

基于网络环境的 高校图书馆服务创新研究

王 琴 著

JIYU WANGLUO HUANJING DE GAOXIAO TUSHUGUAN
FUWU CHUANGXIN YANJIU



中国原子能出版社
China Atomic Energy Press

基于网络环境的 高校图书馆服务创新研究

王 琴 著



中国原子能出版社
China Atomic Energy Press

图书在版编目 (CIP) 数据

基于网络环境的高校图书馆服务创新研究 / 王琴著.

— 北京 : 中国原子能出版社, 2018. 6

ISBN 978-7-5022-9138-9

I. ①基… II. ①王… III. ①院校图书馆—图书馆服务—研究 IV. ①G258.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 136376 号

内容简介

本书直面网络环境高校图书馆服务面临的挑战, 以基于网络环境的高校图书馆服务创新为主题, 从服务创新体系、服务创新理念、服务创新模式、服务资源共享等角度对网络环境的高校及其他领域图书馆服务创新进行多角度、全方位的研究。本书可作为高校图书馆工作人员学习、参考的专业学术著作。

基于网络环境的高校图书馆服务创新研究

出版发行 中国原子能出版社 (北京市海淀区阜成路 43 号 100048)

责任编辑 高树超

装帧设计 河北优盛文化传播有限公司

责任校对 冯莲凤

责任印制 潘玉玲

印刷 定州启航印刷有限公司

开本 787 mm×1092 mm 1/16

印张 12.75

字数 280 千字

版次 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-5022-9138-9

定价 49.00 元

发行电话: 010-68452845

版权所有 侵权必究

前 言

随着信息技术的不断进步和计算机网络的飞速发展,知识传播渠道和学术交流方式发生了深刻的变化,这在很大程度上促进了数字化、网络化信息环境快速地在高校图书馆服务创新中的应用和发展。当今高校图书馆面临的网络环境是由网络设施、硬件、软件、信息系统、信息资源和人等因素有机组成的普遍存在的、综合性的网络环境,具有相当快速和便捷的知识存取和交流的功能。新的网络环境的出现,一方面为用户提供了多层次、多途径获取信息的渠道,某种程度地分流了高校图书馆的传统服务,同时也引发了用户新的信息需求,导致了用户新信息行为的巨大变化。在这种新的网络环境下,尽管高校图书馆在服务方面做了不少有意义的探索,高校图书馆的服务与技术发展及用户的需求之间仍然存在不小的差距,为高校图书馆的服务创新提供了巨大的空间。

置身于高校图书馆的工作环境,进入新世纪之后,随着技术的发展和社会的进步,深感高校图书馆用户的需求发生了深刻的变化,并且仍在变化中。随着网络的普及,大数据、云计算的应用,MOOCS(慕课)的兴起,尤其是移动通信及各种新媒体的出现及其在知识信息领域的广泛应用,对高校图书馆服务创新提出了严峻的挑战,如何在新的网络环境下满足用户的信息需求,值得认真研究。

笔者关于基于网络环境的高校图书馆服务创新的思考始于十多年前,其源起完全来自日常工作的观察、感悟和思考。通过调研,于2007年发表了“基于网络环境的大学图书馆读者服务工作的思考”(王琴,2007)一文^①,受到有关同事和同行的鼓励。于是,聚焦于网络环境下高校图书馆服务创新的思考,将基于网络环境的高校图书馆服务创新问题的研究纳入了自己工作之余的探讨,并申报了相关的研究项目,于2013年承担(主持)了浙江省高校图书情报工作委员会的立项项目“基于泛在知识环境的高校图书馆服务创新研究”,2014年又成功申报并主持完成了2014年度浙江省教育科学规划办公室立项课题“基于大学生成长的高校图书馆知识服务研究”等,在完成这些课题的过程中,针对与基于网络环境的高校图书馆服务创新相关的问题,请教了一些国内高校图书馆界相关专家,在此基础上,于2014年拟订了写作此书的提纲,经过对网络环境下高校图书馆服务创新的广泛调查研究,历时数载,几易其稿,终于完成了这个多年的心愿。

网络环境下高校图书馆服务创新的领域十分广泛,本书重点探讨了六个方面的问题:①网络环境下高校图书馆的服务创新的基本理论,如网络环境下高校图书馆服务创

^① 王琴. 基于网络环境的大学图书馆读者服务工作的思考[J]. 浙江万里学院学报, 2007, 20(4): 167-169.

