

# 图书馆 全面质量管理

TUSHUGUAN QUANMIAN ZHILIANG GUAN

罗曼著



安徽大学出版社

国家社会科学基金资助项目

# 图书馆全面质量管理

罗 曼 著

安徽大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

图书馆全面质量管理/罗曼著—合肥:安徽大学出版社,2003.5

ISBN 7-81052-662-6

I.图... II.罗... III.图书馆管理:全面质量管理—中国 IV.G259-22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 034520 号

## 图书馆全面质量管理

罗 曼 著

---

|      |                        |     |                   |
|------|------------------------|-----|-------------------|
| 出版发行 | 安徽大学出版社                | 经 销 | 新华书店              |
|      | (合肥市肥西路3号 邮编 230039)   | 印 刷 | 安徽省天歌印刷厂          |
| 联系电话 | 编辑室 0551-5106428       | 开 本 | 850×1168 1/32     |
|      | 发行部 0551-5107784       | 印 张 | 6.25              |
| 电子信箱 | ahdxchps@mail.hf.ah.cn | 字 数 | 153 千             |
| 责任编辑 | 徐 建                    | 版 次 | 2003 年 5 月第 1 版   |
| 封面设计 | 张 犇                    | 印 次 | 2003 年 5 月第 1 次印刷 |

---

ISBN 7-81052-662-6/C·15

定价 15.00 元

---

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

# 目次

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 1 绪论 .....        | [1] |
| 1.1 信息技术的冲击 ..... | [1] |
| 1.2 竞争的加剧 .....   | [2] |
| 1.3 用户需求的变化 ..... | [5] |

## 理 论 篇

|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| 2 质量与全面质量管理 .....                        | [11] |
| 2.1 质量与服务质量 .....                        | [11] |
| 2.2 全面质量管理 .....                         | [17] |
| 3 图书馆全面质量管理解析 .....                      | [40] |
| 3.1 图书馆实施全面质量管理的可行性 .....                | [40] |
| 3.2 图书馆全面质量管理的含义 .....                   | [46] |
| 3.3 图书馆全面质量管理的要素 .....                   | [48] |
| 3.4 图书馆实施全面质量管理的意义 .....                 | [51] |
| 3.5 图书馆实施全面质量管理的障碍 .....                 | [53] |
| 4 图书馆服务绩效测量 .....                        | [65] |
| 4.1 图书馆服务绩效测量概述 .....                    | [65] |
| 4.2 阮冈纳赞的图书馆服务绩效测量思想 .....               | [67] |
| 4.3 有关图书馆服务绩效测量的经典著作 .....               | [73] |
| 4.4 关于图书馆服务绩效测量的重要标准和指导方针<br>.....       | [76] |
| 4.5 图书馆服务绩效和用户需求测量工具<br>——SERVQUAL ..... | [79] |

|                          |      |
|--------------------------|------|
| 4.6 图书馆服务绩效测量发展的特点 ..... | [94] |
|--------------------------|------|

## 实 践 篇

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 5 图书馆全面质量管理实践 .....               | [101] |
| 5.1 国外图书馆全面质量管理实践 .....           | [101] |
| 5.2 我国图书馆全面质量管理实践 .....           | [129] |
| 5.3 国内外图书馆实施全面质量管理的经验和教训<br>..... | [139] |

## 应 用 篇

|                                                         |       |
|---------------------------------------------------------|-------|
| 6 图书馆全面质量管理模型 .....                                     | [147] |
| 6.1 美国哈佛大学图书馆的全面质量管理模型 .....                            | [147] |
| 6.2 美国 3M 公司信息中心的全面质量管理模型 .....                         | [150] |
| 6.3 Peter Brophy 和 Kate Coulling 的图书馆全面质<br>量管理模型 ..... | [152] |
| 6.4 研究图书馆的全面质量管理模型 .....                                | [155] |
| 6.5 我国图书馆全面质量管理模型 .....                                 | [157] |
| 7 全面质量管理在图书馆技术服务中的应用 .....                              | [173] |
| 7.1 全面质量管理在编目工作中的应用 .....                               | [173] |
| 7.2 全面质量管理在采访工作中的应用 .....                               | [180] |
| 7.3 图书馆技术服务中全面质量管理的可行方式 .....                           | [186] |
| 附录 1: 中山大学图书馆服务质量问卷调查表 .....                            | [189] |
| 附录 2: 图书馆馆际互借服务质量调查表 .....                              | [193] |

# 1 绪论

从 20 世纪 90 年代开始,图书馆就处于一个剧烈变化的生存环境之中,因此,如何准确地定位是 21 世纪图书馆面临的最大挑战。

## 1.1 信息技术的冲击

信息技术,尤其是网络技术的迅速发展,对图书馆的各个层面都造成了强大冲击,这主要表现在三个方面:

### 1.1.1 信息技术改变了图书馆的组织结构

传统图书馆按照层层等级传递信息,其信息流是严格的自上而下或自下而上逐层传递的。随着通讯、网络等信息技术不断应用于图书馆管理与服务系统,信息充分共享成为可能。信息技术缩短了成员之间交流和沟通的时空距离,信息的有效流动逐渐削弱了中层管理人员的作用,从而支持组织结构由刚性的金字塔式向较柔性的扁平式转变。

### 1.1.2 信息技术拓展了图书馆的服务边界

信息技术提高了图书馆与外部组织之间获取和处理信息的效率,促使图书馆边界向外扩张。具体表现为:图书馆之间的合作与交流不断增多,如馆际互借、合作开发项目等;图书馆与其他部门,如企业、科研机构等的合作也日益频繁。这使得图书馆的服务项目不断扩展,图书馆的服务意识也不断增强。

### 1.1.3 信息技术提高了用户对图书馆的服务期望

信息技术所带来的信息快速传递,减少了图书馆与用户之间的沟通环节,降低了图书馆与用户之间的沟通与交流成本。因特网不仅为图书馆提供了成本低廉而有效的宣传形式,同时也使用户更容易介入图书馆的服务生产、传播与利用的全过程。用户可以通过电子邮件、网络论坛等途径表达自己的服务需求,提出对图书馆各项服务的建议,甚至发泄对图书馆个别工作人员的不满,从而更方便有效地利用图书馆。同时,用户对图书馆的期望值也大大提高,图书馆服务场所不再局限于图书馆建筑之内,服务方式也由面对面变为可通过网络或其他通讯工具进行。

以因特网为代表的信息技术已改变了图书馆的服务职能与范围,因此,传统图书馆服务理论亟需发展与充实,以适应这一新的环境。

## 1.2 竞争的加剧

信息已成为推动社会发展最重要的资源,其无可替代的地位使得信息服务业成为 20 世纪末最炙手可热的职业之一。21 世纪,信息技术的进步将为信息服务业提供更广阔的发展空间,越来越多的机构、人员将进入这一领域。因此,作为信息服务业一个组成部分的图书馆,将处于一个更加充满竞争和压力的环境之中。美国哈佛商学院教授迈克·波特(Michael Porter)所提出的竞争作用力模型(如“图 1-1”所示)可以很好地说明这个问题。

### 1.2.1 供方

图书馆所面临的首要竞争是来自供方。作为图书馆供方的出版社、杂志社、报社、专利部门、数据库商、光盘公司等都已(将)直

接进入市场,这一方面增加了图书馆购买资料的压力;另一方面,它们也成为图书馆强有力的对手,同图书馆争夺已在流失的用户。

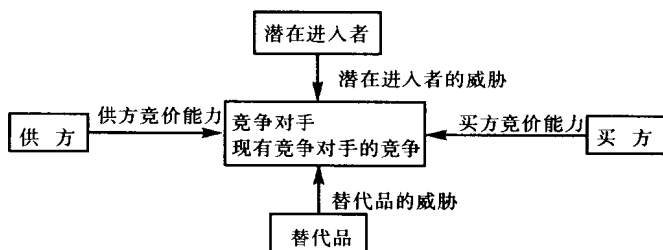


图 1-1 波特的五种竞争作用力分析模型<sup>①</sup>

### 1.2.2 买方

图书馆所面临的第二种竞争来自于买方,即图书馆用户,用户的力量直接制约着图书馆的生存和发展能力。根据用户使用图书馆的不同目的,大体上可以将他们划分为闲暇型和研究型两大类。近些年,由于广播、电视、报刊等大众传媒的迅速普及,已夺走了图书馆相当大部分的闲暇型用户。而网络的发展,又使得原来为图书馆所专有的研究型用户成为图书馆、网络兼用型用户。以中科院为例,现在许多研究人员和学生都是利用本所的计算机从网上获取资料的。随着图书馆用户选择的日益多样化,图书馆已丧失了文献、信息提供中所固有的优势地位。

### 1.2.3 潜在进入者

图书馆所面临的第三种竞争是潜在进入者,他们的出现将打破信息服务业内的平衡,导致行业内部用户的重新分配。在潜在进入者中,网络信息提供者——ICP(Internet Content Provider)将对图书馆构成最大的威胁。现有的 ICP 凭借其更加快捷、方便、新颖、全面的信息服务已吸引了大量图书馆用户。以美国 IBM 的

