

图书馆服务管理

李海英 著

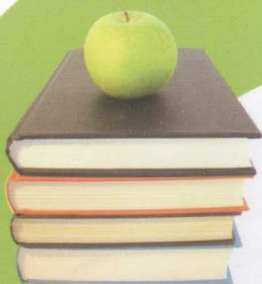


圖 國家圖書館出版社

图书馆服务管理

李海英 著

圖 國家圖書館出版社

图书在版编目(CIP)数据

图书馆服务管理 / 李海英著. —北京:国家图书馆出版社, 2011.7
ISBN 978-7-5013-4610-3

I. ①图… II. ①李… III. ①图书馆工作—读者服务—研究
IV. ①G252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 117326 号

责任编辑: 王涛 孙亦军

书名 图书馆服务管理

著者 李海英 著

出版 国家图书馆出版社(原北京图书馆出版社)

(100034 北京市西城区文津街7号)

发行 010-66139745 66151313 66175620 66126153
66174391 (传真) 66126156 (门市部)

E-mail btsfxb@nlc.gov.cn (邮购)

Website www.nlcpress.com→投稿中心

经销 新华书店

印刷 北京华艺斋印务有限公司

开本 880×1230(毫米) 1/32

印张 9.5

字数 240千字

版次 2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5013-4610-3

定价 40.00元

目 录

1 图书馆服务概论	1
1.1 服务	1
1.1.1 服务的内涵	1
1.1.2 服务的基本特征	2
1.2 图书馆服务	3
1.2.1 图书馆服务	3
1.2.2 图书馆服务包	4
1.2.3 图书馆服务特征	6
1.2.4 图书馆服务原则	8
1.2.5 图书馆服务理念	9
1.3 图书馆服务沿革	14
1.3.1 古代图书馆服务	14
1.3.2 近代图书馆服务	15
1.3.3 现代图书馆服务	16
1.3.4 图书馆服务面临的挑战及发展趋势	19
2 图书馆服务管理	27
2.1 服务管理概述	27
2.1.1 服务管理的内涵	27
2.1.2 服务管理的特征	28
2.1.3 服务管理理论发展的历史沿革	30
2.2 图书馆服务管理	33
2.2.1 图书馆服务管理的内涵	33
2.2.2 图书馆服务管理的特征	33

2.2.3	图书馆服务管理的基础——“服务三角形”	34
2.2.4	图书馆服务管理理念	38
2.3	图书馆服务管理的内容	42
3	图书馆服务战略管理	45
3.1	战略和战略管理	45
3.1.1	了解战略	45
3.1.2	了解战略管理	47
3.2	图书馆服务战略	48
3.2.1	图书馆服务战略的内涵	48
3.2.2	图书馆服务战略的特征	48
3.2.3	图书馆服务战略制定原则	49
3.3	图书馆服务战略管理	49
3.3.1	图书馆服务战略管理框架	49
3.3.2	图书馆服务战略使命的确定	52
3.3.3	图书馆服务战略环境分析	58
3.3.4	图书馆服务战略的选择	65
3.3.5	图书馆服务战略的实施	67
3.3.6	服务战略的控制反馈	69
4	图书馆服务系统管理	71
4.1	服务系统概述	71
4.1.1	了解服务系统	71
4.1.2	服务系统基本特征	72
4.1.3	服务系统设计方法——服务蓝图	73
4.2	图书馆服务系统	76
4.2.1	图书馆服务操作系统	77
4.2.2	图书馆服务传递系统	78
4.2.3	图书馆服务营销系统	81
4.3	图书馆服务接触管理	82