新的基本内涵、动力机制及基本原则；②网络环境下高校图书馆服务理念的创新，探讨了高校图书馆服务理念的演变与形成，网络环境下高校图书馆服务理念创新的基本内容及对网络环境下高校图书馆服务理念创新的总结和升华；③网络环境下高校图书馆的用户信息需求，探讨了网络环境下高校图书馆服务应以用户需求为导向，网络环境下高校图书馆用户信息行为的特征，网络环境下高校图书馆用户信息需求的变化及网络环境下高校图书馆用户信息需求的满足；④网络环境下高校图书馆的服务模式，探讨了网络环境下高校图书馆传统服务模式面临的挑战，目前高校图书馆的服务模式存在的问题及网络环境下高校图书馆服务模式的创新；⑤网络环境下高校图书馆的服务能力建设，探讨了网络环境下高校图书馆服务能力建设的必要性，网络环境下高校图书馆服务能力的基本理论及网络环境下高校图书馆服务能力的建设思路；⑥网络环境下高校图书馆员服务素质的提升，对网络环境下高校图书馆员角色进行了分析，探讨了网络环境下高校图书馆员的素质状况，对网络环境下高校图书馆员素质面临的挑战与对策进行了思考。

随着技术的不断进步和社会的发展，高校图书馆的网络环境还会不断发展，用户的需求也会不断发生新的变化，以不变应万变显然不是理想的应对之策。也许，随着网络环境的变化，高校图书馆的服务创新不断向新的领域延伸并不断向深层次拓展，才是我们应该考虑的。

基于网络环境的高校图书馆服务创新研究是一种理论思考和探索。由于高校图书馆服务是一项可持续发展的事业，因此高校图书馆服务创新的理论与实践探索永远在路上。

2017年12月

目 录

- 1 网络环境下高校图书馆服务创新的理论分析 / 001
 - 1.1 网络环境下高校图书馆服务创新的基本内涵 / 002
 - 1.2 网络环境下高校图书馆服务创新的动力机制 / 008
 - 1.3 网络环境下高校图书馆服务创新的基本原则 / 023
- 2 网络环境下高校图书馆服务理念的创新 / 033
 - 2.1 高校图书馆服务理念的演变与形成 / 033
 - 2.2 网络环境下高校图书馆服务理念创新的基本内容 / 043
 - 2.3 网络环境下高校图书馆服务理念创新的总结和升华 / 054
- 3 网络环境下高校图书馆的用户信息需求 / 062
 - 3.1 网络环境下高校图书馆服务应以用户需求为导向 / 062
 - 3.2 网络环境下高校图书馆用户信息行为的特征 / 069
 - 3.3 网络环境下高校图书馆用户信息需求的变化 / 077
 - 3.4 网络环境下高校图书馆用户信息需求的满足 / 083
- 4 网络环境下高校图书馆的服务模式 / 090
 - 4.1 网络环境下高校图书馆传统服务模式面临的挑战 / 090
 - 4.2 目前高校图书馆的服务模式存在的问题 / 099
 - 4.3 网络环境下高校图书馆服务模式的创新 / 110
- 5 网络环境下高校图书馆的服务能力建设 / 124
 - 5.1 网络环境下高校图书馆服务能力建设的必要性 / 124
 - 5.2 网络环境下高校图书馆服务能力的基本理论 / 131
 - 5.3 网络环境下高校图书馆的服务能力建设 / 144

