liệu, gia hạn và đặt mượn tài liệu trên website của trung tâm,... Kết quả khảo sát cho thấy, 70% NDT biết rõ và biết rất rõ về sự phân bố tài liệu ở các phòng đọc; 85% nắm rõ quy định sử dụng tài liệu tại TTHL; 72% biết cách tìm kiếm tài liệu, gia hạn và đặt mượn tài liệu trên website của trung tâm; gần 80% biết rõ và rất rõ về các hoạt động và sự kiện gần đây (Ngày sách Việt Nam 21/4, Cuộc thi viết về Người phụ nữ tôi yêu, Cuộc thi viết Tri ân Người Thầy,...) do Trung tâm tổ chức. So với kết quả khảo sát tháng 10 năm 2017, kết quả khảo sát này phản ánh những chuyển biến và sự cải thiện đáng kể trong công tác marketing của Trung tâm.

Kết luận

Web 2.0 là ứng dụng khá thân thiện và có khả năng giao tiếp hai chiều. Nó cho phép chia sẻ, tập hợp dữ liệu, giúp cán bộ thư viện trong việc cung cấp và nâng cao dịch vụ tra cứu cho người dùng; khuyến khích người dùng tham gia đóng góp nội dung trên web. Đây là một ứng dụng tích cực cho việc chia sẻ tri thức và quan trọng hơn là nó hữu ích đối với cả thư viện và người dùng.

Qua thời gian nghiên cứu, triển khai thử nghiệm, từ kết quả khảo sát đánh giá NDT

về các tiện ích của web 2.0 được ứng dụng tại Trung tâm, nhóm đã thu nhận được những phản hồi tích cực về các sản phẩm web 2.0 mới được nghiên cứu ứng dụng: giao diện mới của website, các tính năng như: Trò chuyện trực tuyến (Live chat) với thủ thư; tìm kiếm tài liệu tập trung; tự động cập nhật thông báo bạn đọc mượn tài liệu quá hạn, bạn đọc tích cực; module trợ giúp và bộ câu hỏi thường gặp; ứng dụng đa phương tiện vào hoạt động marketing,... Kết quả khảo sát cũng cho thấy sự ảnh hưởng tích cực từ các ứng dụng web 2.0 đến hiệu quả hoạt động marketing. Sau khi được tập huấn, NDT dễ dàng nắm bắt được sự phân bố tài liệu ở các phòng đọc, quy định sử dụng tài liệu tại Trung tâm, cách thức tìm kiếm, gia hạn tài liệu,... Về phía cán bộ thư viện, đã giúp họ tiết kiệm được thời gian và công sức trong quá trình phục vụ bạn đọc.

Việc ứng dụng web 2.0 đã nâng cao hiệu quả và chất lượng hoạt động marketing tại Trung tâm Học liệu Trường Đại học Quảng Bình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dương Thị Phương Chi (2013). Nghiên cứu thị trường qua mạng internet, Tập san Thông tin và Tư liệu phía Nam, số 35, tr. 48-52.
2. Nguyen Cuong Linh (2008). A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries, Library Hi Tech, Vol. 26(4), pp. 630 - 653.
3. Trương Đại Lượng, Nguyễn Cương Lĩnh (2009). Web 2.0 và Thư viện, Tạp chí Thông tin và Tư liệu, số 3, tr. 16- 21.
4. Bùi Thị Thanh Thủy (2008). Marketing - Hoạt động thiết yếu của các thư viện Đại học Việt Nam. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN-Khoa học Xã hội và Nhân văn, số 24, tr. 119-123
5. Trần Mạnh Tuấn (2005). Marketing trong hoạt động thông tin thư viện, Tập bài giảng dành cho sinh viên chuyên ngành Thông tin Thư viện.
6. Tim O'Reilly (2009). What is Web 2.0.
Truy xuất từ: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
7. Walia, P., & Gupta, M. (2012). Application of Web 2.0 tools by national libraries, Webology, Vol.9(2), pp.13-13.

Truy xuất từ: <http://www.webology.org/2012/v9n2/a99.html>