

# **SISÄLTÖTUOTANTO**

## **- työryhmän väliraportti 9**

**41:2002**

# **SISÄLTÖTUOTANTO**

## **- työryhmän väliraportti 9**

Selvitys kirjastoalan osaamisen ja resurssien kaupallisista hyödyntämismahdollisuuksista

*isbn: 952-442-166-6*

*issn: 0359-761X*

*julkaisupäivä 28.10.2002*

**41:2002**

## LUKIJALLE

Opetusministeriön koordinoiman sisältötuotantohankkeen tavoitteena on tukea yhteisen kulttuuriperintömme digitointia ja kotimaisten digitaalisten oppimateriaalien tuottamista, luoda uusia kotimaisia digitaalisia palveluita ja edesauttaa sisältötuottajan asemaa tukevien järjestelmien kehittämistä.

Sisältötuotantotyöryhmä tarjoaa tässä raportissa tietoyhteiskunnan rakentajille yhden puheenvuoron. Raportti ei ole sisältötuotantotyöryhmän kannanotto kirjastoalan osaamisen ja resurssien kaupallisista hyödyntämismahdollisuuksista, vaan kolmen asiantuntijan näkemys ko. alueesta yhteisten keskustelujen virittämiseksi ja kehittämistoiminnan suuntaamiseksi.

Sisältötuotantotyöryhmä kiittää Digitaalinen tietohuolto -alaryhmää yhteistyöstä ja Tuula Haavistoa, Tuomo Suomalaista ja Juha Vuori-Karviaa innovatiivisesta raportista sekä tekijöiden isäntäorganisaationa toiminutta Helsingin kaupunginkirjastoa yhteistyöstä.

---

Sisältötuotantotyöryhmän puheenjohtajana on kulttuuriministeri Kaarina Dromberg. Työryhmän jäsenet, toiminnan painopisteet ja vaihtuvaa hankkeeseen liittyvää tietoa löytyy verkkosivulta <http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/index.html>  
Linkki tämän raportin sähköiseen versioon on sivulla <http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/julkaisut.html>

Opetusministeriön sisältötuotantotyöryhmän ensimmäisessä väliraportissa (6:2001) kartoitettiin alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksia ja toisessa väliraportissa (14:2001) sisältötuotannon arvoketjun rahoitusta. Kolmas väliraportti (18:2001) esittelee yhden tutkimuksen näkökulmasta sisältötuotantoalan osaamistarveskenaarion. Neljännessä väliraportissa (27:2001) tarkennetaan aikaisemmin esitettyä toimenpideohjelmaa ja luodaan katsaus tehtyihin toimenpiteisiin. Viides väliraportti (10:2002) on tutkijapuheenvuoro digitelevisiosta. Kuudes väliraportti (16:2002) keskittyy suomalaisen sisältötuotannon kehitysnäkymiin ja niiden taustoittamiseen. Seitsemännen laajana yhteistyönä syntyneen väliraportin julkaisija on mediakulttuuriyhdistys m-cult ry; se on kotimainen ja kansainvälinen tutkimus uudesta mediakulttuurista innovaatioympäristönä. Väliraportti 9 (40:2002) on sisältötuotannon alueellinen kartoitus.

Ritva-Sini Merilampi  
opetusneuvos KT  
sisältötuotantotyöryhmän sihteeri

Suvi Silenti  
VTK  
avustaja

# SELVITYS KIRJASTOALAN OSAAMISEN JA RESURSSIEN KAUPALLISISTA HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUKSISTA

Työryhmän raportti

Laatijat

Tuula Haavisto  
Tuomo Suomalainen  
Juha Vuori-Karvia

Helsinki 16.9.2002

# SELVITYS KIRJASTOALAN OSAAMISEN JA RESURSSIEN KAUPALLISISTA HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUKSISTA

## Sisällysluettelo

<b>SELVITYKSEN TAUSTA, TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT .....</b>	<b>7</b>
<b>Lähtökohdat .....</b>	<b>7</b>
Kirjastopoliittinen ohjelma .....	7
Kansalliskirjastostrategia .....	7
Kirjastojen rahoitushaasteet .....	7
<b>Selvityksen tavoitteet .....</b>	<b>8</b>
<b>Selvityksen tehtävät, resurssit ja aikataulu .....</b>	<b>8</b>
Tehtäväluettelo .....	8
Selvityksen resurssit .....	9
Tehtävän rajaaminen .....	9
Aikataulu .....	9
<b>KIRJASTOJEN PALVELUJEN NYKYTILANNE .....</b>	<b>10</b>
<b>Yleiset kirjastot .....</b>	<b>10</b>
Kirjastolaki ja maksuttomuusperiaate .....	10
Nykyiset tuotteet/tuoteryhmät ja niiden käyttö .....	10
Palvelujen käyttö ja tunnettuus .....	11
Käyttäjärühmät ja käyttömäärät .....	11
Yleisten kirjastojen rahoitus .....	11
<b>Korkeakoulukirjastot .....</b>	<b>12</b>
Kansalliskirjasto .....	12
Yliopistokirjastot .....	12
Ammattikorkeakoulukirjastot .....	12
Erikoiskirjastot .....	12
Käyttäjärühmät ja käyttömäärät .....	12
Rahoitus .....	13
<b>Kirjastojen osaamisperusta ja hyödyntämätön osaaminen .....</b>	<b>13</b>
<b>MAKSULLISTEN PALVELUJEN KÄYNNISTÄMISEN EDELLYTYKSIÄ .....</b>	<b>14</b>
Asiakkuus lähtökohtana .....	14
Palvelun kehittäminen ja kilpailutekijöiden merkitys .....	14
Perinteestä uuteen työnjakoon .....	15
Maksullisen palvelun uudet velvoitteet .....	16
Asiakkaan hyötyodotukset .....	16
Palvelun laadun merkitys .....	17
<b>Maksuttomien ja maksullisten palvelujen suhde .....</b>	<b>17</b>
<b>MAKSULLISTEN PALVELUJEN MARKKINAT JA ASIAKKAAT .....</b>	<b>19</b>
Tarvelähtöisyys periaatteena .....	19
Ulkomaiset mallit .....	19
<b>Markkinoilla saatavilla olevat kirjastopalvelut .....</b>	<b>20</b>

<b>Maksullisten kirjastopalvelujen kohderyhmät.....</b>	<b>20</b>
<b>MAKSULLISTEN TUOTTEIDEN JA PALVELUJEN KEHITTÄMINEN .....</b>	<b>23</b>
<b>Tuotteistaminen.....</b>	<b>23</b>
Mitä resursseja on käytettävissä nyt .....	23
Mitä uutta tarvitaan palvelun mahdollistamiseksi .....	23
Maksullisten palvelun tuottajat.....	24
Palvelun komponentit.....	24
Palveluprosessi .....	24
<b>Muita tuote-/palveluideoita .....</b>	<b>24</b>
<b>PALVELUJEN TUOTANTO.....</b>	<b>26</b>
Keskitetyt toiminnot .....	26
Yleiset kirjastot .....	26
Yliopisto- ja korkeakoulukirjastot.....	26
Yritykset (ostonappi).....	26
Jakeluverkko.....	26
<b>MARKKINOINTI.....</b>	<b>26</b>
<b>KANNATTAVUUS .....</b>	<b>27</b>
Ansaintalogiikka.....	27
Tuotantokustannukset.....	27
Tuotot .....	28
<b>EHDOTUKSET .....</b>	<b>29</b>
<b>HAASTATTELUT .....</b>	<b>29</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>29</b>
<b>KAAVIOT .....</b>	<b>29</b>
<b>TUOTEIDEA 1. TIETOA KIRJASTOTAKUULLA.....</b>	<b>37</b>

## SELVITYKSEN TAUSTA, TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT

### **Lähtökohdat**

Tämän selvityksen lähtökohtina ovat kirjastopoliittisessa ohjelmassa, kansalliskirjastostrategiassa ja kirjastoalan viimeaikaisessa keskustelussa esitetyt ajatukset. Entistä useammin on esitetty ajatuksia kirjastopalvelujen tuotteistamisen ja kaupallisen toiminnan mahdollisuuksista kirjastotoiminnan yhteydessä. Tekninen kehitys on tekemässä mahdolliseksi ajasta ja paikasta riippumattoman, rajattoman kirjaston, jossa kaikkien kirjastojen fyysisiä ja virtuaalisia kokoelmia hyödynnettäisiin tehokkaimmin.

### **Kirjastopoliittinen ohjelma**

Kirjastoalan keskustelu sai lisävauhtia, kun kirjastopoliittinen ohjelma vuosille 2001-2004 julkaistiin alkuvuodesta 2001. Kirjastopoliittinen ohjelma käsittelee varsin laaja-alaisesti yleisten kirjastojen toiminnan arvopohjaa, nykytilannetta, ongelmia, toimintaympäristön muutosta ja rahoitusta. Ohjelman keskeistä antia on alan asiantuntijoiden näkemys, visio, kirjastojen tulevaisuudesta ja strategiasta, jolla suomalainen kirjastolaitos säilyttää asiakkaidensa arvokkaana pitämän palvelukyvyyn uusia mahdollisuuksia tarjoavassa teknisessä ja yhteiskunnallisessa muutoksessa. Paitsi keskustelua ohjelma on synnyttänyt myös uusia selvitys- ja suunnittelutoimeksiantoja.

Helsingin kaupunginkirjaston aloittama internetin käyttöön perustuva kirjastojen yhteinen kehittämistyö, (kaapelikirjasto), sen saama Melinda ja Bill Gates Säätiön Access to learning palkinto ja mm. Information Gas Station -työ on hyvä esimerkki onnistuneesta teknologian hyödyntämisestä kirjastoasiakkaiden uusien palvelujen tuotannossa ja positiivisen julkisuuskuvan luomisessa. Tämä on osaltaan vaikuttanut selvityksen pohdintoihin ja linjauksiin.

### **Kansalliskirjastostrategia**

Yleisten kirjastojen lisäksi tiede- ja korkeakoulukirjastoissa on tehty tulevaisuustyötä. Helsingin yliopiston kirjaston yhteydessä toimiva kansalliskirjasto julkaisi v. 2000 alussa kansalliskirjastostrategian vuosille 2000-2003 linjaamaan kirjaston tehtäviä paitsi tiedeyhteisön palvelutuottajana myös kansallisen kirjastoverkon voimavarana. Kansalliskirjastolla on jo entuudestaan ollut käytännön tehtäviä ja vastuita, jotka koskevat yleisiä kirjastoja. Nyt Opetusministeriö on kirjastopoliittisen ohjelman pohjalta nimennyt työryhmän selvittämään ja tarkistamaan kansalliskirjaston toimialaa niin, että se käsittäisi myös yleiset kirjastot, ammattikorkeakoulu- ja erikoiskirjastot.

### **Kirjastojen rahoitushaasteet**

Vaikka suomalainen kirjastolaitos on kansainvälisesti katsoen edelleen kohtalaisen hyvin rahoitettu instituutio, on rahoituksen reaalin taso pienentynyt huolestuttavasti 1990-luvusta.

Voimakkaimmin on leikattu aineistohankintaan ja erityisesti kirjoihin käytettyä rahamäärää.

Reaaliset kehitysprosentit (yleiset kirjastot) 1991-2001.

Kokonaismenot	– 5 %,
Aineistomenot	–27 %,
Kirjahankinnat	–34 %

Valtion rahoitusosuus kirjastoille on pienentynyt vuoden 1993 59 %:sta 38 %:iin vuonna 2001.

Ilman kirjastojen toiminnan vahvaa tehostamista olisi ajautettu tilanteeseen, jossa kirjastopalvelujen laatu olisi käyttäjien silmissä, jollei aivan romahtanut niin ainakin heikentynyt voimakkaasti. Tehostamisen keinoina ovat olleet kirjastoautomaatio, henkilökunnan venyminen ja itsepalvelun lisääntyminen mm. internet-pohjaisilla palveluratkaisuilla. Reaalisen rahoituksen vähenemisestä huolimatta yleiset kirjastot ovat kyenneet luomaan uusia palveluja, jotka tukeutuvat tietoverkon mahdollisuuksiin ja kirjastojen hankkimisiin valmiuksiin verkkoteknologian hyödyntämisessä. Silti on nähtävissä, että suomalaisen kirjastolaitoksen kansainvälinen kärkiasema innovaattorina ja edelläkävijänä on uhanalainen.