6 网络环境下高校图书馆员服务素质的提升 / 151

6.1 网络环境下高校图书馆员角色的科学分析 / 151

6.2 网络环境下高校图书馆员的素质分析 / 164

6.3 网络环境下高校图书馆员素质面临的挑战与对策 / 173

参考文献 / 180

1 网络环境下高校图书馆服务创新的理论分析

网络环境下高校图书馆服务创新,作为服务创新的一个领域,既遵循服务创新领域的某些基本规律,又有别于一般服务业的服务创新特点。例如,其服务对象不是普通的客户,而是有信息或知识需求的读者或用户,而且高校图书馆的读者或用户又是一个非常独特的群体;另外,高校图书馆的用户服务有别于一般服务企业的买卖关系。当前,高校图书馆的用户服务主要还是一种公益性的事业,在一定程度上,高校图书馆服务是一项公益性事业,因此以社会效益为主,并通过自身服务能力来体现。网络环境下高校图书馆服务创新的根本目的,是为了提高用户的满意度、降低服务产品与劳务的成本,调动高校图书馆员服务创新的积极性和主动性,提高高校图书馆的服务能力,将高校图书馆的内部要素进行重新组合,或通过改进现有的服务手段和服务方式对高校图书馆服务进行的一系列主动创新。高校图书馆服务创新涉及其内部和外部两个层面:首先,从高校图书馆内部来看,影响高校图书馆服务创新的内部各要素间相互联系、相互作用,如职能定位、机构设置、办馆理念、馆员素质等,其服务创新必然涉及高校图书馆内部多种要素的同向变化。如果内部各要素间变化方向不一致,就会削弱创新的效果,降低创新的效率。其次,从整体角度看,高校图书馆服务是由多个子系统相互作用而组成的复杂大系统,各子系统及各子系统内各要素相互作用、相互影响。高校图书馆服务创新不仅与服务系统内部因素有关,还与用户需求、技术发展状况及其在图书馆的应用、社会竞争及政策环境等相关的其他外部因素有关。因为高校图书馆都不是一个孤立的系统,其服务创新既要考虑影响其服务创新的内部动力,又不能忽视外部因素的影响。从网络环境下高校图书馆服务创新的现实状况看,高校图书馆是一个开放系统,不断地从外界环境中输入创新所需的信息资源,不断优化馆藏资源结构,使服务创新能力不断提升,用户满意度不断提高,服务创新得以实现。网络环境下高校图书馆服务创新的研究应该从服务系统创新的角度,对新的信息技术条件下服务创新的基本内涵、动力机制及基本原则进行深入的探讨,从而提升网络环境下高校图书馆服务创新的能力和水平,以便更好地服务于用户。

1.1 网络环境下高校图书馆服务创新的基本内涵

1.1.1 服务创新的概念及特征

(1) 服务创新的概念

服务创新在现代经济尤其是知识经济中发挥着非常重要的作用。传统的创新研究主要聚焦于制造业,与技术创新研究相比,服务创新的研究却比较滞后。分析服务创新的研究现状,可以发现其研究有三个基本难点(蔺雷,吴贵生,2005)^[1]。

①现有创新理论主要建立在制造业技术创新活动分析的基础之上,针对服务创新活动的理论研究非常缺乏,虽然很多学者将制造业中的创新理论运用到服务创新研究中,但并不能完全揭示服务创新的规律。②服务活动的特有属性使服务的“产出”难以度量,传统指标和方法(如生产率测度)很难得到运用,同时服务的改进或变化也较难观察到。这种测度上的困难使对创新活动难以进行定量描述,因而限制了对它的研究。③对“服务”概念及相关理论问题在理解和界定上的模糊给服务创新研究造成了较大困难。例如,对服务概念界定的不一致以及不同服务部门间的性质差异过强都使学者们很难总结出服务创新的普遍规律。以上三个难点引发了针对服务创新的不同研究观点,并形成相应的几个研究视角。综合各种服务创新研究成果不难发现,服务创新研究主要基于以下三种研究视角展开(杨广,李美云等,2009)

^[2]。①技术导向视角。该视角来源于制造业的创新研究,认为服务创新主要是技术创新,其基本观点就是服务业正在演变为技术和资本密集型产业,因此,服务业的创新研究应该围绕信息技术应用这个核心问题展开。②服务导向视角。该视角认为,应该根据服务自身的特征建立新的创新理论体系,并以服务消费理论为基础,把服务产品作为创新的研究对象,探寻服务创新与制造业创新的差异,重点研究适用于服务创新的产业政策。③整合视角。随着产业融合趋势的加强,整合视角把产业演化理论与产业组织理论结合起来,试图建立一个既有别于传统制造业创新又能适用于制造业和服务业创新的理论体系。

持服务导向视角观点的学者认为,服务创新与制造业创新有着很大的区别,服务创新有自己的动力和体系特征。因此,服务创新研究需要新的理论和工具,应该更加注重服务本身的特点。这些学者所界定的服务创新从形式到内容都与制造业创新有着较大的差异,内涵也要比制造业创新丰富得多。他们认为,服务创新过程是一个较技术创新更为复杂的过程,包括相当丰富的内部和外部交互作用。他们认为,服务创新就是与创新有关的一切变化过程。Van Ark等(2003)^[3]将服务创新定