信息网络为例,它向全球 90 多个国家和地区的 650 个城市提供网络信息服务,拥有 100 多万用户。<sup>②</sup>随着具备上网条件的用户越来越多,在未来,ICP 将成为图书馆用户的主要流入领域,图书馆研究型用户很可能会成为他们的专用户。英国学者卓普逊曾指出:“电子计算机和远程通讯技术的日益结合,必将取代图书馆储存和传播知识的功能”。<sup>③</sup>虽然这只代表了一部分人对图书馆未来的看法,但确实值得我们注意。

#### 1.2.4 替代品

替代品的优势往往在于拥有更便宜的价格、更方便的存取途径。现在网络信息资源已构成图书馆文献服务的替代品。通过网上的亚马逊书店(amazon.com)、8848 网站,人们不但可以获得新书送上门的服务,还可以享受到 5~7 折的优惠。

#### 1.2.5 竞争对手

最后一种竞争力来自于图书馆之间的相互竞争。作为一项国家事业、一种公益性服务机构,图书馆长期以来基本上处于相安共处状态。但随着外部环境的变化和图书馆财政的不断紧缩,这种态势已经一去不复返,图书馆之间的竞争将成为不争的事实。以北京海淀区为例,在方圆不足 10 公里的范围内,分布着中国国家图书馆(原北京图书馆)、中科院图书馆、北京大学图书馆、清华大学图书馆、中国人民大学图书馆等多家图书馆。虽然中科院图书馆、各大学图书馆是以自己的研究人员、教师、学生作为主要服务对象,但如何以特色化服务吸引更多的用户、充分显示自身的价值和存在的意义,将使图书馆之间不可避免地展开竞争。

通过上述分析,我们可以看出,处于 21 世纪极其激烈的竞争环境中的图书馆如何做出相应调整,将关系着图书馆的命运。

## 1.3 用户需求的变化

1962年,美国总统J·肯尼迪提出的“消费者主权议案”将人类带入了消费者权益保护运动的新时代,消费者的权益意识日益高涨,服务、质量、满意度等概念逐渐受到人们的重视。消费者运动虽然起源于企业,但是其理念很快遍及所有的组织,包括图书馆在内的服务性机构。从“消费者请注意”到“请注意消费者”是这种理念的核心转变。具体到图书馆,就是从“用户请注意”转变为“请注意用户”。除了信息技术的因素外,用户需求的变化和图书馆服务意识的危机都对这一理念的转变起到了巨大的促进作用。

### 1.3.1 个性需求的回归

之所以称为“回归”,是因为在过去相当长的时期内,工商业都是将消费者作为单独个体进行服务的。在这一时期,个性消费是主流。只是到了近代,工业化和标准化的生产方式才使消费者的个性被淹没于大量低成本、单一化的产品洪流之中。另一方面,在短缺经济或近乎垄断的市场中,消费者的选择余地本来就很少,个性因而不得不被压抑。但是随着社会经济的发展,卖方市场转变为买方市场,同质产品日益增多,消费者能够以个人心理的满足作为商品选择与购买的基础,消费者的个性化需求重新得到展现。同时,网络技术的发展将进一步促进消费者个性化需求的不断膨胀。

消费者作为图书馆的服务对象,虽然角色由消费者转变成了用户,但是其需求与服务的个性化特征并没有改变,因而在与图书馆的互动关系中也体现出了这一特性。用户的个性需求使得他们从以前的“量”的意识转向“质”的意识,从而对图书馆传统服务理念的转变提出了要求。

### 1.3.2 求知主动性的增强

在社会分工日益专业化的趋势下,虽然大多数消费者缺乏足够的专业知识对产品或服务进行鉴别和评估,但他们获取与产品或服务有关的信息和知识的心理需求并未因此消失,反而日益增强。这种求知欲不仅仅局限于服务或产品方面,在新闻、体育、娱乐、文化、艺术、科学、哲学还有与其工作或学习相关的专业知识上也都强烈地表现出来。这主要是由于社会发展速度日益加快、技术创新周期日益缩短,使得社会更具不稳定性与不确定性造成的。

用户不断增强的求知主动性在图书馆的两个层面产生影响。直接影响是用户对图书馆的馆藏资源提出了更高要求,尤其强调了馆藏资源的“新颖性”;更深层次的影响是由于新知识、新思想的传播扩散速度不断加快,使得诸如营销管理等当代热门学科的基本概念、基本思想渐为人们所熟知,具有营销知识的用户自然会对包括图书馆在内的各种服务性组织产生更多的要求。因而,传统的图书馆服务理论同样受到了挑战。<sup>④</sup>

面对上述种种变化,图书馆该如何抉择?