Kirjastopoliittisessa ohjelmassa arvioitiin, kuinka paljon lisärahaa tarvittaisiin, jotta rahoitus nousisi tietoyhteiskunnan tarpeita vastaavalle tasolle. Esitetty määrärahojen lisäys oli n. 568 mmk. Ammattihenkilöstön lisäys ja palkkatason korjaus edustivat laskelmassa pääosaa eli 420 mmk, niiden lisäksi lisäyksiä edellytettiin aineistoihin 74 mmk ja atk-laitteistoihin 54 mmk. On kaikkisyy pitää kyseiset tavoitteet voimassa ja työskennellä niiden eteen. Kun julkistalouden kokonaisrahoituksen kehitys ja sen sisällä tarpeiden priorisointi eivät anna aiheetta suureen optimismiin kirjastolaitoksen tavoitteiden saavuttamisessa, on kirjastojen mietittävä muitakin keinoja.

Tämä selvitys pyrkii osaltaan avaamaan keskustelua kirjastojen osaamisen ja resurssien hyödyntämiseksi ja rahoituksen lisäämiseksi kaupallisesti tuotettavien maksullisten palvelujen avulla. Perimmäisenä pontimena on kuitenkin kirjastojen tuottamien palvelujen tuotteistaminen ja kehityksen vauhdittaminen, jotta palvelujen kohderyhmien eli kirjaston asiakkaiden tarpeet voidaan entistä paremmin tyydyttää.

## ***Selvityksen tavoitteet***

Selvityksen tavoitteena on tunnistaa ja alustavasti tuotteistaa palveluja, jotka tuottavat kirjastojen määritellyille asiakasryhmille sellaisia etuja, joista kyseiset asiakkaat ovat valmiit maksamaan. Selvityksen talousvaikutusten tähtäyspisteenä on sellainen palvelumyynnistä saatava tulo- ja tulostaso, että sillä on merkitystä kirjastojen rahoitukseen.

Selvityksen tekemistä ohjanneet avainasiat ovat

- kaupallinen tuotteistaminen
- mahdolliset asiakasryhmät
- verkon käyttö, verkottuminen
- maksullisuus - rahoitus
- asiakaslähtöinen kehittäminen

## ***Selvityksen tehtävät, resurssit ja aikataulu***

### **Tehtäväluettelo**

Selvityksen tehtävänä on

- kartoittaa lyhyesti kirjastojen palvelujen ja tuotteistamisen nykytilanne



- kartoittaa nykyisten kirjastopalvelujen asiakkaat
- arvioida maksullisten palvelujen markkinoita, potentiaalisia asiakkaita ja kilpailutilannetta
- määrittellä palvelujen pohjaksi kirjastojen tuotekomponentteja
- ideoida ja tuotteistaa uusia palveluja
- selvittää maksullisten palvelujen tuotantoon ja resursointiin liittyviä näkökohtia
- kartoittaa peruspalvelujen ja maksullisten palvelujen suhdetta
- pohtia tiedottamista, markkinointia ja myyntiä
- pohtia ansaintalogiikkaa ja laatia kannattavuuslaskelmia
- laatia suosituksia asian jatkotoimenpiteitä varten

Selvityksen lähdeaineistoina ovat

- kirjastopoliittinen ohjelma
- kansalliskirjastostrategia
- haastattelut (ks. luettelo liitteenä)
- kirjastoalan julkaisut
- kirjastoalaa koskeva verkkomateriaali

## Selvityksen resurssit

Isäntäorganisaatio Helsingin kaupunginkirjasto – yleisten kirjastojen keskuskirjasto ja tilaaja  
Opetusministeriö – digitaalinen tietohuolto

Selvityksen laatijat ovat

yhteiskuntatieteiden maisteri Tuula Haavisto  
ekonomi Tuomo Suomalainen  
toimitusjohtaja Juha Vuori-Karvia

## Tehtävän rajaaminen

Selvityksen ulkopuolella on pääosin tai kokonaan rajattu

- maksullisuus kirjastopoliittisena kysymyksenä
- julkisyhteisöjen resursseilla tapahtuvaan liiketoimintaan liittyvät juridiset kysymykset, kunnan/valtion yritystoimintaan liittyvät säännökset
- kirjastoaineistojen hyödyntämisen tekijänoikeudelliset erityiskysymykset

## Aikataulu

Hakemus opetusministeriölle 5.2.2002

Opetusministeriön päätös selvityksen tekemiseen Digitaalinen tietohuolto-varoista 15.3.2002

Väliraportti Helsingin kaupunginkirjastolle 30.4.2002

Haastattelut, selvityksen työstäminen

Esittely Helsingin kaupunginkirjastolle 22.8.2002

Raportin alustava esittely 30.8.2002 opetusministeriön kirjastostrategia-päivänä Tuula Haavisto

Loppuraportti Helsingin kaupunginkirjastolle ja OPM:lle 16.9.2002

## KIRJASTOJEN PALVELUJEN NYKYTILANNE

### *Yleiset kirjastot*

#### **Kirjastolaki ja maksuttomuusperiaate**

Yleisten kirjastojen palvelut ovat Suomessa perinteisesti maksuttomia. Niin kansalaisten kuin kirjastoväen enemmistön kanta peruspalvelujen maksullisuuteen on kielteinen.

Vuonna 1999 voimaan astunut kirjastolaki säättää kirjastojen kokoelmien käytön kirjastoissa ja lainauksen maksuttomaksi. Samoin yleisten kirjastojen keskuskirjaston ja maakuntakirjastojen kaukolainat kirjastoille ovat maksuttomia. Muista kirjaston suoritteista voidaan periä maksu, joka on niiden omakustannusarvoa vastaava. **Erityisistä syistä voidaan maksu, joka muuten olisi omakustannusarvon mukainen, määrätä tätä korkeammaksi.** Tämän kirjastolain säännöksen pohjalta myös liiketaloudelliseen tulokseen tähtävien maksullisten palvelujen tarjoaminen lienee mahdollista.

#### **Nykyiset tuotteet/tuoteryhmät ja niiden käyttö**

Työryhmä joutui työnsä eri vaiheissa toteamaan, että kirjastojen toimintojen tuotteistaminen on toistaiseksi kesken. Kaupallisten tuotteiden perusteellisen pohtimisen edellytys on, että muu tuotteistaminen on käyty läpi. Raportissa voitiin kuitenkin hyödyntää sitä työtä mitä on jo tehty, kuten Helsingin kaupunginkirjaston Toimintolaskentaraportti vuodelta 2001.

#### **Laina**

Yleisten kirjastojen perinteinen ja käytetyin palvelu on aineiston lainaus. Vaikka kirjalainauksen osuus 103 miljoonan kappaleen kokonaislainauksesta on laskenut, se edustaa edelleen (v. 2001) 76 milj. lainaa eli n.  $\frac{3}{4}$  ja muun aineiston lainaus on 26 milj. eli n.  $\frac{1}{4}$ .

Kaukolainaa voidaan käyttää, kun aineisto ei ole saatavissa paikallisesta kirjastosta. Kaukolainaus on säädetty yleisten kirjastojen keskuskirjaston ja maakuntakirjastojen tehtäväksi. Tilastoitujen kaukolainojen osuus on varsin pieni, alle 0,3 milj. lainaa/vuosi. Kaukolainojen määrässä ei ole viime vuosina ollut merkittävää muutosta.

#### **Aineiston käyttö kirjastossa, lukusalipalvelut**

Aineiston käyttö kirjastossa eli lukusalitoiminta edustaa varsin merkittävää osaa kirjastopalveluista, mutta siitä ei ole saatavissa tarkkaa tilastotietoa. Kun kirjaston käyttäjiä on selvitysten mukaan 70-80 % kansalaisista eli 3,5-4 milj., joista rekisteröityjä lainaajia on 2,4 milj., voidaan arvioida että lukusali- yms. palveluja käyttäviä kansalaisia olisi lainauspalveluja käyttävien lisäksi väh. 1 milj. henkilöä.

#### **Tietopalvelut**

Tietopalvelua on asiakkaalle tuotettu mahdollisuus omatoimiseen tai avustettuun tiedonhankintaan ja siihen liittyvä henkilökohtainen neuvonta. Tietopalvelun taustatyötä on mm. luettelointi, sisällönkuvailu ja aineiston järjestäminen. Tietopalvelua käytetään pääosin aineiston tai sisällön löytämiseen - paikallistamiseen ja käyttöön saamiseen. Tietopalvelujen merkitys kirjastotyössä on kasvamassa.

Tietopalveluista verkkopalvelut (www-palvelut) ovat viime vuosina kasvaneet voimakkaasti. Osa yleisten kirjastojen tarjoamista viite- ja sisältötietokannoista on käytettävissä vain kirjastossa sijaitsevilta päätelaitteilta. Kirjastotilastoon kirjattiin v. 2001 n. 30 milj. verkkokäyntiä, mutta tilastointi ei ole läheskään kattavaa.

### **Tilojen ja välineiden tarjoaminen käyttöön**

Yleiset kirjastot tarjoavat tilojaan ja tietotekniikkalaitteitaan myös varsinaisen kirjastopalvelun ulkopuoliseen käyttöön, sekä maksuttomasti että maksullisesti. Tiloja annetaan tai vuokrataan kulttuuritapahtumiin, kokouksiin, näyttelyihin jne. Vastaavasti kirjastojen tietotekniikkalaitteita käytetään esimerkiksi sähköpostipalveluihin tai vaikkapa pankkipalvelujen tavoittamiseen. Kattavaa valtakunnallista tilastointia ei ole käytettävissä.

## **Palvelujen käyttö ja tunnettuus**

### **Käyttäjryhmät ja käyttömäärät**

Kirjaston käyttäjäryhmä- tai käyttäjäkohtaisia tietoja ei tietosuojasyistä tilastoida. Mm. lainaustapahtumia koskevat tiedot poistetaan järjestelmistä sen jälkeen kun niitä ei tarvita lainausvalvontaan. Kirjaston asiakkaiden taustatietoja ei myöskään rekisteröidä.

Helsingin kaupunginkirjastosta oli kuitenkin saatavissa tietoa kirjastokortin haltijoista seuraavasti:

helsinkiläisistä 45 % lainaa kirjoja (omistaa kirjastokortin)

10-14 vuotiaista 68 % :lla on kirjastokortti

10-29 vuotiaista 60 %:lla

yli 50 vuotiaista vain kolmanneksella

Valtakunnallisesti lainaajien kokonaismäärä n. 2,4 milj. lainaajaa eli n. 47 % väestöstä (tilastot 2001). Kirjaston käyttäjiksi on selvityksissä arvioitu 70-80 % kansalaisista eli 3,5-4,0 milj. kansalaista.

Kokoelmat	40,5 milj. kpl
Kokoelmista kirjoja	36 milj. kpl
Käynnit	64 milj. kpl
Lainaus	103 milj. kpl
Verkkokäynnit	30 milj.
Lainoja/kansalainen	20,1
Lainoja/kirjaston käyttäjä	42

### **Yleisten kirjastojen rahoitus**

Menolaji	Vuonna 2001 mmk	Vuonna 2001 m€
Henkilöstö	732	123
Aineisto	215	36
Muut käyttömenot	376	63
Käyttömenot 2001 yhteensä	1 324	223
Käyttömenobudjetit 2002	1 377	231

Kirjastojen vuosikertomuksista saatujen tietojen pohjalta voidaan arvioida, että kirjastomenoista katetaan kaikkineen vajaat 10 % erilaisilla ulkopuolisilla tuotoilla ja varausmaksut ja sakot edustavat arviolta 3-4 % osuutta käyttömenoista.

Erilaiset tulot (arvio)	130 mmk (10 % menoista)
Sakot ja varausmaksut (arvio)	40-50 mmk (3-4 % menoista)

## **Korkeakoulukirjastot**

### **Kansalliskirjasto**

Helsingin yliopiston kirjaston tehtävänä kansalliskirjastona on palvella maassa suoritettavaa tutkimustyötä, opetusta, opiskelua ja muita tiedon tarvisijoita. Ensisijaisia käyttäjiä ovat siten opiskelijat, tutkijat ja yliopistojen opettajat. Edellä mainitun tehtävän lisäksi kansalliskirjasto toimii tieteellisten kirjastojen valtakunnallisena palvelu- ja kehittämissyksikkönä sekä huolehtii kotimaisen ja kansainvälisen yhteistoiminnan edistämisestä.

Kansalliskirjaston ydintehtävän määrittely antaa mahdollisuuden palvella myös muita tiedon tarvisijoita, esim. tässä selvityksessä jäljempänä mainittuja ryhmiä.

Kuten edellä todettiin, Opetusministeriö on nimennyt työryhmän tarkistamaan kansalliskirjaston toimialaa niin, että se käsittäisi myös yleiset kirjastot, ammattikorkeakoulujen kirjastot ja erikoiskirjastot ja selvittämään tarvittavat säädösmuutokset ja rahoitusjärjestelyt.