义为：一种可能单独发生在服务理念、与顾客相互交往的渠道、技术理念、服务传递等方面，也可能同时发生在它们的多个组合之中的有意义的新变化。这种变化会促使企业的技术、人力资源、组织能力、组织架构等发生结构性变化，导致企业产生一种或多种新的服务功能，进而改变企业在市场上销售的产品和服务。Vargo 和 Lusch (2004)^[4] 认为服务是一切经济交易的基础，应该建立一个新的主导逻辑思想——服务主导逻辑。在此之后的以服务为中心的视角中，研究大都认为服务是一个满足顾客不同需求的过程，即增值的过程，服务主导逻辑应该代替产品主导逻辑的管理思想。在这种思想指导下，服务创新就是一种价值创新和价值创造，是一个几乎涵盖企业生产、销售、售后等所有流程的过程 (Blazevic & Lievens, 2008)^[5]。因此，服务创新逐渐被认为是企业、行业甚至整个经济可持续发展和维持持久竞争力的有效途径。根据 Hertog 等 (2010)^[6] 关于服务创新四维度理论，服务创新包括新服务概念、新顾客界面、新服务传送系统和技术选择四个方面的内容。

从满足用户需求的意义上考虑，服务创新需要跨学科的交流和合作，它是一种技术创新、业务模式创新、社会组织创新和需求、用户创新的综合。所以，最有意义的服务创新来自对服务对象的深入了解，这个深入比一般的产品创新要深入得多。从这样的角度理解服务创新，甚至可以认为服务创新就是使潜在用户感受到不同于从前的崭新内容，是指新的设想、新的技术手段转变成新的或者改进的服务方式。由于服务领域广泛，到目前为止，关于服务创新的理解，研究者们各有视角，欧盟在 1995 年开始实施的 SI4S^① 项目（欧洲服务业创新系统研究项目）在对欧洲国家的服务型企业进行调查后认为，“服务创新”是新的或提高的产品或服务，或在服务中使用新的技术，或在服务中对现存技术的新应用（苏敬勤，洪勇等，2010）^[7]。从其定义及其主要内容可以看出，服务创新的内涵十分广泛，服务的无形性等特征使其与传统的产品技术创新之间存在明显的差异。而从不同角度研究服务创新活动，都能够发现其不同的属性特征。

服务创新的概念有广义与狭义之分。从广义上讲，服务创新是指一切与服务相关或针对服务的创新行为与活动；从狭义上讲，服务创新就是指发生在服务业中的创新行为与活动（蔺雷，吴贵生，2003）^[8]。可见，服务创新的概念抽象，其外延比较宽泛，所以服务创新活动并非仅局限于服务业本身，同样存在于其他行业和部门。服务创新发生的范畴可分为三个层次：服务业、制造业及非营利性的公共部门。

（2）服务创新的特征

服务在本质上是一个过程，具有“无形性”“生产和消费的同时性”“易逝性”“不

① The Project Services In Innovation, Innovation In Services—Services in European Innovation Systems(SI4S)。

可储存性”等特性，因而服务创新也具有不同于技术创新的独特性质，服务创新的特征在很大程度上来源于服务本身特有的属性，具体来说，服务创新的特征主要表现为以下几个方面。

第一，创新的无形性。对于传统的制造业创新来说，技术创新是一种有形的活动，结果也是一种有形产品，具有明确的载体，如新的产品或新的生产工艺。而服务创新则是一个无形的过程，服务创新是提供一种新的解决问题的方法，它往往表现为一个无形的概念、过程 and 标准，如一种新的服务方式、新的服务理念，甚至一款新的保险产品的设计等。服务质量管理专家克里斯蒂·格鲁诺斯（1988）^[9] 早就明确指出：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一系列行为。高校图书馆服务是图书馆运用图书馆资源满足用户对文献信息需求的行为和过程。

第二，用户导向性。相对于技术创新的技术导向性，服务创新则更多地以用户的需求为导向，通过对用户需求的研究，能更好地推动服务创新，用户不仅推动服务创新活动，而且还积极地参与到创新过程中来。由于服务是由生产者和消费者合作生产的，因而在服务创新中，客户的需求是创新的出发点，也是服务创新最终完成的结束点，客户参与到了创新的全过程中，而且很多服务创新本身就是在与客户的相互作用中针对特定的问题而产生的。在客户参与的服务创新中，生产者和消费者之间的界线是不确定的，某些生产活动可以由生产者转移到消费者那里，如在许多消费者服务中的自助服务创新。另一个生产活动再分配的例子是服务外包。在很多服务创新中，客户扮演了“准员工”的角色，因此，对客户“准员工”角色的培训以及激励客户参与创新，已经成为服务生产商追求的竞争能力之一。