4.3.1	服务接触	82
4.3.2	图书馆服务接触	86
4.4	图书馆服务接触过程的利润链管理	93
4.5	图书馆服务接触中的馆员管理	94
4.5.1	馆员的招聘和选拔	94
4.5.2	馆员培训	95
4.5.3	馆员满意与忠诚	100
4.5.4	影响馆员满意度的因素	101
4.5.5	馆员满意策略	107
4.6	图书馆服务接触中非正式馆员管理	109
4.6.1	志愿者管理	109
4.6.2	临时馆员的管理	113
4.7	图书馆服务接触中读者管理	114
4.7.1	服务接触中读者管理策略	115
4.7.2	读者满意和读者忠诚	117
4.7.3	图书馆客户关系管理	122
5	图书馆服务营销管理	125
5.1	了解服务营销	125
5.1.1	服务营销	125
5.1.2	服务营销的特征	125
5.1.3	服务营销的核心内容	126
5.2	图书馆服务营销	127
5.2.1	图书馆服务营销的内涵	127
5.2.2	图书馆服务营销的特征	127
5.2.3	图书馆服务营销三角形	128
5.3	图书馆服务营销组合	130
5.3.1	产品	131
5.3.2	价格	132
5.3.3	渠道	133

5.3.4	促销	134
5.3.5	人员	136
5.3.6	有形展示	137
5.3.7	过程	138
5.4	图书馆服务营销策划	139
5.5	图书馆服务营销管理策略	142
5.5.1	图书馆关系营销策略	142
5.5.2	内部营销策略	146
6	图书馆服务环境管理	149
6.1	服务环境	149
6.1.1	了解服务环境	149
6.1.2	服务环境的构成要素	150
6.1.3	服务环境研究的基础理论	152
6.2	图书馆服务环境	157
6.2.1	了解图书馆服务环境	157
6.2.2	图书馆服务环境的功能	158
6.2.3	图书馆服务环境的类型	159
6.2.4	服务环境对读者行为的影响	160
6.3	图书馆服务环境设计	165
6.3.1	图书馆服务环境设计原则	165
6.3.2	图书馆服务环境设计方法	168
6.3.3	图书馆服务环境设计重点	169
6.3.4	图书馆外部环境设计	170
6.3.5	图书馆内部环境设计	173
6.3.6	图书馆阅览空间设计	182
6.4	图书馆服务环境管理	185
6.4.1	图书馆服务环境管理的内容	185
6.4.2	图书馆服务环境管理方法——5S 管理	188

7 图书馆服务质量管理	193
7.1 图书馆服务质量概述	193
7.1.1 了解质量与服务质量	193
7.1.2 图书馆服务质量内涵	194
7.1.3 图书馆服务质量特征	196
7.1.4 图书馆服务质量组成	198
7.1.5 图书馆服务质量的影响因素	203
7.1.6 图书馆服务质量的维度	204
7.1.7 图书馆服务质量的差距	206
7.2 图书馆服务质量标准	209
7.2.1 服务标准概述	209
7.2.2 制定图书馆服务标准的原则	211
7.2.3 制定图书馆服务标准程序	214
7.3 服务质量管理方法	215
7.3.1 服务质量分析方法	215
7.3.2 服务质量控制方法	220
7.3.3 服务质量改进工具	223
7.3.4 图书馆服务质量测量	233
7.3.5 服务质量认证	243
7.4 图书馆服务质量评估体系	246
7.4.1 图书馆服务质量评估的目的	246
7.4.2 图书馆服务质量评估的原则	247
7.4.3 服务质量评估体系构成要素	248
7.4.4 图书馆服务质量评价主体	250
7.4.5 图书馆服务质量评估体系的构建	258
7.5 服务补救管理	263
7.5.1 服务失误	263
7.5.2 服务补救	264
7.5.3 图书馆服务补救系统的构建	265