### **Yliopistokirjastot**

Yliopistojen ja korkeakoulujen kirjastojen ensisijaisia käyttäjiä ovat kyseisissä yhteisöissä opiskelua, opetusta ja tutkimusta harjoittavat henkilöt. Pohjoismaisen käytännön mukaan kirjastojen aineistot ovat, kuten Helsingin yliopistossakin, myös muiden tarvisijoiden käytettävissä. Valtion maksupalveluasetuksen seurauksena yliopistokirjastoissa on kuitenkin enemmän käyttäjämaksuja kuin yleisissä kirjastoissa.

### **Ammattikorkeakoulukirjastot**

Suomen korkeakoululaitos muodostuu yliopistoista ja ammattikorkeakouluista. Ammattikorkeakouluopinnot suuntautuvat yliopisto-opintoja käytännöllisemmin työelämän ja ammattien tarpeisiin. Ammattikorkeakouluja on 30 ja niissä on aloituspaikkoja yli 24 000 eli yli kolmannes ikäluokasta. Ammattikorkeakoulujen ohjaussäännöksissä on määritelty kirjastopalveluihin käytettävä määräraha, väh. 3-5 % kokonaismäärärahoista.

Ammattikorkeakoulujen kirjastoilla on mahdollisuus (optio) käyttää yliopistokirjastojen Voyager-tietojärjestelmää eli integroitua tekniikan osalta yliopistokirjastoihin.

### **Erikoiskirjastot**

Jatkossa yhteistyökandidaatti, standardit edellytyksenä.

### **Käyttäjryhmät ja käyttömäärät**

Korkeakoulukirjastojen ja erikoiskirjastojen menot, käyttö ja kokoelmat v. 2000 olivat seuraavat:

Kirjasto	Käyttömenot mmk	Lainaus milj. kpl	Kokoelmat milj. kpl
Yliopistokirjastot	364	10,4	19,1
Ammattikorkeakoulu- kirjastot	110	3,4	2,1
Erikoiskirjastot	62	0,5	25,0 (sis. patenttikirjaston 20,0)
Yhteensä	536	14,3	46,3

## Rahoitus

Käyttömenot yhteensä 536 mmk rahoitetaan pääosin valtion varoista (yliopisto-, ammattikorkeakoulu- ja erikoiskirjastojen tilasto 2000).

Yliopistokirjastojen tilasto 2000 kertoo, että ulkopuolinen rahoitus on 364 mmk:n kokonaismenoista n. 20 % ja maksullisten palvelujen tuotot n. 7 % eli 26 mmk.

## *Kirjastojen osaamisperusta ja hyödyntämätön osaaminen*

Suomen kirjastolaitoksen vahvuuksia on alan henkilöstön korkeatasoinen koulutus.

Kirjastoautomaatio on osaltaan mahdollistanut koulutetun ammattihenkilöstön osaamisen entistä laajemman hyödyntämisen kirjastopalvelujen ydinalueille eli asiakkaiden tiedonhankinnan ratkaisujen kehittämiseen ja tuottamiseen. Silti koulutuksen tasoon nähden rutiininomaisia tehtäviä on runsaasti jäljellä. Tämä koskee erityisesti yleisiä kirjastoja. Esim. itsepalvelu aineiston lainaus- ja palautustoiminnoissa ei ole noussut niin yleiseksi kuin olisi mahdollista. Syitä ovat mm. itsepalvelujärjestelmien epävarmuus, epästandardisuus ja myös henkilöstön epäluuloisuus itsepalvelua tai sen vaikutuksia kohtaan.

Kirjastoissa voidaan itsepalvelun, keskitettyjen tuotannollisten palvelujen suuremman hyödyntämisen, yhteistyön ja työnjaon keinoin edelleen vapauttaa osaamista ydintehtäviin, joita ovat suoraan asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen tähtäävät tehtävät, niiden joukossa tarvittaessa myös maksullisten tieto- ym. palvelujen tuottaminen.

## MAKSULLISTEN PALVELUJEN KÄYNNISTÄMISEN EDELLYTYKSIÄ

Kirjastojen maksullisia palveluja suunniteltaessa hankkeelle on kohdistettava konkreettiset tavoitteet. Niiden perusteella voidaan määrittää tarvittavien resurssien (organisaation, järjestelmien ja pääomituksen) muoto, määrä ja laatu. Rahaa kulkee jo tänä päivänä asiakkailta kirjastoon: myöhästymissakot, varausmaksut, kuljetusmaksut jne. Tämä johtuu kirjastojen tarpeesta tehostaa kokoelmien käyttöä ja lisätä omarahoitusosuutta hinnoittelemalla palveluja kustannusaiheutusperiaatteen mukaan. Tämä tulojen kerryttäminen ei kuitenkaan ole vielä liiketoimintaa, joka tuottaisi maksulliset palvelut. Siihen vaaditaan oma liikeideansa. Seuraavassa tarkastellaan tietopalveluliiketoiminnan edellytyksiä.

### Asiakkuus lähtökohtana

Julkinen sektori on ottanut käyttöönsä liike-elämän ilmaisuja onnistuen tässä vaihtelevasti. Vakavia väärin ymmärryksiä, ilmeisesti jokapaikan konsulttien käynnin seurauksena, on asiakas-sanan ja sen johdannaisten käytössä. Poliisi puhuu rikollisista ja rikkomuksentekijöistä asiakkainaan. Poliisin todellisia asiakkaita ovat tietenkin oikeusvaltion kansalaiset ja yhteisöt, jotka odottavat verorahansa vastineeksi turvallisuutta ja yleistä lakien noudattamisen valvontaa. Toiminnan suunnittelun perustana on asiakkaan oikea määrittely. Tämä itsestäänselvyys vaikeutuu huomattavasti siirryttäessä yksilöstä ryhmätasolle, siis asiakassegmenttiin.

Kirjastoissa puhutaan paljon asiakkaista ja asiakaspalvelusta. Toimintaa pyritään kehittämään asiakasta kuullen. Asiakaslähtöisen tietopalvelun suunnittelu on vaikeaa henkilökohtaisessa vuorovaikutustilanteessakin, koska kirjastotyöntekijä ei tiedä asiakkaan tarpeita eikä vastaaja aina osaa ilmaista täsmällisesti odotuksiaan. Hän ei liioin tunne kirjaston tarjoamia mahdollisuuksia. Maksuton palvelu ohjaa helposti asiakkaan palautetta todellista myönteisemmäksi, koska palvelulle ei aseteta samoja vaatimuksia kuin kaupallisessa tilanteessa. Asiakas voi suurpiirteisesti sivuuttaa vastikkeettomasti saadun palvelun puutteet, vaikka odotukset eivät täysin toteutuisikaan. Edellä mainitun lisäksi vaativuutta lisää se, että asiakas on osallisena palvelun tuottamisessa. Emme tunne hänen edellytyksiään käyttää hyväkseen saamaansa tietoa. Tuote on täyttänyt tehtävänsä kun asiakas on tyytyväinen.

### Palvelun kehittäminen ja kilpailutekijöiden merkitys

Kirja-alan yritysکوhtaisissa selvityksissä pohjoismaissa ja USA:ssa on havaittu palvelutuotteen koostuvan useista tekijöistä. Valitessaan keskenään kilpailevien yritysten välillä asiakas asettaa nämä tekijät seuraavaan tärkeysjärjestykseen:

1. Valikoiman laajuus (saatavuus)
2. Toiminnan luotettavuus
3. Toiminnan nopeus
4. Asiakaspalvelu
5. Miljöö
6. (Hinta)

Tärkein on asiakasta kiinnostavan aihealueen kuvaus ja nimekkeiden saatavuus joko omasta tai muusta kirjastosta tai onko se ostettavissa kirjakaupan toimittamana (Tanskan bestillings-knap eli ostonappi).

Toiminnan luotettavuus on seuraava. tärkeysjärjestyksessä. Käytännössä se tarkoittaa että annetut lupaukset pidetään, oli sitten kysymys varatun aineiston toimitusajasta tai maksuliikenteen turvallisuudesta virtuaaliyhteydessä.

Nopeuden merkitys kilpailutekijänä on kasvanut. Asiakas on malttamattomampi kuin aiemmin ja palvelun tuottajan on toimittava kilpailijaa nopeammin.

Asiakaspalvelu määritetään helposti kasvojen päälle liimatun hymyn kaltaiseksi pinnallisuudeksi tai huonosta kirjojen esittelytekniikasta johtuvaksi ojentamispalveluksi. Kumpikaan ei tuota aitoa lisäarvoa. Hyvää asiakaspalvelua voidaan kehittää seuraamalla oleellisia tekijöitä. Kuinka monta kertaa puhelin saa soida ennen vastaamista, kuinka monta asiakasta jonottaa, onko tietojärjestelmän käyttöliittymä asiakasystävällinen, onko valikoiman esittely tarkoituksenmukainen asiakkaan kannalta. Näihin tekijöihin keskittyviä palvelusitoumuksia on kirjastoissa jo alettukin tehdä, esimerkkinä Hameenlinna ja Turku. Itsepalvelu ei ole palvelun vastakohta, vaan useimmiten nostaa asiakkaan kokemaa palvelun tasoa.

Miljööseen, fyysiseen tai virtuaaliseen pätee sama kuin muuallakin: oikea tunnelma ja viihtyisyys saavat asiakkaan mielellään viipymään. Mitä kauemmin sen parempi.

Palvelujen kysyntään hinnalla on vähemmän merkitystä jos muut kilpailutekijät ovat kohdallaan, mutta jos jokin niistä ontuu, hinnan merkitys korostuu suhteettomasti.

## **Perinteestä uuteen työnjakoon**

Kirjastopalvelujen maksuttomuus on asiakkaiden odotuksiin lujasti kiinnittynyt traditio. Asiakkaat ovat kokeneet yhtä luonnollisena kirjastojen palvelujen maksuttomuuden ulottuvan myös uusimpiin tietotekniikan sovellutuksiin. Osa kirjaston vaativista aktiivikäyttäjistä on oppinut omatoimisesti koostamaan tarvitsemansa mediavalikoiman tietokantoja tutkimalla. Tarvitessaan asiakas saa yksilöllistä tietopalvelua hyödyntämällä kirjaston henkilöstön ammattitaitoa. Yhä useammat asiakkaat pätevöityvät roolissaan ja löytävät itse etsimänsä niin virtuaali- kuin fyysisistä kokoelmistakin. Tosin kokoelmien varastointisystematiikka on edelleen vieras asiakkaan tarpeiden ja omatoimisuuden kannalta, ja johtaa henkilöstön käyttöön toissijaisissa tehtävissä.

Suuri ongelma on kuitenkin edelleen se, että kirjastoihin koottu henkinen pääoma tuottaa heikommin kuin voisi: resurssit eivät riitä sisältöjen ja niiden jäljittämispalvelujen tunnetuksi tekemiseksi eli kirjastojen potentiaalista ei saada ulos läheskään niin paljon hyötyä, iloa ja oppimista kuin voitaisiin.

Koulutetun kirjastoammattilaisen ei pidä toimia ojentamispalvelussa. Sen aika on ohi. Osaaminen tarvitaan vaativampiin tehtäviin. Tämä käy yksiin mm. Kirjastopoliittisen ohjelman 2002-2004 kanssa, jossa kirjasto palvelee maksuttomilla peruspalveluilla lähiyhteisön tarpeita tietopalvelukeskuksena ja on maanlaajuisesti verkottuneena kansallisen tietohuollon kivijalka. Tähän eivät voimavarat riitä, jollei koulutettua, tietopalveluun pystyvää henkilöstöä vapaudu vaativampiin tehtäviin ja asiakkaat pääse parempaan itsepalveluun.

Kirjastojen juuret ovat vapaan sivistystyön kentässä, jota on vahvasti leimannut tehtävä olla osana kansallista kulttuuritarjontaa ja tuottaa aikuisväestölle yleissivistäviä opintoja ilman tiukkaa taloudellista hyödyn tavoittelua, verrattuna vaikkapa ammatillisiin aikuisopintoihin. Periaatteisiin kuuluu tasa-arvon kunnioittaminen ja palvelun tarjoaminen riippumatta asiakkaan varallisuudesta, sosiaalisesta asemasta, iästä tai asuinpaikasta.

Perinne asettaa kirjastolle suuria vaatimuksia: tuottaa osalle käyttäjistä tietopalvelua, joka edellyttää erityistä osaamista, runsasta ajallista panosta ja samanaikaisesti huolehtimista laajalle asiakaskunnalle tarkoitetun toiminnan ajanmukaisuudesta.

Erityisen ongelmallista on sovittaa tähän yhtälöön palvelujen maksullisuus, saati sitten liiketoimintaa. Kirjastotyöntekijöiden yhteisökulttuuriset asenteet ja asiakkaiden todennäköiset reaktiot maksullisuuteen ovat vähintäänkin varautuneet, jollei suorastaan kielteiset.