第三，形式的多样性。在制造业创新中，技术创新处于主导地位，其他创新要么是为了技术创新而进行的，要么是由技术创新推动的。但在服务创新中，正如前面提到的有关创新的概念，服务创新中不仅包括技术创新，非技术创新也是一个更为重要的因素，创新形式则是多样化。服务创新的类型不仅包括产品创新、过程创新、市场创新和组织创新，还包括“专门创新”“传递创新”“形式化创新”和“社会创新”等形式。而且很多服务创新与技术创新没有太大的关系，如组织创新、范式创新、重组创新、特色创新等。其中，组织创新在服务创新中处于一个相对比较重要的地位，某些组织创新与技术创新相伴随，某些组织创新则不需要技术创新作为支撑。

第四，人力资源的关键性。人力资源是服务创新的关键性竞争因素，服务创新的产生和完成是以员工为载体的，设计、精选服务产品及服务交付系统，需要员工具有创造能力。员工独立处理问题的能力决定了服务过程能否顺利进行，他们在关键时刻代表着服务组织的形象。尤其是在知识密集型的服务业中，服务创新往往来

源于员工的某个概念、某个想法以及员工之间知识的交流和互换。

第五,过程的交互性。服务创新的交互性体现在两个方面:一是与用户的交互,即前面提到的以用户需求为导向,与用户的互相沟通中进行创新活动,用户的思想是创新的重要来源。二是企业内部的交互作用,包括领导与员工、员工之间进行的交互作用,即相互学习、交流,把员工头脑中的隐性知识转化为显性知识,达到知识共享的效果,以更好地推动创新活动的进行。企业内部这种相互交互作用尤为重要,质量的好坏也直接影响到创新的效果。

第六,创新的渐进性。服务创新的结果实际上就是在原有服务的基础上进行提高,大多是渐进性的,较少有根本性的创新。这与技术创新有别。技术创新的新颖度范围较为狭窄,其变化是一种显著、可见的有形变化,而且必须是可复制的,不可复制的变化未被列入创新的范畴。那么发生在服务创新中的新颖度范围与技术创新有明显的不同。创新在一般意义上用来表征明显变化的发生,而服务业中的创新既包含明显的变化,也包含程度较小的、渐进性的变化。因此,服务创新的一个显著特点是创新范围较为宽广,“创新谱”较宽,从渐进性的小变化到根本性的重大变化都可以包含在服务创新的范畴里,甚至这种变化只是偶然性的随机现象而不是持久的可重复变化。按照服务提供的结果对服务创新的新颖度进行界定,既可以包括根本创新型服务,如重大创新,即对市场而言的全新服务;由信息和计算机为基础的技术驱动型创新;或创始业务,即在现有服务市场中引入新的服务;在当前所服务市场中引入的新服务,即对现有顾客和组织提供的新服务(即使该服务在其他公司也可能得到);也包括渐进创新型服务,如服务产品线扩充,即现有服务的扩展,如增加新的菜单项,以及新的过程(进程);或服务改进,即当前被提供服务的特性在某种程度上的变化;或风格和形式变化,即对顾客感知、感情和态度有影响的形式上的一定程度的可见变化,不改变服务基本特性的风格变化或者外形变化。

1.1.2 高校图书馆服务创新的概念及特征

(1) 高校图书馆服务创新的概念

近年来,随着信息技术的进步,知识传播渠道和学术交流方式发生了深刻变化,以服务为永恒主题的高校图书馆在服务环境、服务手段、服务需求等方面皆面临着严峻的挑战。面对高校图书馆用户日益复杂的信息需求和学习科研需求,各个高校图书馆在服务创新方面进行了不断的探索研究,涌现出不少的成功案例。在高校图书馆的工作实践中,涌现出许多服务创新的成功案例。2014年4月—5月,教育部高等学校图书情报工作指导委员会读者服务创新与推广工作组主办了首届“全国高校图书馆服务创新案例大赛”,得到全国高校图书馆的积极响应,共收到全国105所高校图书馆提交的156个服务创新案例申报材料,大赛组委会将其简单分类为:读

者活动类,基础服务类,资源推广类,空间修饰类,其他类(于澄洁,2014)^[10]。但当前该领域的研究多呈分散的、零碎的状态,如何将高校图书馆服务创新研究从散乱的状态向系统性的研究过渡,是值得关注的问题(韦彤,2015)^[11]。

就高校图书馆服务创新的研究而论,面临两个难点:第一,现有创新理论主要建立在技术创新活动分析的基础之上,虽然很多学者将技术创新理论运用到图书馆服务创新研究中,但并不能完全揭示出图书馆服务创新的规律。第二,图书馆服务活动的特有属性使服务的“产出”难以度量,因而限制了对它的深入研究。