7.5.4	服务补救策略	266
7.5.5	服务补救的效果评价	267
7.6	服务承诺管理	268
7.6.1	了解服务承诺	268
7.6.2	服务承诺的作用	269
7.6.3	服务承诺的实现	270
8	图书馆服务文化管理	273
8.1	文化、组织文化与服务文化	273
8.1.1	了解文化和组织文化	273
8.1.2	了解服务文化	274
8.2	图书馆服务文化	275
8.2.1	图书馆服务文化的内涵	275
8.2.2	图书馆服务文化的特征	277
8.2.3	图书馆服务文化的功能	278
8.3	图书馆服务文化的层次结构	279
8.3.1	物质文化	279
8.3.2	行为文化	281
8.3.3	制度文化	282
8.3.4	精神文化	284
8.4	图书馆服务文化的传播	286
8.4.1	图书馆内部传播	286
8.4.2	图书馆外部传播	287
8.5	图书馆服务文化的构建	290
8.5.1	服务文化形成的前提条件	290
8.5.2	图书馆服务文化的培育	291

1 图书馆服务概论

服务是图书馆的基本宗旨,是贯穿图书馆发展的主线,是图书馆的核心价值观。数字化、网络化的快速发展,给图书馆服务内容、服务方式都带来了深远的影响,图书馆的服务也向纵深发展,如何在新的环境下立于不败之地呢?充分了解图书馆服务是图书馆服务管理的基础,首先要分析图书馆服务的概念、特征、构成要素以及了解图书馆服务的发展的态势。

1.1 服务

1.1.1 服务的内涵

服务是一种社会现象,其表现形式千姿百态,涉及范围很广,因此至今对服务并没有一个非常权威的定义。什么是服务?《现代汉语词典》如此释义:“为集体(或别人的)利益或为某种事业而工作。”《牛津英语词典》解释为:“Work done for another or others”(为他人工作)、“System or arrangement that meets public needs”(满足公共需求的系统或机构)。中外学者根据自己的观点,提出过一些普遍性的定义。以下是一些具有代表性的观点。

美国市场营销协会(AMA,1960)把服务定义为:“用于出售或者是同产品连在一起进行出售的活动、利益和满足感。”

科特勒等人(Kotler & Bloom,1984)的定义:服务是一方向另一方所提供的一种活动或利益,它通常是无形的,而且不牵扯到所有权的变化。服务的生产可以与有形产品有关,也可能无关。

格罗鲁斯认为(Gronroos,2000):服务是由一系列或多或少具有无形性

的活动所构成的一种过程,这个过程是在顾客与服务员工、有形资源的互动关系中进行的,这些有形资源是作为顾客问题的解决方案提供给顾客的。

除了以上较为有影响的学者对服务的定义外,ISO9000:2000《质量管理体系基础和术语》中对于“服务”的解释为:产品是过程的结果,包括四大类:服务、软件、硬件和流程性材料。服务通常是无形的,并且是在供方和顾客接触之上至少需要完成一项活动的结果。服务的概念至少应该包括四个基本的内容:(1)服务是一种无形的活动过程,它能给予服务对象以利益和满足感;(2)服务是与有形资源、商品或实体产品有关或相互联系的商品,具有价值并可以出售。(3)服务是一种行为或过程,它的产生由需求开始,结果是满足需求;(4)服务双方有一定交互,服务传递可以通过一定的媒介。

1.1.2 服务的基本特征

与有形商品不同,服务具有的四个基本特征:

(1)无形性(Intangibility):又称为服务的抽象性和不可触知性。服务是抽象、无形和不可触知的,是无法以质量、形状、大小等标准来衡量。服务的无形性表现在:a.服务的很多元素看不见,摸不到,无形无质;b.读者在接受服务之前,往往不能肯定他能得到什么样的服务,因为大多数服务都非常抽象,很难描述;c.读者在接受服务后难以对服务质量作出客观的评价。因此,为了减少服务的无形性,读者通常会借助于有形部分来对服务作出相应的认识和评价。大到图书馆的整体服务环境、小到检索机以及馆员的服饰仪表都是读者判断服务优劣的依据。

(2)异质性(Heterogeneity):又称为可变性(Variability),变性,即使同一服务,由于提供者、时间、地点、环境等不同,读者感知的服务质量有差异。服务异质性产生的根源:a.馆员原因,即馆员的态度、技能、技巧、知识、素质等影响服务的绩效;b.读者原因,读者的知识、经验和动机,影响着服务的开展;c.馆员和读者间相互作用的原因,对于读者而言,服务在很大程度上依赖于读者与馆员之间的交互作用,尤其是在接触性较大的服务中,表现更为明显。例如读者感知图书馆的