Menestyvän kaupallisen toiminnan tarkoituksena on tyydyttää mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita. Liikeideaksi ei siis kelpaa rahan tekeminen, siinä eivät asiakkaat eivätkä kirjastot halua olla mukana. Sen sijaan kun tuote miellyttää asiakasta ja vastaa aitoon tarpeeseen, syntyy tulostakin.

Uusien palvelujen tuottaminen kirjastojen asiakkaille on ajankohtaista. Taloudelliset odotukset ja voimavarojen kohdentamisvaatimukset suppeille ryhmille ovat ristiriidassa kirjastojen toimintaperiaatteiden kanssa. Siksi uutta toimintaa suunniteltaessa on kiinnitettävä erityinen huomio organisaation rakenteeseen, kirjastojen tuotantorooliin ja kompensatiomalliin.

Kirjastoalan keskusteluissa jonkin verran myönteistä vastakaikua on saanut maksujen periminen henkilökohtaista lisäarvoa tuottavista palveluista (esim. lainojen puhelinuusinta).

## **Maksullisen palvelun uudet velvoitteet**

Yleisten kirjastojen toimintatapa on asiakkaan kannalta luottamusta herättävä. Se johtuu aikaisemmin käsitellystä perinteestä ja ammatti-ihmisten eetoksesta. Kaupallinen toiminta luo lisävaatimukset mm. kuluttaja-, kilpailu- ja tuotevastuulainsäädännön asetuksien määräämänä. Viime aikoina on keskusteltu julkisilla varoilla rahoitettujen yhteisöjen (tielaitos, ilmatieteen palvelut ja yleisradiotoiminta) epäterveistä hinnoitteluperiaatteista vapailla markkinoilla ja sen haitallisista vaikutuksista kilpailuun. Vaikka nyt kaavailulla palvelulla ei vielä ole suoranaista kilpailua, on tähän kysymykseen syytä varautua. Yksi syy lisää pitää kirjastojen kaupallinen toiminta erillään omana yksikkönään.

## **Asiakkaan hyötyodotukset**

Kaupallinen vastuusuhte asiakkaaseen, kun julkiset velvoitteet on jo täytetty, tarkoittaa kilpailijoita suurempaa kiinnostavuutta. Lisäksi asiakas odottaa saavansa hyötyä vastikkeeksi panoksestaan, joka on perittävän palvelumaksun lisäksi asiakkaan käyttämä aika ja mahdollinen median hankintameno. Kuluttaja-asiakas odottaa median

- virkistävän ja tarjoavan viihteen ja ajanvieron elämyksiä
- kehittävän ja innostavan harrastajaa mielenkiintonsa alueella
- auttavan ammatillisessa osaamisessa ja etenemisessä
- auttavan ihmisenä kasvamisessa

Asiakas ostaa tietotaitoa, jonka avulla hän voi keskittyä oman tavoitteensa toteuttamiseen. Palvelun perustana ovat seuraavat ominaisuudet:

- vaivattomuus (mukavuus, helppous)
- luotettavuus (viitteet ovat asiakkaan kannalta tarkoituksenmukaisia)
- nopeus (aika on keskeinen kilpailutekijä; saatavuus)



## **Palvelun laadun merkitys**

Brandi on lupaus palvelun yllätyksettömästä ja tasaisesta laadusta. Tähän perustuu asiakasuskollisuus. Älä yllätä asiakasta muuten kuin myönteisesti. Asiakas ei luonnollisestikaan ole aina oikeassa, mutta hän on aina asiakas. Kuka sitten määrittää luotettavasti tuotetun palvelun laadun? Vain asiakas. Tarkoituksenmukaisesta laadusta asiakas maksaa, mutta ylilaadun kustannus jää palvelun tuottajan tappioksi.

Lisäarvopalvelussa on tuottajan valittava asiakkaansa. Luotettavuuden kannalta on välttämätöntä ainakin aluksi keskittyä perinpohjin muutamaa aihealueeseen ja asiakasryhmään. Siten varmistetaan pätevyys ja luodaan markkinointia palveleva tunnettuus. Periaatteena on tuottaa yksilöllistä palvelua joukkotuotannon eduin.

## ***Maksuttomien ja maksullisten palvelujen suhde***

Maksuttomien peruspalvelujen ja maksullisten palvelujen suhde ei ole ongelmaton. Tavoitteena on saada aikaan asiakkaan kannalta tarkoituksenmukainen palvelukokonaisuus, joka hyödyntää samoja resursseja. Palvelujen keskinäisen työnjaon on oltava selkeä myös pidemmällä jäniteellä. Erityisesti on varmistettava, etteivät kirjastojen maksuttomat peruspalvelut jää vähemmälle huomiolle ja menetä vaativien asiakkaiden kiinnostusta. Uhkana on myös, että julkisen sektorin taloudelliset tarpeet houkuttavat päätöksentekijöitä kiinnostumaan peruspalvelujen osittaisesta maksullisuudesta. Tämä olisi erittäin vahingollista. Maamme yleisten kirjastojen kansainvälisesti huipputason suorite on kansallinen kilpailuetu, jonka on kehityttävä koko ajan. Lisäksi maksullisten palvelujen kysyntä, tarpeellisuus sekä tuottamisen edellytykset perustuvat hyvin hoidettuun ja laajalti käytettyyn kirjastojen palveluun. Maksulliset palvelut jatkavat eri tavoin räätälöidyillä eli henkilökohtaistetuilla palveluilla siitä, mihin yleiset kirjastot taloudellisten resurssien ja säästöjen puitteissa yltyvät.

Peruspalvelua ja maksullisia lisäarvopalveluja voi verrata katon ja lattian suhteeseen. Niiden on kehityttävä yhdensuuntaisesti. Muuten kirjasto, yhteinen olohuoneemme, voi käydä ahtaaksi tai se hajoaa, jos kehitys kulkee eri tahtiin.

Maksullisten palvelujen toimintatavan on oltava selkeästi omailmeinen. Sen on erotuttava peruspalveluista ja luotava omat laatuodotukset. Ongelmallista keskinäiselle suhteelle on, jos maksulliset palvelut eivät pysty nopeasti pääsemään omalle toiminta-alueelleen. Tällöin syntyvä kilpailutilanne ei palvele ketään. Parhaimmillaan suhde on ammatillisesti haastava - jopa kirittävä. Maksulliset palvelut voivat rakenteensa ansiosta olla nopeita ja joustavia päätöksenteossa. Esimerkiksi IT-innovaatiot voidaan ottaa käyttöön varhaisessa vaiheessa ja saadut kokemukset voidaan siirtää peruspalvelujen käyttöön. Vastaavasti voivat kirjastojen peruspalvelut tarjota maan kattavaa verkkoa ja volyymia yhteiseen kilpailuetuvarantoon.

Yleisten kirjastojen henkilöstö on korkeatasoista ja koulutettua. Maksullisten palvelujen menestymisen edellytyksenä on yhteistyö sen kanssa.

Oleennaista maksullisten ja peruspalvelujen välisissä suhteissa on sopia

- työnjaosta
- kuinka yleisten kirjastojen ammattitaitoinen henkilöstö on uuden maksullisen palvelun käytettävissä
- viitetietokannoista ja
- tiedostojen ja kokoelmien käytöstä.

## Perustoiminnon ja maksullisen palvelun työskentelymalli – käytännön esimerkki

Suomalaisen kirjallisuuden seura (SKS), kuten monet tieteelliset yhteisöt, koki ongelmaksi kustanteiden levittämisen jäsenistön ulkopuolelle. Julkaisut olivat sisällöltään akateemisen maailman korkeaa tasoa, mutta olisivat myös hyvin sopineet laajojen lukijaryhmien käsiin. Siksi yhteydenpitoa kirjakauppaan lisättiin ja kansia suunniteltiin kiinnostavammiksi. Yritettiin tyydyttää kahden varsin erilaisen markkinan tarpeita samalla kustanteella. Tulokset olivat odotuksiin nähden vaatimattomia. Toimiva ratkaisu löytyi hyödyntämällä seuran vahvaa sisältöosaamista kustantamalla samojen tekijöiden avulla populaarijulkaisuja, jotka ottavat huomioon jakelutien vaatimukset hinnoittelussa, myynninedistämässä, kirjojen ulkoasussa eikä vähiten täyttämällä eri lukijaryhmien odotukset aiheen valinnassa. Lisäksi periaatteena oli, ettei sisällön laadusta nytkään tingitä. Näin SKS:sta kehittyi kiinnostava, omaprofiilinen kustantaja, joka hyödyntää osaamistaan myös kirjakauppajakelutiellä ja samalla hoitaa tiedejulkaisijan tehtävänsä.

## MAKSULLISTEN PALVELUJEN MARKKINAT JA ASIAKKAAT

### Tarvelähtöisyys periaatteena

Kirjaston käyttäjän perimmäinen tarve on saada käyttöönsä tieto tai muu kulttuurinen sisältö. Tiedon tarve, kysyntä ja käyttö painottuu yleisesti uusimpiin julkaisuihin. Sama ilmiö näkyy myös kaunokirjallisuuden puolella, jossa kysynnän volyymi kohdistuu uutuuksiin, osin markkinoinnin voimasta johtuen. Suosituimpien julkaisujen/kirjojen varausjonot ovat monesti kohtuuttoman pitkät ja tilanne on kirjaston palvelukuvan kannalta ongelmallinen. Ongelmaa ei voi ratkoa ostamalla kysytyimpiä nimekkeitä suuria määriä, koska kysyntä alenee nopeasti ja lisäkappaleisiin käytetty raha on poissa valikoimista. Silti asiakkaiden tarve pitäisi tyydyttää joka hetki parhaalla mahdollisella tavalla. Olisiko asiakkaiden tarve tyydytettävissä yhteistyöllä kaupallisten toimijoiden kanssa?

Kaupalliset toimijat eivät vielä nykyään kykene tarjoamaan ratkaisuja vanhemman aineiston kysyntään. Kirjan kaupallinen elinkaari on lyhyt. Niin kustantajat kuin kirjakauppiaatkin pyrkivät optimoimaan painosmäärät ja minimoimaan varmuusvarastot. Print-On-Demand ei vielä tällä hetkellä tarjoa ratkaisua tarvitsijalle. Kirjastot sen sijaan kykenevät. Myös 1990-luvulla syntyneet kirjastokohtaiset kokoelma-aukot voidaan paikata kirjastojen yhteisillä palveluratkaisuilla tarvitsijoiden parhaaksi.

### Ulkomaiset mallit

Kansainvälisesti katsoen maksulliset kirjastopalvelut ovat toistaiseksi harvinaisia. Länsi-Euroopassa ehkä tunnetuin – ja kirjastoammattilaisten laajasti paheksuma - on hollantilaisten ratkaisu, joissa kirjaston käyttäjiltä peritään vuosimaksu. Sielläkin erityisryhmiä voidaan vapauttaa vuosimaksusta. Kirjastojen käyttö Hollannissa on Suomeen verrattuna huomattavasti vähäisempää, osasyys on arvioitu vuosimaksua.

Ruotsissa lainsäädäntö mahdollistaa maksun perimisen av-aineiston lainauksesta, mutta sitä ei juuri sovelleta.

Dansk Bibliotekscenter (DBC) kehittää kirjastojen asiakkaiden käyttöön ostonapin (bestillingsknap), jonka tarkoituksena on antaa kirjaston verkkosivuja ([www.bibliotek.dk](http://www.bibliotek.dk)) selaavalle asiakkaalle mahdollisuuden ostaa kirjoja ja muita medioita kirjakaupan valikoimasta. Asiakas saa yleiskuvauksen järjestelmään liittyneistä kirjakaupoista ja linkittyy sitten valitsemansa kirjakaupan järjestelmään. Kirjakauppa maksaa DBC:lle linkkioikeudesta. Tanskalaiset kirjakauppiaat ovat osoittaneet varovaista mielenkiintoa 2003 käynnistyvään testiin, neljä kirjakauppaa ilmoittautunut sitovasti syyskuuhun 2002 mennessä.

Englannissa on yksittäisiä hankkeita, joissa kirjasto tuottaa tietopalveluja yrityksille. konsultointiperiaatteella. Sikäläisten kirjastoammattilaisten mielestä ei ole erityistä aihetta käynnistää maksullisia palveluja, mutta jos niin tehdään, sen tulisi tapahtua erillisen yksikön toimintana.

Myös keskisen Itä-Euroopan maissa käytetään laajasti vuosimaksuja kirjastopalvelujen osarahoituksena.

Julkisen rahoituksen tukena mm. Yhdysvalloissa käytetään organisoituja varainkeräyssysteemeitä (säätiöt, kirjaston ystävät, tukijat yms.). Poliittisesti kirjastomaksut ovat kuitenkin voimakas tabu.