美国著名质量管理专家朱兰曾预言:21 世纪将是质量的世界,只有那些提供高质量产品和服务的机构才能繁荣发展。<sup>⑤⑥</sup>因此,把服务质量看做图书馆的生命线,以质量求生存,以质量求发展,就是图书馆的惟一选择。

也正因为如此,从 20 世纪 90 年代开始,美国、英国、北欧四国(地区)、澳大利亚等发达国家的图书馆界纷纷将目光转向全面质量管理,从理论上开展了一系列研究,希望建立起一套能有效提高图书馆服务质量的理念和方法。部分图书馆积极进行了实践,也都取得了良好的效果。

处于困境中的我国图书馆要想改善自己在公众中的形象,提升自己在社会上的地位,在 21 世纪有所作为,就必须不断提高服

务质量。有鉴于此,本书在对国内外图书馆全面质量管理理论和实践进行深入分析研究的基础上,提出了关于图书馆全面质量管理的系统理论和应用模型,希望藉此可以对我国图书馆服务质量的改进起到指导作用。

#### 引用和参考文献:

- ①(美)迈克·波特著,陈悦译.竞争战略——分析产业和竞争者的技巧.北京:华夏出版社,1997
- ②罗曼.网络环境下的信息服务.中国信息导报,1997(2):15
- ③顾小华,张亚红.图书馆面对技术渗透的三种概念.情报杂志,2000(6):55~57
- ④庄育飞.图书馆服务质量管理研究.硕士学位论文,2000
- ⑤ William Glasser. The quality school: managing students without coercion. New York:Harper perennial;2
- ⑥蒲伦昌.世界质量管理——新特点新趋势.北京:中国经济出版社,1992:55



# 理 论 篇



## 2 质量与全面质量管理

### 2.1 质量与服务质量

#### 2.1.1 质量

人们对质量的理解和认识有一个逐渐深化的过程,可以说,质量的含义是随着生产力的发展、社会的进步逐步深化的。不同历史阶段出现的事物都必然有其不同的历史内涵。虽然人类追求质量的圆满和完善的历史源远流长,但在生产力低下的历史时代,物质极度匮乏,人们渴望的主要是在产品数量上能够得到一定程度的满足,以维持生活的最基本的需求。因此,在那时,人们对质量的理解和认识,主要体现在突出产品的数量、突出产品的存在方面。

随着商品经济的形成和发展,质量的概念开始正式形成。但受当时生产力水平的限制,人们对质量所下的定义仅仅是“符合规格、具备应有功能、便于使用”。此定义容易导致生产方偏向于内部生产过程的控制,因而常常出现生产方认为质量好却不受顾客欢迎的现象。随着市场日益繁荣,产品竞争日趋激烈,生产企业为了能赢得市场竞争的胜利,在市场上占有一席之地或提高其产品的市场占有率,就不能不想方设法满足顾客的实际需要,提高产品使用效果。因此,这时质量的定义开始以顾客为着眼点,“质量就是满足顾客需求”。质量不仅要符合规格和性能指标,还要考虑产品能否卖得出去;企业不仅要提供有价值的产品,而且要满足顾客的最大期望,为他们提供永久的利益。因此,质量的观念就演化为不断创新,倾听顾客的呼声,更多地了解顾客需要,开拓潜在市场,

从而在战略高度、广义角度赋予质量以新的含义：

质量不仅包括结果，还包括质量的形成和实现过程；

质量不仅包括产品质量和服务质量，还包括它们形成和实现过程的工作质量；

质量不仅要满足顾客的需要，还要满足社会的需要，并使顾客、业主、职工、供应者和社会均受益；

质量不仅存在于工业，也存在于服务业以及其他行业。<sup>①</sup>

总之，根据这种广义的质量定义，质量存在于一切可以单独描述和考虑的事物(实体)之中，质量影响到与其有关的各个方面，质量也应该造福于与其有关的各个方面。可以说，质量是无处不在、无时不在的，质量是人类社会实践活动中永恒的主题。

### 2.1.2 服务

(1)服务的定义。服务一般是以无形的方式，在顾客与服务员工、有形产品或服务系统之间发生的，可以解决顾客问题的一种或多种行为。<sup>②</sup>

随着商品经济的形成和发展，质量的概念开始正式形成。但受当时生产力水平的限制，人们对质量所下的定义仅仅是“符合规格、具备应有功能、便于使用”。此定义容易导致生产方偏向于内部生产过程的控制，因而常常出现生产方认为质量好却不受顾客欢迎的现象。随着市场日益繁荣，产品竞争日趋激烈，生产企业为了能赢得市场竞争的胜利，在市场上占有一席之地或提高其产品的市场占有率，就不能不想方设法满足顾客的实际需要，提高产品使用效果。因此，这时质量的定义开始以顾客为着眼点，“质量就是满足顾客需求”。质量不仅要符合规格和性能指标，还要考虑产品能否卖得出去；企业不仅要提供有价值的产品，而且要满足顾客的最大期望，为他们提供永久的利益。因此，质量的观念就演化为不断创新，倾听顾客的呼声，更多地了解顾客需要，开拓潜在市场，