服务,受许多因素(如馆员、时间、地点、环境,甚至读者心情)的控制和影响,往往因为这些因素的不同,使读者的感受有天壤之别。

(3)同步性(Inseparability):又称为不可分割性,即服务生产过程与消费过程在空间和时间上是同时并存的,一般而言,服务的提供与接受是同时发生的,可以说在时间和空间上它是单向性的、不可逆的。这一特征表明,读者只有而且必须加入到服务的生产过程之中,才能享受到服务,如读者到图书馆阅览室阅读图书。

(4)易逝性(Perishability):又称为不可储存性,即服务不能被储存,容易消失,服务只存在于其被产生出的那个时间点,一经生产,就必须被消费掉,否则就变得毫无用处。如图书馆的空座位、闲置的空间和设施。

1.2 图书馆服务

1.2.1 图书馆服务

什么是图书馆服务?美国图书馆学大师谢拉说,“服务,这是图书馆的基本宗旨”。《中国大百科全书·图书馆学情报学档案学》^①中将图书馆服务定义为:“图书馆利用馆藏和设施直接向读者提供文献和情报的一系列活动,有时也称图书馆读者工作。”其外延是:“现代图书馆不仅通过阅览和外借的方法为读者提供印刷型书刊资料,而且还提供缩微复制、参考咨询、编译报道、情报检索、情报服务、定题情报检索以及宣传文献情报知识的专题讲座、展览等服务。”

毕九江认为^②:图书馆服务是为满足读者的信息需求而开展的各项工作,服务可以划分为信息资源提供服务、信息咨询服务两类,图书馆服务的内涵并不单是指为满足读者的信息需求而开展的各项工

① 中国大百科全书本卷编纂委员会. 中国大百科全书·图书馆学情报学档案学. 北京:中国大百科全书出版社,1993:423

② 毕九江. 新世纪图书馆服务论. 图书馆,2000(6):47-48

作,还应包括图书馆的服务理念、服务质量、服务环境以及在图书馆服务过程中工作人员的业务能力、服务态度等。

王世伟认为^①:图书馆的服务是图书馆人以建筑设施、技术设备、文献资源为依托,以真挚的情感、聪明的才智和自觉的行动为代价、提供适合与满足读者对知识、信息需求和心理满足的劳动活动过程及活动所产生的结晶

鲁黎明将图书馆的服务定义为^②:“图书馆为了满足社会 and 用户的文献信息等多方面的需求,利用自身的资源,运用多种方法所开展的一系列服务活动。”

柯平认为^③:图书馆的服务是为满足读者和社会需求,利用图书馆的文献信息及其他各种资源,实现图书馆使用价值的全部活动。这一概念包括了三个要素:一是对象,即读者与社会;二是内容,即利用图书馆资源;三是目标,即实现图书馆使用价值。

刘昆雄认为现代图书馆服务具有4个层次^④:第一是作为休闲场所的图书馆服务;第二是作为学习场所的图书馆服务;第三是作为文化和信息中心的图书馆服务;第四是作为营销机构的图书馆服务。而图书馆每一个服务层次都是由许多具体的服务项目来实现的。

总之,图书馆服务是指图书馆面向读者所开展的服务活动或服务项目的总称。随着社会的发展、科技的进步,图书馆服务的内容和模式将不断改进和变化,图书馆服务也在不断发展和延伸。

1.2.2 图书馆服务包

1.2.2.1 图书馆服务包及要素

“服务包”(service package)源于北欧,是服务管理理论中有一个重要的概念,也被称为顾客的价值包,被广泛地应用于服务系统关于

① 王世伟. 服务是图书馆存在的理由. 图书馆论坛, 2002(5): 42-44

② 鲁黎明. 图书馆服务理论与实践. 北京: 北京图书馆出版社, 2005: 16

③ 柯平. 理解图书馆服务—新图书馆服务论之一. 图书馆建设, 2006(3): 12-16

④ 刘昆雄. 基于信息营销的图书馆业务流程重组研究. 中国图书馆学报, 2004(5)