On todennäköistä, että uusien mediamuotojen tulo, niiden hinnoittelu ja julkisen sektorin rahoituksen trendit nostavat kirjastojen käyttäjiltä perittävät maksut keskusteluun ja harkintaan entistä yleisemmin niin meillä kuin muualla.

### ***Markkinoilla saatavilla olevat kirjastopalvelut***

Kirjastolaitoksen tarjoamien palvelujen rinnalla ei ole varsinaista kaupallista kirjastopalvelutarjontaa. Suurilla yrityksillä ja yhteisöillä on omia kirjastoja ja tiedonhankinnan ammattilaisia (informaatikot) tarvittavien palvelujen tuottamiseksi, mutta ne ovat vain yritysten omassa käytössä. On myös erikoistuneita palvelutuottajia, jotka tarjoavat tietopalveluita erikoistumisalueiltaan, esimerkiksi Observer (median ja julkisen tiedon seuranta), Esmerk mediaseuranta (Sanoma-WSOY), Talentum, Tilastokeskus, jne. Kansainvälinen tarjonta verkon välityksin on lisääntymässä.

Suomalaisen kirjastolaitoksen täyden hyödyntämisen esteitä ja ongelmia ovat mm.

- Asiakkaiden tiedon puute käytettävissä olevista mahdollisuuksista
- Ajan puute
- Aineistojen sisältötietojen puutteellisuus
- Tekniset esteet ja yhteensopimattomuus
- Käyttämisen monimutkaisuus
- Maantieteelliset etäisyydet
- Hallinnolliset rajat
- Halutun aineiston saatavuuden pullonkaulat

### ***Maksullisten kirjastopalvelujen kohderyhmät***

Pohdittaessa alueita ja palveluja, joille kirjasto voisi syventää toimintaansa tai laajentua, on erityisen huolellisesti tunnistettava osaamisen vahvuudet ja heikkoudet. Tämä pätee niin yksittäiseen kirjastoon kuin maan kattavaan osaamisverkostoonkin.

Alla olevassa ns. Bostonin matriisissa kuvataan toiminnan kasvumahdollisuuksia. Luontevin toiminnan laajentaminen tapahtuu tarjoamalla nykyisille asiakkaille uusia palveluja (ks. kuvio alla). Silloin ovat markkinoinnin kustannukset pienimmät. Asiakkaan luottamus on jo hankittu ja hänet tunnetaan muita paremmin. Houkuttelevaa, mutta arvaamattomampaa sekä myynnin että kustannusten kannalta on tarjota uusille asiakkaille nykyisiä tuotteita. Uusia tuotteita uusille asiakkaille on riskialtein ja kallein tie. Matriisin keskeinen viesti on, että kasvu tapahtuu luontevimmin nykyisen asiakaskunnan parissa, Muut kasvun mahdollisuudet edellyttävät vaiheittaista etenemistä valmiuksien kehittymisen tahdissa..

Yksityishenkilöiden lainaustoiminta ja sitä tukeva tietopalvelu edustavat nykyistä tuotetta nykyisille asiakkaille (1). Kotitalouden tietotarpeiden tyydyttäminen elämän eri tilanteissa edustaa uutta tuotetta nykyisille asiakkaille (2). Opettajille ja muille asiantuntijoille esim. tekniikan, juridiikan ja lääketieteen aloilla tehtävät viitehaut ja valikoiman koostaminen edustavat ruutua

nykyisiä tuotteita uusille asiakkaille (3). Informaatikon toimen hoitaminen yrityksen tai muun yhteisön ulkoistamana palveluna on uusi tuote uusille asiakkaille (4).

<b>Tuote- markkinamatriisi</b>	Nykyiset asiakkaat	Uudet asiakkaat
Nykyiset tuotteet	1	3
Uudet tuotteet	2	

Työryhmä on pyrkinyt tunnistamaan asiakasryhmiä, joilla on tarvetta ja maksukykyä palvelujen käyttämiseen. Edellä kuvatuista riskeistä huolimatta potentiaalisimmiksi ryhmiksi on arvioitu työelämässä toimivat ihmiset ja yritykset sekä muut yhteisöt.

Työelämän vaatimukset kasvavat ja muuttuvat. Ihmiset tiedostavat omaehtoisen ammattitaidon kehittämisen ja elinikäisen oppimisen tarpeen. Tämän päälle tulevat vielä vapaa-aikaan, harrastuksiin ja viihtymiseen liittyvät tiedon tarpeet. On todennäköistä, että näille alueille voidaan kasvattaa kirjastopalvelujen kysyntää hyvällä tuotteella ja aktiivisella tarjonnalla.

Yritykset yleisten kirjastojen asiakkaina ovat tällä hetkellä lähes hyödyntämätön mahdollisuus. Joitakin esimerkkejä pyrkimyksestä lähestyä yrityksiä on olemassa (esim. Rovaniemen ja Espoon kaupunginkirjaston taloustietopalvelut - yrityspisteet), mutta yritysten tarpeista lähtevää kokonaispalvelun konseptia ei toistaiseksi ole kehitetty. On varsin todennäköistä, että kirjastojen palvelulle olisi yrityksissä kysyntää, kunhan tuote kehitetään ja markkinoidaan määrätietoisesti.

#### Maksullisen tietopalvelun liikeidean hahmottelua

Liikeidean tarkoituksena on kuvata selkeästi määritetyn kohderyhmän odotuksia, tarvittavan palvelun tuottamisessa tarvittavat kriittiset resurssit ja vaiheet. Liikeidean kuvaaminen auttaa löytämään keskeisiä menestystekijöitä, jotka vaihtelevat kunkin asiakasryhmän mukaisesti. Liikeidea laaditaan kullekin kohderyhmälle erikseen.

Kohderyhmä	Yksityishenkilöt 'hyvä tietää' -palvelua	Asiantuntijat 'täytyy tietää' -palvelua
Asiakkaiden palveluodotukset	Hyödyllistä tietoa terveydestä, taloudesta, harrasteista ja muista kiinnostavista aiheista, veloitus kohtuuhintainen	Ajankohtaista, tietoa nopeasti tuotettuna, palvelun tuottaja 'puhuu samaa kieltä', hinta ei ratkaiseva
Palvelutuotteen keskeiset ominaisuudet ja tapa toimia	Luotettava, yksilöllistetty tuote valmiista moduuleista, itsepalvelu	Asiakkaan aihealueen jatkuva seuranta, yksilöllinen palvelu, räätälöity tuote
Tarvittavat resurssit	aihealueisiin erikoistuminen, kiinteä yhteys peruspalveluun	Syvällistä osaamista aiheesta,

markkinointi/toimintasuunnitelmat

## MAKSULLISTEN TUOTTEIDEN JA PALVELUJEN KEHITTÄMINEN - TUOTTEISTAMINEN

### *Tuotteistaminen*

Työryhmä on pyrkinyt tunnistamaan kirjastojen nykypalveluista maksullisten palvelujen kehittämisessä käyttökelpoisia resursseja, tuotekomponentteja ja tuotteita. Näitä resursseja voidaan ja on syytä tuotteistaa palvelun selkeyttämiseksi ja käytön lisäämiseksi, mutta niistä sellaisenaan tuskin on maksullisiksi palveluiksi kirjaston käyttäjille.

### **Mitä resursseja on käytettävissä nyt**

Kirjastot.fi (Suomen kirjastot-portaali)

Yksittäisten kirjastojen kokoelmatietokannat verkossa

Monihaku maakuntakirjastojen kokoelmatietokantoihin

Manda (maakuntakirjastojen yhteisluettelo)

Z39.50 valmuis (TietoEnatorin Pallas-järjestelmä, Akateemisen Tietopalvelun ATP Origo-järjestelmä)

Linkkikirjasto

Kysy kirjastonhoitajalta

Information Gas Station tietohuoltoasema (IGS)

Kansalliskirjaston Fennica-luettelotietokanta

Helka (Helsingin yliopiston kirjastojen yhteistietokanta)

Muiden yliopistojen ja korkeakoulukirjastojen kokoelmat verkossa

Linnea verkon palvelut (Linda, Arto, Viola, Manda)

Maksullisten palvelujen tuotteistaminen, kehittäminen ja lanseeraus on luonnollista perustaa kirjaston vahvuuksien (osaaminen, kokoelmat, korkea käyttöaste) hyödyntämiseen. Pienimmän käynnistyskynnyksen vaativalta tuntuisi paketoitu konsepti, jossa kirjastojen kokoelmat kootaan internetissä yhden käyttöliittymään taakse. Palvelun peruskonsepti on yksinkertainen: asiakkaille tarjotaan mahdollisuus hakea kirjastojen yhteistietokannasta, tutustua sisältöön sisällönkuvailutietojen (luokitukset, asiasanat, muut sisältöä kuvaavat tiedot) avulla, selvittää saatavuus kirjastoissa tai kaupallisesti sekä tilata ja saada haluamansa aineisto kotiin tai konttoriin toimitettuna. Tätä perusmoduulia tukevat maksullisen palvelun asiakkaille tarjotut lisäarvopalvelut, kuten kiinnostusprofiilin mukaan tuotettu uutuustiedotus, pääsy maksuttomiin ja maksullisiin verkkoresursseihin, käyttöä tukevat asiantuntijapalvelut, asiakaspalvelu paikallisesti, puhelimitse tai verkon välityksin jne. Palvelu siis rakentuisi alussa kirjastojen kokoelmien, erityisesti kirjojen mahdollisimman vaivattomaan saatavuuteen ja hyväksikäyttöön.

### **Mitä uutta tarvitaan palvelun mahdollistamiseksi**

- Laajennettu sisällönkuvailun tuotanto (tekstiesittelyt, kuvat, sisällysluettelot, tekijäesittelyt yms.)
- Kohderyhmäajattelu – luokitus (target readership)
- Vaativuustason arviointi – luokitus (readership level, esim. akateemiset, aikuiset, lapset jne.)
- Linkitys yritysten kaupantekojärjestelmiin (ostonappi)
- Kaukolainalogistiikka asiakkaalle asti

- Asiakasjärjestelmä
- Hinnoittelu- ja maksujärjestelmä

### **Maksullisten palvelun tuottajat**

- Yleisten kirjastojen keskuskirjasto
- Maakuntakirjastot
- Kansalliskirjasto
- Yliopistokirjastot

Myöhemmin mukaan voisivat liittyä teknisten ja muiden valmiuksien myötä

- Muut yleiset kirjastot
- Varastokirjasto
- Ammattikorkeakoulujen kirjastot
- Erikoiskirjastot

### **Palvelun komponentit**

- hakupalvelut viite/kokoelmatietokannoista (monihaku, Z39.50)
- hakupalvelut verkkoresursseihin (linkkikirjasto ym.)
- maksullisten viite- ja kokotekstikantojen hakukäyttö kotoa tai työpaikalta (huom. lissensiosopimukset)
- tietopalvelut (tiedonhauk ja neuvonta)
- sisältöjen (kirjat) toimituspalvelut, kaukolaina
- linkitys yritysten kaupantekojärjestelmiin (ostonappi)
- uutuustarjontapalvelu kiinnostusprofiilin mukaan (vrt. IntroActive)
- eri alojen valikoidut laatuviitteet (ks. liite Kirjastotakuu/Tuula Haavisto)
- paketoitu kokonaispalvelu

### **Palveluprosessi**

- kirjautuminen ja asiakkaan tunnistus
- tiedonhaku yhteistietokannasta
- tutustumismahdollisuus sisältöön (YKL, asiasanat, muu sisältöä esittelevä informaatio)
- ”paikkatieto”
- valinta ja tilaus
- sisällön toimitus (logistiset toiminnot)
  - kirjastojen kokoelmista (fyysiset, virtuaaliset)
  - yritysten kaupantekojärjestelmistä
- hinta- ja maksujärjestelmä (asiakashinnasto, ostohinnasto, laskutus, rahaliike)
- neuvonta- ja tukipalvelut

### ***Muita tuote-/palveluideoita***

Selvityksen yhteydessä on lisäksi tullut esille seuraavia kirjaston resursseihin sopivia tuoteideoita:

- kioskimyynti (pokkarit yms.)
- jäsenhankinta kirjakerhoihin



- tilausvälitys/menekinedistämispalvelut (ostonappula)
- sponsoripalvelut
- ”tilavuokraamo”
- ”konevuokraamo”, esim. pankkipalveluihin, tulostukseen, kopiointiin
- ilmoitustilan myynti (30 milj. tilastoitua nettikäyntiä/vuosi, kasvussa)
- lukemisen markkinat (tilastopalvelu kustantajille)

## **PALVELUJEN TUOTANTO**

Palvelutuotanto perustuisi seuraavanlaiseen vastuorganisaatioon:

### **Keskitetyt toiminnot**

Tietojärjestelmät, tietoverkko ja liittymät  
 Partneri-, alihankinta- ja kaupalliset sopimukset  
 Asiakashallinta  
 Markkinointi ja myynnin ohjaus  
 Koulutus  
 Hinnoittelu ja kannattavuusohjaus  
 Palvelukehittäminen  
 Hallinto

### **Yleiset kirjastot**

Viitetietokannat  
 Kirjastojen kokoelmat  
 Kaukolainan sisäinen logistiikka  
 Erikoisasantuntemus sovitun työnjaon mukaan

### **Yliopisto- ja korkeakoulukirjastot**

Viitetietokannat,  
 Kokoelmat  
 Kokotekstitietokannat,  
 Kaukolainan sisäinen logistiikka  
 Erikoisasantuntemus sovitun työnjaon mukaan

### **Yritykset (ostonappi)**

Kun asiakas on järjestelmästä löytänyt kiinnostavan sisältötuotteen, järjestelmä tarjoaa ostamisvaihtoehdon ja linkin. Yritys puolestaan toimittaa, laskuttaa ja maksaa kirjastoyhteisölle sovitun palkkion tehdyistä ostoista.

### **Jakeluverkko**

Ensisijaisesti verkkopohjainen (extranet) esim. Suomen kirjastot portaalin yhteydessä.  
 Kaukolainan toimituslogistiikka hoidetaan ostopalveluna, Suomen posti tms.  
 Kirjastojen paikallinen palveluhenkilöstö asiakkaiden myös käytettävissä kirjastokäynnin yhteydessä.

## **MARKKINOINTI**

Maksullisten palvelujen kehittämisen, tuottamisen ja tarjoamisen suurin haaste on löytää alan ammatti-ihmisten, poliitikkojen ja viranomaisten hyväksyminen sille, että toiminta jossain

muodossa kannattaa aloittaa. Yksimielisyyttä on turha odottaa. Riittävän hyväksynnän saavuttaminen edellyttää keskustelua, sisäistä markkinointia.

Myös palvelun asiakkaiden käyttäytymiseen vaikuttaa keskustelu ja yleinen mielipide. Kunnan teilaus varhaisessa vaiheessa pysäyttää hyvienkin palveluideoiden eteenpäin viemisen. Siksi alan sisältä lähtevän viestin pitää olla äärimmäisen selkeä – korkeatasoisten maksuttomien palvelujen täydennykseksi lisäpalveluja halukkaille maksua vastaan.

Eli ensin

- Kirjastoväen mukaantulon varmistaminen
- Kirjastoalan päättäjien (poliitikot, virkamiehet) tuki maksullisten palvelujen aloittamiselle
- Tiedottaminen kirjastojen käyttäjille

ja sitten

- Asiakasmarkkinointi
- Myynti kirjastohenkilöstön toimesta
- Myynti verkon välityksin, muu suoramyynti

## KANNATTAVUUS

Olisi houkuttelevaa lähteä etsimään kirjastoille lisätuottoja tuottamalla maksullisia palveluja kirjastojen resursseja hyödyntäen välittämättä palvelujen tuottamisen kustannuksista. Julkisen vallan yritystoimintaa ei kuitenkaan voi pitkän päälle subventoida verovaroin. Maksullisten palvelujen tuottamisessa on tässä suhteessa oltava erityisen tarkkana. Myös voimavarojen käytön mielekäs kohdentaminen edellyttää, että kannattavuus otetaan huomioon. Palvelujen on oltava niin hyviä, että kysyntä tuottaa tulomäärän, joka on suurempi kuin palvelun tuottamisen kustannus. Valtion maksupalvelulaki ja -asetus ja kuntien toimialaa koskevat periaatteet on syytä ottaa alusta asti huomioon. Selkeintä olisi organisoida maksullinen toiminta erilliseen liiketaloudellisesti toimivaan yksikköön.

Tietenkin on mahdollista, että kunnat ja valtio organisoivat maksullisen palvelun olemassa olevan kirjastoverkon yhteyteen. Tällöin rajankäynti maksuttomien peruspalvelujen ja maksullisen palvelun resurssien välillä on vaikeampaa, toki kuitenkin mahdollista.

### Ansaintalogiikka

Maksullisen palvelun tuotot voidaan veloittaa:

- Vuosimaksuilla/”jäsenmaksuilla”
- Palveluveloituksilla (transaktiomaksut tms.)
- Välitettävien tai tuotettavien palvelujen myyntikatteella

### Tuotantokustannukset

Tässä selvityksessä esitetyn maksullisen palvelun tuottaisi valtakunnallinen organisaatio, joka puolestaan ostaisi palvelutuotannon edellyttämiä tuotantopanoksia toimintaan osallistuvilta kirjastoilta. Käytettäville resursseille pitäisi löytyä oikea ostohinta, jotta myös myynti voidaan oikein hinnoitella. Lisäksi toiminnan käynnistäminen edellyttäisi tutkimus-, tekniikka ja tuotantoinvestointeja.

**Tuotot**

Tavoitetaso perustettavalle kirjastopalveluyritykselle

Vuosimaksu/jäsenmaksu

(100 000 jäsentä \* 30 € = 3 000 000 € eli 18 mmk)

Sponsori- ja/tai provisiotuotot yms.

(myynti 5 000 000 € \* 20 % = 1 000 000 € eli 6 mmk)

Palvelu- yms. veloitukset (200 000 palvelutapahtumaa yms. \* 5 € = 1 000 000 € eli 6 mmk)

Yhteensä 5 m€ eli 30 mmk

Vähennetään

-Keskusorganisaation kustannukset

-Tuotantokustannukset

-Käyttöoikeusmaksut yms.

Tulos

## EHDOTUKSET

Markkinalähtöisellä lähestymistavalla on omat hyvät puolensa. Kehittämisen- ja tuotantopanokset voidaan mitoittaa ja kohdentaa todennäköisesti paremmin kuin määrärahaperiaatteella. Palvelujen hyväksyttävyyden tulee todennetusti toiminnan volyymin ja kannattavuuden (tuotot-kustannukset) kautta.

Työryhmä ehdottaa, että perustetaan kirjastopalveluyhtiö, jonka tehtävänä on

- edistää koko kirjastolaitoksen asiakaslähtöistä kehitystoimintaa
- koota tuotteistamisen ja maksullisen toiminnan edellyttämät resurssit ja osaaminen
- tuotteistaa edistyneet kirjastopalvelut
- synnyttää peruspalvelua täydentävää, kannattavaa maksullista kirjastopalvelutoimintaa

Yhtiön omistajina olisivat tarkoituksenmukaisella tavalla valtio ja kunnat tai heidän omistamat yhteisöt. Yhtiö saisi alkupääoman kehitysinvestointeja varten ja lisäksi degressiivistä aloitustukea 3-5 vuoden ajalle.

Työryhmä korostaa, että ehdotus ei edusta haastateltujen tai heidän taustaorganisaatioiden kantaa, vaan on sen oma ja tarkoitettu osaltaan konkretisoimaan ja edistämään jatkokeskustelua ja lisäselvityksiä.

## HAASTATTELUT

Maija Berndtson, Helsingin kaupunginkirjasto

Kai Ekholm, Helsingin yliopiston kirjasto

Jorma Kaimio, WSOY

Kirsti Kekki, Opetusministeriö

Keijo Perälä, Turun kaupunki

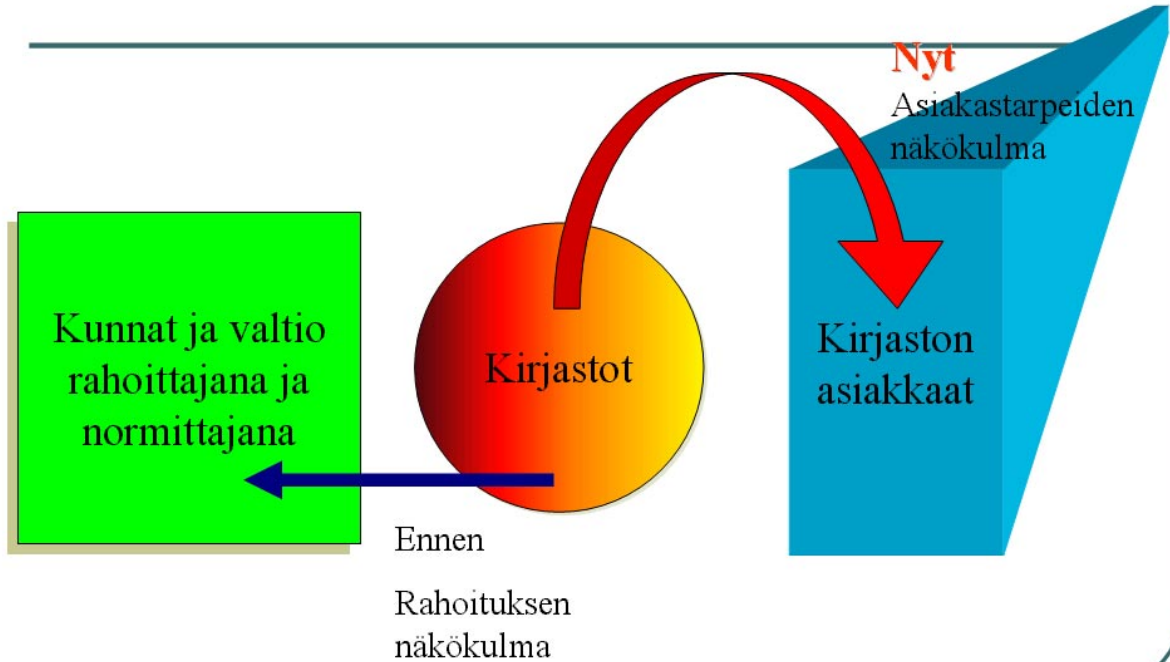
Heikki Poroila, Vantaan kaupunginkirjasto