质量的讨论和服务水准的评定中。服务包是指服务产品是各种有形产品和无形服务的一个集合或者组合。形象地讲,服务产品就像一个包裹,包括了各种服务,它由如下要素构成:

(1)核心服务

核心服务(core service)体现图书馆提供服务的最基本功能,满足读者对这类服务最基本的需要。即图书馆向读者提供信息服务的主要内容,它体现了图书馆的基本功能。例如,图书借阅、阅读服务、文献检索、参考咨询等都属于图书馆的核心服务。核心服务可分为显性服务和隐性服务,a. 显性服务(explicit service):显性服务是指图书馆的读者可以用感官觉察到的、为读者提供的基本或具有本质特征的服务利益。它是图书馆服务包的核心要素,是读者在图书馆里最直接的服务体验,由于可以直接感受到,因此,读者可以马上对其服务质量作出评判。若其质量不能让读者满意就会影响他们对其服务质量的评价,例如读者到图书馆找到了他所需要的文献资源,获得了科技查新报告;阅览室的温度、湿度和光亮度,读者投诉的反应时间等。b. 隐性服务(implicit service)是指读者在图书馆里能模糊感到服务带来的精神上的收获,隐性服务作用于读者的精神世界,满足读者的心理性需要,由于读者存在着个体的差异,因此对隐性服务的评价具有很强的主观性,图书馆服务更应该注重隐性服务给读者带来的精神和心理上的享受。例如:洁净温馨的阅览环境、馆员的服务态度、各类服务设施的安全便利等。

(2)便利性服务

便利性服务(facilitation service)是方便核心服务使用的附加服务。如果没有这种服务,读者将不会方便地使用核心服务,如在阅览室内提供用于读者的自助复印、扫描、影像设备等;便利性服务虽然不引人注目,但它仍然是图书馆服务的重要组成部分,影响读者对图书馆服务质量的评价。大量的研究证明:便利性服务是图书馆服务中的保健因素,它的存在并不一定让读者满意,但是它的缺少却会引起读者的不满。

(3) 支持性服务

支持性服务 (supporting service) 指提供服务前必须到位的服务资源,它们参与图书馆服务过程,是图书馆与读者的互动过程中的辅助性服务资源,对服务质量有重要的影响。主要包括建筑、物理环境和基本设施。它是一种附加服务,是用来提升服务价值,即提升图书馆服务的人性化,或者使该组织的服务与竞争对手之间产生差异性,以获得差异化优势。如图书馆内设置休闲茶吧,通过网络提供的短信、邮件提示等,都属于这一类服务范畴。

1.2.2.2 图书馆服务包要素评价标准

读者经历和感受服务包中的所有特性,即服务包中每一个方面都会影响读者的感受和体验,进而影响读者对图书馆服务的评价。下面列出了服务包的要素评价标准(见表1-1)。

表 1-1 图书馆服务包的要素评价标准

显性服务	隐性服务	支持性服务	便利性服务
服务效用	服务态度	地理位置	种类和可选择余地
可靠性	服务氛围	建筑物及周边环境	数量
质量的稳定性和一致性	服务等待	服务设施	一致性
配套服务的齐全性	地位、身份	外部装饰、内部装修	
性价比	舒适感	设施布局	
可接近性	保密性和安全性		
馆员培训	便利性		

资料来源: 蔺雷, 吴贵生编著. 服务管理. 北京: 清华大学出版社, 2008

1.2.3 图书馆服务特征

图书馆服务是一种特殊商品,除具有一般服务产品的特征外,与其他行业的服务相比,图书馆服务表现出独有特征:

(1) 图书馆服务的公益性

我国图书馆主要是由政府、社会团体、学校设立,其藏书设施是公

有的,工作人员劳动报酬和购书经费、活动经费由政府、社会团体、学校拨款,是政府或单位花钱雇人为公众或单位所属人员服务,因此决定了我国图书馆的公益性。2008年,中国图书馆学会通过的《图书馆服务宣言》就明确了公共图书馆“对社区的所有成员免费开放,不分职业、信仰、阶层与种族”的服务原则,这体现了图书馆服务的公益性特质。图书馆服务的公益性主要表现在:满足人们获取知识信息的需求,保存文化遗产的要求、知识信息自由的要求等。

(2) 图书馆服务的公平性

“公平性”要求图书馆以博爱精神关爱每一个公民,尊重每一个公民,坚决维护公民的合法权益。《公共图书馆宣言》指出:“每一个人都有平等享受公共图书馆的权利,而不受年龄、性别、宗教信仰、语言和社会地位的限制。”2008年,中国图书馆学会通过的《图书馆服务宣言》明确了公共图书馆“对社区的所有成员免费开放,不分职业、信仰、阶层与种族”的服务原则,这体现了图书馆服务的公平性。主要体现在:公民平等享有利用图书馆的权利、平等享有参与和监督图书馆管理的权利、平等享有对图书馆工作进行评价的权利、平等享有图书馆设施和服务的权利、平等享有遵守图书馆规章制度的权利和义务、平等享有图书馆服务资源的权利等。

(3) 图书馆服务的针对性

不同类型的图书馆,根据各自的性质和任务,确定服务目标,制定服务策略,针对不同读者开展特色服务,满足读者需求;例如针对儿童,除提供少儿读物外,还可以提供玩具、讲故事、儿童电视、录像放映等服务;针对大学生、中学生、小学生提供适应他们学习和成长需要的知识信息服务;针对专家学者,根据其研究方向,提供适合的知识信息服务,如定题跟踪、科技查新等服务;针对老年人,提供消遣性资料与卫生保健书刊资料等服务。

(4) 图书馆服务的读者参与性

读者参与性也是图书馆服务的一个重要特性。服务是通过馆员和读者之间的互动关系完成的,没有读者参与是无法进行的。

因此高水平的服务,不仅应是图书馆的责任,也包括读者的责任,读者必须遵守社会公认的行为准则和图书馆合理的规章制度,并为馆员提供必要的信息,配合馆员的工作,他们才能获得更优质的服务。

1.2.4 图书馆服务原则

蒋永福等认为^①:同社会上其他行业的服务相比,图书馆服务有着特定的原则及内涵。图书馆服务所遵循的原则可概括为五大方面:开放原则、方便原则、平等原则、创新原则和满意原则:

(1) 开放原则

图书馆自诞生之日起,从封闭到局部开放再到全面开放,经历了漫长的渐变过程。开放服务已成为现代图书馆的重要特征。开放原则是图书馆服务的首要原则,开放是服务的前提,没有开放便无服务可言。现代意义上的图书馆开放,是一种全面开放,包括资源开放、时间开放、人员开放和馆务公开。

(2) 方便原则

图书馆服务中的方便原则亦可称作“简便原则”、“便利原则”或“省力原则”。为服务对象提供方便,是任何一种服务共同追求的目标。不能提供方便的服务注定不会受人们欢迎,甚至被抛弃。方便是服务的本质,方便是服务的核心。图书馆服务中的方便原则主要体现在:馆舍位置要方便读者,资源组织要方便读者,服务设施要方便读者,服务方式要方便读者等。

(3) 平等原则

“图书馆面前人人平等”,是图书馆界的“人权宣言”。图书馆服务中的平等原则,要求图书馆以博爱精神关爱每一个读者,尊重每一个读者,坚决维护读者的合法权益。在图书馆服务中贯彻平等原则,就表现为对读者权利的充分维护。

^① 蒋永福,付军. 图书馆服务五原则. 中国图书馆学报,2003(3)