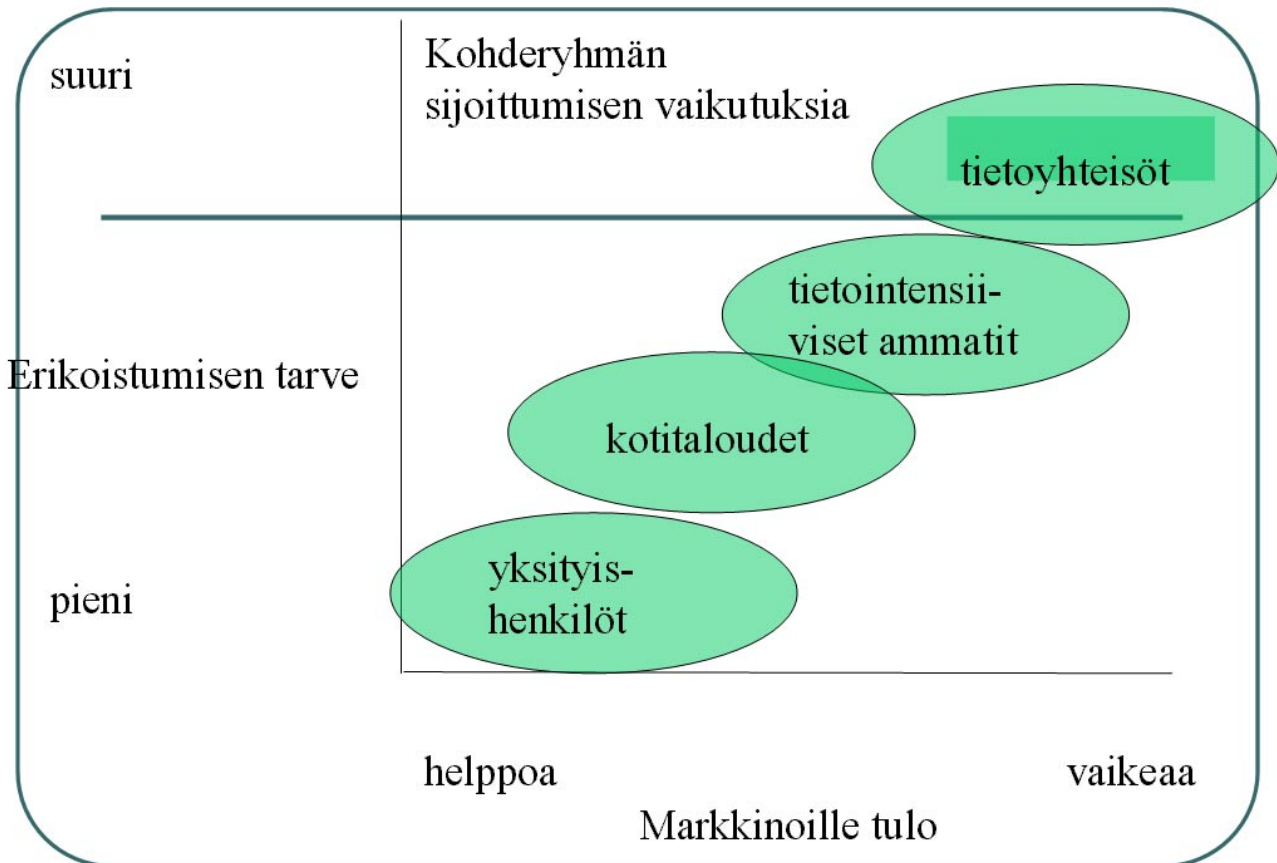
## LIITTEET

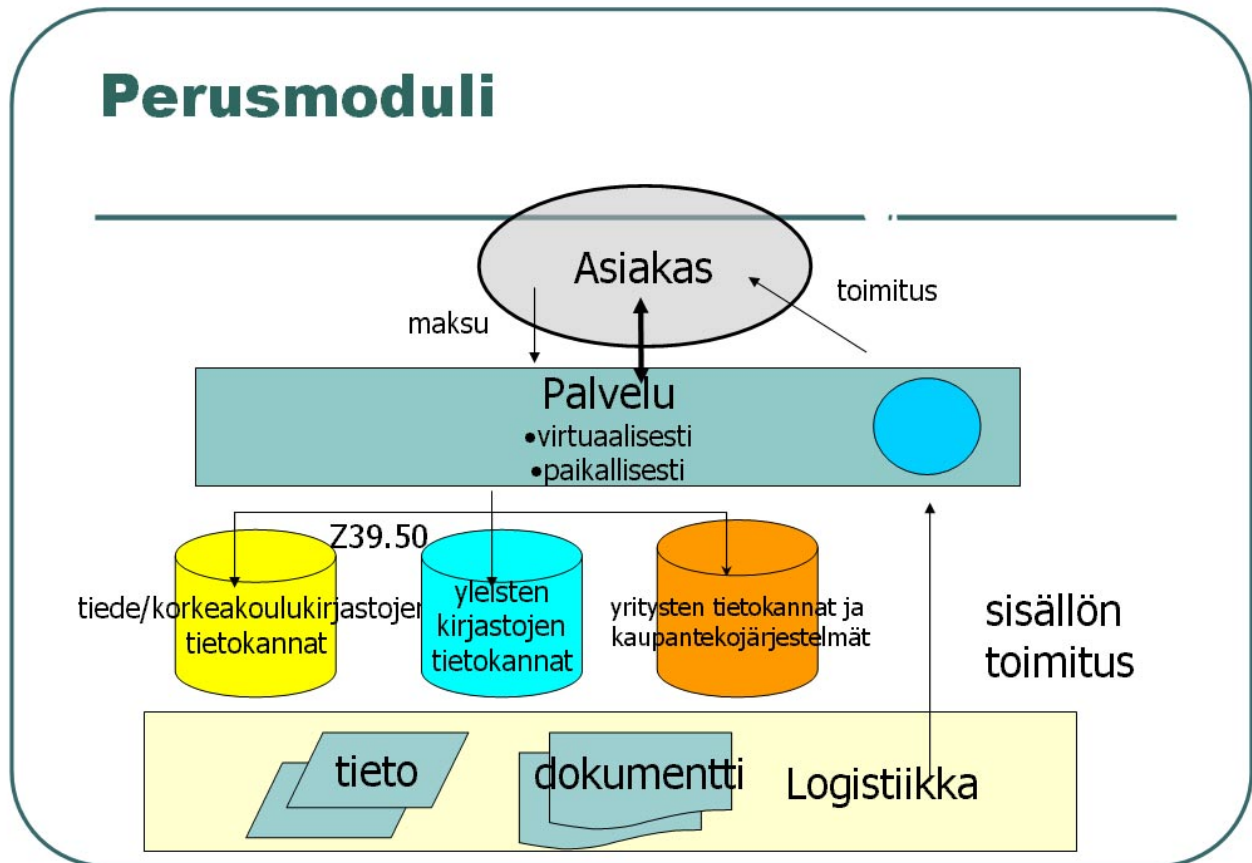
Kaaviot

Kirjastotakuu (Tuula Haavisto)

## Näkökulman muutos

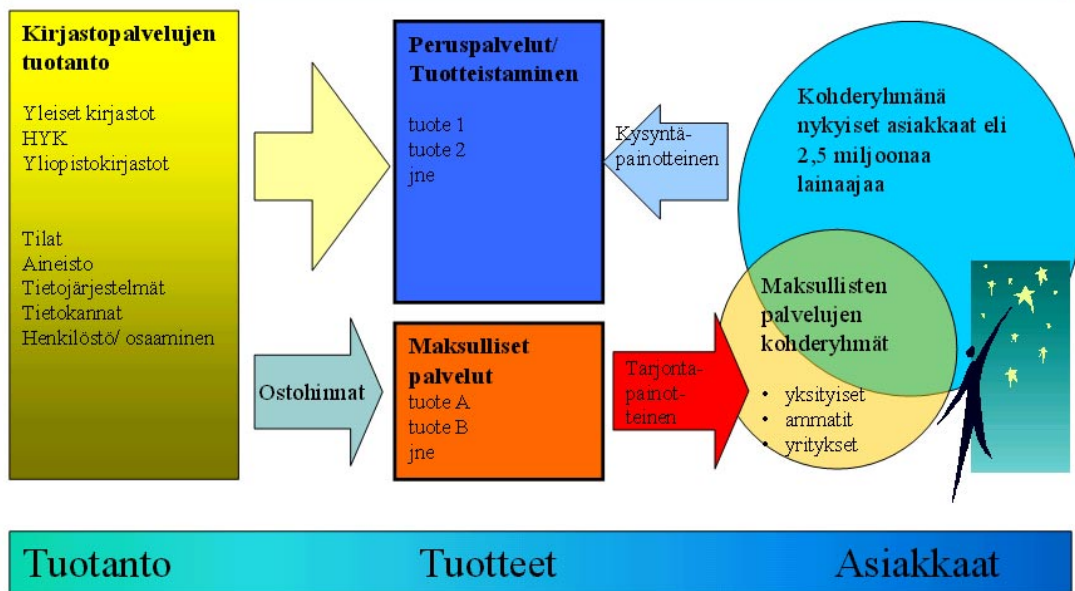








## Peruspalvelut ja maksulliset palvelut



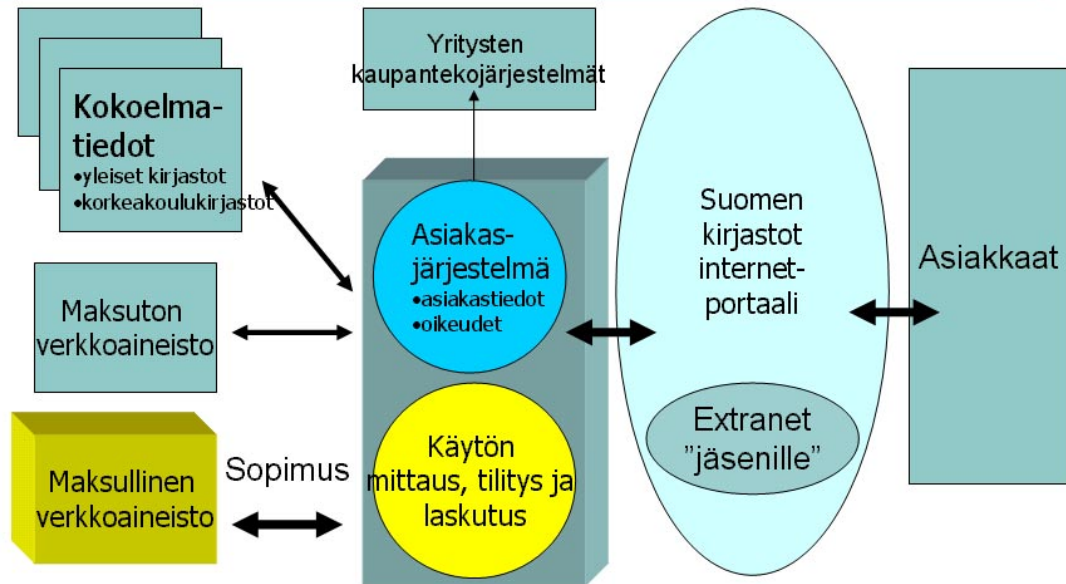
## Maksullisen palvelun asiakkaat



# Palveluprosessi



## Rakenne



## **Tuoteidea 1. Tietoa Kirjastotakuulla**

Tuula Haavisto

Vastataan ihmisten tiedontarpeisiin jalostamalla kirjastoihin koottua ja siellä jatkuvasti tuotettavaa ”tietoa tiedosta” eli sekundaariaineistoa helppokäyttöisiksi myytäviksi tuotteiksi verkkoon, erilaisille fyysisille tallennusalustoille ja mobiilimuotoon.

Konkretisointi: teemoihin keskittyneet 100-200 viitteen valikoimat painettuja ja elektronisia tietolähteitä. Kutakin viitettä kommentoidaan lyhyesti. Esim. rakennusalan monien lehtien lyhyt ja puolueeton esittely samassa yhteydessä kuin alan verkkoaineistojen ja parhaiden opetusvideoiden esittely voi olla toimiva kokonaisuus. Päätuotteena maksullinen verkkopalvelu, johon kytketään oheistoimintoja. Sisäänheitto- ja lanseeraustuotteena CD-romit, joita voidaan myydä fyysisinä kappaleina.

Oikeudet viitetiedon käyttöön selvitettävä: ketkä ovat primaariluetteloiijat missäkin tapauksessa ja millaisia sopimuksia niiden kanssa pitää solmia. Erityisen tärkeitä Helsingin yliopiston kirjasto ja BTJ Kirjastopalvelu oy, myös Hämeenlinnan kaupunginkirjasto.

Valikoimia tuotetaan aluksi **valikoiduille asiakasjoukoille, joiden tiedontarvetta voidaan arvioida mahdollisimman tarkasti etukäteen:**

- opettajille, (ensimmäiset aihevalikoimat sen mukaan mitä [opettajatahojen](#) koepaneelit arvioivat, ks. Markkinointisuunnitelma); huomattava yhteys opetussuunnitelmiin
- harrastaville lapsille (koiralinkit koiraroduttain, hevoslinkit, kiipeilyharrastus...)
- aikuisille, jotka ovat joutuneet uuden tiedontarpeen eteen (rakennushanke, sairaus, onnettomuus, vakuutustarve, maastamuutto, lapsen syntymä, juhlat...)
- tilausromput, esim. kulttuuritapahtumat, joiden taustatietoa voidaan koota; tapahtumissa voidaan käyttää romppuja sekä myyntituotteina että lahjoina (isot taide- ym. näyttelyt, musiikkitapahtumat...)
- mahdollisille sponsoreille ja rahoittajille (hauskoja) romppuja liikelahjoiksi ja henkilökunnan palkitsemiseen (ruoka-aiheet, lumilinnat, jättikuplat, leijat, puhdetyöt...)

CD-romeista voisi olla halpa kertakäyttöversio ja toinen kalliimpi, jonka mukana saa salasanan ja käyttöoikeuden jatkuvasti päivitettävään verkkoversioon. Muu verkkokytkeytymisen hyödyntäminen?

Kysymys: onko CD-rom vain maksullinen apu kirjastojen tuottaman tiedon maailmaan eli onko sen tarkoitus tehdä itsensä tarpeettomaksi, vai onko tarkoitus synnyttää sen käyttöön ja päivittämiseen jatkuva tarve? Voivatko molemmat olla voimassa samaan aikaan, riippuen esim. ostajan omasta viitseliäisyydestä? Joku oppii nopeasti itsekä käyttämään kirjastojen lähteitä, joku ostaa cd-romit kun ei halua/ehdi opetella kirjastojen moninaisia verkkopalveluita.

CD-romit vastaavat ensisijassa ostajien akuuttiin **käyttötarpeeseen**, laadukkaan tiedon löytämiseen. Toissijainen mutta silti tärkeä on **välinetarve**: tietolähteiden valikoiminen ja pakkaaminen helppokäyttöiseen muotoon.

Hyötymismekanismi kirjastojen verkkopalveluille: mikäli mukaan luetteloidaan aineistoa jota ei vielä ole linkkikirjastossa mutta joka sopisi sinne, täydennetään samalla linkkikirjastoa.

Toinen mahdollinen lisäarvo kirjastojen yleispalveluille: sanomalehtiartikkelihakemisto, erityisesti verkkoartikkeleista – tätä voisi alkaa pikkuhiljaa kartuttaa Kirjastotakuun sivutuotteena.

**Tuotantotapa:**

- yritys keskittyy kokonaisuuden hallintaan, käyttö sopimuksiin, markkinointiin ja tuotekehittelyyn, kirjastopolitiikkaan ja muuhun suhdetoimintaan etc.
- sisältö eli viitteet alihankintana kirjastoilta, joiden nimi näkyviin tuotteessa
- tekninen toteutus it-alan alihankkijoilta
- visuaalinen ilme alihankintana graafikolta
- myynti, tilaus- ja laskutusruutiinit mahdollisimman pitkälle verkon kautta (Armara)
- laadunvalvonta järjestettävä

**Tuotteen sisältö eli millä elementeillä voitaisiin pelata:**

- perustiedot, minimi; riittää suppeassa CD-romissa, mutta verkkoversiossa voi monipuolisen hyödyntämisen turvaksi olla laajempikin kuvailu tarpeen:
  - o nimeke
  - o tekijä
  - o julkaisuvuosi
  - o kustantaja, tuottaja
  - o laajuus
  - o ISBN tai vastaava tunniste
- Laajennettu sisällönkuvailu:
  - o Asiasanat (onko tapreen näin pienissä valikoimissa?)
  - o Kohderyhmäkohdistus
  - o Luokitus (tarpeen?)
  - o Laatuarviointi, jokin näkemys soveltuvuudesta yhdelle tai toiselle käytt.ryhmälle
- Laajin kuvailu:
  - o Kannot ja muuta vastaavaa tietoa (edell. neuvottelua kustant. kanssa)

Optiona koko MARC-tietue (onko tarpeen, selvitettävä tarkemmin)?

**Volyyimiodotukset** (täysin kesken)

- opettajaromppujen menekki 500-2000?
- Lasten harrastusromppujen menekki??
- Tilausromppujen menekki hyvin vaihteleva
- Aikuisten yleisromppujen menekki 2000-

**Hinnoitteluperusteet** (kesken)

- editointikustannukset eli jatkojalostus kirjastojen olemassa olevasta aineistosta (jatkuva)
- per CD-rom: aineiston kokoaminen luetteloista (kommentoidut luettelointitietueet kirjoista, lehdistä, verkkoaineistoista, musiikista, filmeistä), sen jatkoeditointi yhtenäiseen asuun (tässä saatetaan tarvita ohjelmallisia elementtejä)
- visuaalinen suunnittelu (aluksi kertakustannus, lisäksi ylläpitoa)
- tekniset tuotantokustannukset (jatkuva)
- jakelukustannukset
- markkinointikustannukset (esim. kirjastojen ym. verkkosivumainokset)
- koko hanketta koskien hallinnointi

Varattava suunnittelussa optio tuottaa samaa aineistoa uudelleeneditoituna (TYÖVOIMAKULU) myös muille tallennus- tai mobiilialustoille.

**Markkinointisuunnitelma**, ks. erillinen suunnitelma

### **Myyntikanavat**

- kirjastot
- verkko (tukkumyynti + vähittäismyynti, linkki Kirjastot.fi-sivulle)
- kaikkien tuotteiden kohdalla kirjakaupat (entä kirjakerhot?)
- opettajarompuissa: ammattilehti Opettaja, OAJ
- lasten rompuissa: lasten harrastelehdet
- uuteen tilanteeseen joutuneitten aikuisten tuotteissa mietittävä erikseen, voi vaatia koviakin markkinointiponnistuksia ja yleisaikakauslehtimainontaa
- tilausromput??

### **Muita mahdollisesti vaikuttavia tekijöitä:**

Maantieteellisen sijainnin merkitys

- Suomessa ei ole merkitystä tuotteelle itselleen eikä asiakkaalle
- vientiä ajatellen kielialue- ja kulttuurisidonnaisuus on voimakas tekijä

Sesongit

- ei merkitystä, mutta tapauskohtaisesti voidaan romppuja tuottaa esim. isojen näyttelyjen tausta-aineistoksi; opettajille tarkoitetuissa tuotteissa ehkä erotettavissa (mitkä?), mutta ei muuten

Jatkossa: saman materiaalin käyttäminen eri välineillä toteutettavaan tiedontuotantoon. Esim. kaupallinen tekstiviestitietopalvelu (yhteys iGS:an).

HUOM! Saman aineiston muokkaaminen eri välineille vaatii aina erillisen toimitustyön.

## Tietoa kirjastotakuulla –romput

### Markkinointisuunnitelma

Kirjastotakuu-tietolähdevalikoimia tuotetaan opettajille (ja muille tiedontarvitsijoille) verkko- ja CD-rom-muodossa nopean, teemakohtaisen tiedon hakemista ja käyttöä varten. Valikoimat säästävät opettajien (ja muiden käyttäjien) aikaa tiedonhaussa ja varsinkin sen arvioinnissa. Viitteitä on sekä painettuun että verkkoaineistoon, tarvittaessa myös video- ja musiikkiaineistoon.

**Vastaavia tuotteita** ei toistaiseksi ole markkinoilla. Tiedot voi kerätä myös kirjastojen verkkosivuilta, mutta Kirjastotakuu-tuotteet säästävät sen vaivan.

Kirjastotakuun **kilpailuvaltiksi** pyritään saamaan kirjastojen laaja tuki hankkeelle. Niiden vakuuttamiseksi käytetään argumenttina kirjastojen heikkoa rahoitustilannetta ja että ne voivat itse tehdä jotain sen parantamiseksi.

**Palvelujen kysyntään** vaikuttavia tekijöitä:

- toimintaidean lanseeraamisen onnistuminen
- kirjastojen sitoutuminen hankkeeseen (etteivät pitkin maata sanoudu irti tuotteesta)
- teemavalikoiman onnistuneisuus, valitaanko rompuille oikeat aiheet
- tuotteiden laatu
- oikeiden jakelukanavien valinta

Mahdollisia **oheispalveluja**, joilla voi vaikuttaa kysyntään:

- jotain mikä tapahtuu kirjastoissa?
- Lehtikirjoittelu ja muu sen tematiikan mediakäsittely, joka syntyy kun kirjastoille kehitetään kaupallista lisätoimintaa
- Verkkotoimintoja? Yhteisöalusta mediakriittiselle keskustelulle?

Markkinointia **rajoittavia** tekijöitä:

- kirjastojen tuomio
- puutteelliset jakelukanavat
- raha? (jos tähän lähdetään oikeasti, täytyy mukaan sisällyttää asiallinen markk.budjetti)

Tässä tuotteessa **markkinoinnilla tavoitellaan**

- kirjastojen tukea hankkeelle, kokonaiselle uudentlaiselle toimintamallille
- uuden tuotteen onnistunutta lanseerausta ja tunnetuksi tekoa
- vahvaa mielikuvaa uuden tuotteen sitoutumisesta kirjastojen tunnettuun laatutyöhön

Konkreettisia **markkinoinnin sisältöjä**:

- korostetaan kirjastojen sisällöllistä panosta, ja että ne saavat tästä lisärahaa
- korostetaan viitteiden relevanttiutta ja hallittavissa olevaa määrää kattavuuden kustannuksella
- annetaan rompulle ”parasta ennen” –päivämäärä osoittamaan verkkotiedon epävakaisuutta

### 1. Kirjastot (sisäiset sidosryhmät, mielipidevaikuttajat)

Kirjastojen saaminen hankkeen puolelle:

- aloitetaan muutaman myönteisesti suhtautuvan kanssa, tehdään esimerkki
- otetaan muutama avainhenkilö mukaan tilaamalla heiltä sisältöä (musiikki)



- haetaan hankkeelle muutenkin näkyviä tukikampanjahenkilöitä
- kerrotaan hankkeesta Kirjastolehdessä, seminaareissa etc., keskustellaan kirjasto-kaapeli-sähköpostilistalla (missä järjestyksessä nämä toimet?); [keväällä 2002 ilmestyy Kirsti Kekin / OPM toimittama kirja jossa TH pohtii asiaa julkisesti.](#)
- jakelukanava → myyntituotot, tuottaja → alihankintatuotot
- mainostuloja, jos saa mainoksen kirjastojen verkkosivuille
- selkeä omistusrakenne niin että tuloutus kirjastojen omiin tarpeisiin näkyy myös sitä kautta
- selostus yritysmuodon valinnasta ja siihen johtaneista tekijöistä
- kirjastotyöntekijät: osa alihankinnan tuotosta suoraan heille

## 2. Asiakkaat, erityisesti ryhmä 1, opettajat (markkinat)

Ideaa on puitu monissa eri aloja ja näkökantoja edustavissa seurueissa l. suunnitelman laatijan lähipiiri on käytetty hyväksi.

### Markkinatutkimus 1

Toteutetaan tietolähdevalikoima-idean ensimmäinen testaus yhteistyössä [Opetushallituksen ja Helsingin kaupunginkirjaston / Helsingin opetusviraston kanssa keväällä 2002.](#)

- tavoitteena selvittää:
- idean yleinen vastaanotto opettajien parissa
- tällaisen tiedon tarve kouluissa
- minkä tyyppisistä aiheista viitetietoa ennen kaikkea halutaan
- millä asteilla tiedontarve on suurin
- minkä jakelukanavan kautta opettajat haluaisivat romppuja hankkia
- minkä hintatason opettajat ovat valmiita maksamaan
- paikan päällä opettajia pyydetään vastaamaan liuskan pituiseen kyselyyn.
- Paikan päällä jaettavaksi täytyy tehdä myös liuskan mittainen esittely aiheesta

Paneelia on pohjustettu henkilökohtaisella yhteydenotolla, kirjeillä ja laatimalla sinne kalvot – kaikki tämä saman visuaalisen ilmeen puitteissa (”tiedon puu”).

Paneeli antaa tilaisuuden kuulla potentiaaliselta ostajaryhmältä ja ”lukea” sitä enemmän kuin mihin markkinointikyselyn vastaukset riittävät.

Toimenpiteet paneelin jälkeen – pidetään opettajia ajan tasalla mm. Opettaja-lehden jutulla.

Tuotteen syntytarinaa voi käyttää hyväksi laajemmassa markkinoinnissa. Kirjastot ja kaupallisuus – jännitteestä syntyy ainesta myös lehtijuttuihin yleensä (esim. juttu Keski-suomalaiseen). Asiasta voi kirjoittaa esim. Opettaja-lehteen: kirjastot auttavat ratkaisemaan tietolähteiden löytämisen ongelmia, ja ovat nyt kehittäneet tähän toimintaan myös kaupallisen haarakkeen.

## 3. Rahoittajat, jakelijat, teknisen puolen tuottajat (ulkoiset sidosryhmät)

Rahoittajia lähestytään liiketoimintasuunnitelman kanssa. Sitä hiotaan ja konkretisoidaan alan osaajien kanssa tätä tarkoitusta varten.

Jakelukanavia, kirjakauppoja ja esim. R-kioskeja lähestytään kun tilanne on valmiimpi ja on valmiita laskelmia hankkeen taloudesta.

Teknisen puolen alihankkijat eivät tässä vaiheessa markkinoinnin kohde?

**Verkko** tärkeä markkinointi- ja jakelukanava.

- myynti osittain sitä kautta (liittymä [www.kirjastot.fi/hin](http://www.kirjastot.fi/hin), parhaassa tapauksessa myös yksittäisten kirjastojen verkkosivuilta)
- tuote-esittelyt verkossa

#### Markkinointistrategia

##### A. Myyntitavoitteet

Markkinaosuus kokonaismarkkinoista	100%
Asiakasmyyntin kasvu	100%
Budjettikauden kokonaismyyntitavoite	mk
Myynnin lisäys edelliseen verrattuna	100%

##### B. Kannattavuustavoitteet

Myyntikate  
Käyttökate

##### C. Välitavoitteet

Tietoisuus, tunnettuus, imago	Olennaista uudelle tuotteelle
Julkisuus	päästään vähintään Väli-Suomen lehtien ja HS:n/SK:n haastatteluun, mielellään myös televisioon Valopilkkuun tai Kulttuuriuutisiin
Suosittelijat, mielipidevaikuttajat	OPM:n edustajat (Lindén, Kekki), Kaarina Dromberg, Maija Berndtson, Liisa Laatu, Klaus Oesch, nimiä kirjastoalan ulkopuolelta (näkyvä opettaja...)
Uusien kohderyhmien tavoittam.	Kaikki tällä listalla...

Tuote/palvelu	Kohder.	Tavoite	Toimenpit. toteuttajat	Aika
Opettajien CD-romput	<b>K-hoitajat</b>	Hyväksyttää idea Sitouttaa mukaan	Lanseeraus missä? Halukkaat mukaan - Koeromppujen tek.	alkukev.02 kevät 2002
	<b>Opettajat</b>	Tehdä ideaa tunnetuksi  Tehdä tuote tunnetuksi	Markk.kysely Lehtijutut Opettaja-lehti	kevät 02 kevät 02