关于图书馆服务创新,陈文勇(2007)^[12]认为,图书馆服务创新的定义应为:在图书馆服务过程中,应用新技术和新思想来改善和变革图书馆现有服务流程和服务产品,提高现有的服务质量和效率,扩大服务范围,更新服务内容。增加新的服务项目,为用户创造新的价值,最终形成图书馆的竞争优势。李沛(2008)^[13]认为,服务创新是指图书馆工作人员以创新的服务理念以及运用先进的服务技术和服务手段,通过扩大服务范围,增加或更新服务内容,为读者迅速提供准确和完整的信息,最终目的就是为了提高服务质量、服务水平和服务效率。笔者认为,这样的认识较为深刻、敏锐地抓住了问题的实质。

(2) 高校图书馆服务创新的特征

“服务”是高校图书馆的基本宗旨,是贯彻高校图书馆发展的主线,是高校图书馆的核心价值,“服务创新”是推动高校图书馆持续发展的基础,是高校图书馆发展变革的一种特定形式。由于高校图书馆服务在本质上是一个过程,因而高校图书馆服务创新也具有不同于技术创新的独特性质,形成了不同的创新内涵。高校图书馆服务创新的特性来源于服务本身具有的特性。因此,图书馆服务创新具有一些独特的特性,至少可以从以下6个方面来理解。

1) 无形性。从形式到内容差异较大。高校图书馆服务创新可以是技术创新,但更多的是非技术创新。对高校图书馆服务创新的理解不能从过于狭隘的“技术观”出发,而要从广阔和多维的角度进行考察。高校图书馆服务创新或是新服务产品的开发,或是新技术的引入,或是对某种特定的需求的回应,或是对某类用户服务的新途径、新方法,或是新的图书馆组织形式,或是新的服务对象的开拓等。由于服务创新不表现为有形“产品”,而是一种概念性、理念、过程性的创新活动。因此,高校图书馆服务创新是一种概念性和过程性的活动。其结果是一种无形的概念、理念、过程或标准,如一种新的信息服务方式和方法,一种新的信息传递方式等,具有明显的无形性。

2) 用户导向性。高校图书馆服务创新包含了相当丰富的内部和外部交互作用的相关因素。其最显著的一个特点就是用户积极参与到服务创新过程,“用户导向”非常明显,以用户需求为导向,在与用户的互动过程中创新。用户不仅是创新思想的

重要来源,而且作为“合作者”参与创新。同时,服务创新过程包含了高校图书馆各个部门和馆员的参与,其中部门与部门、部门与馆员、馆员与馆员之间都存在较为复杂的交互作用,以正式和非正式的方式参与到不同的交互作用当中。正是用户和众多行为主体的参与,才能更好地了解用户需求,并由此改善服务质量,提高用户满意度。因此,高校图书馆服务创新是一个较技术创新复杂得多的过程,创新更多的是一种用户需求推动,用户需求不仅推动了高校图书馆服务创新的出现,并作为“合作者”对创新结果产生重要影响。

3) 不可分离性。高校图书馆服务不一定是一个有形的实物产品,而可能是某种方式、某种方法、某种观念、某个过程。在本质意义上,高校图书馆服务“产品”就体现为服务“过程”。服务在大多数情况下不能被存储,呈现“生产”与“消费”的同步性,即它必须在用户“消费”的同时被“生产”出来,甚至过程中还会作必要的改进。这意味着在服务中“产品”不能完全和“过程”分离,在没有改变服务过程的情况下很难改变服务产品,高校图书馆服务产品创新和服务过程创新具有不可分离性。

4) 渐进性。高校图书馆服务创新的内涵虽然很宽泛,但在实际中经常是一种渐进性创新,而不一定是根本性创新。服务创新通常是在原来服务基础之上的较小变化,只有很少一部分是对用户而言的全新创新。换言之,高校图书馆服务中的创新既包含明显的变化,也包含程度较小的、渐进性的变化。因此,高校图书馆服务创新的一个显著特点是创新内容的宽泛性,“创新谱”较宽,从渐进性的小变化(如由被动服务到主动服务)到根本性的重大变化(如从现实服务到虚拟服务)都可以包含在服务创新的范畴里。

5) 信任影响。信任是一种愿意暴露自身弱点的心理状态,这种心理状态是基于信任者对被信任者的意图和行为的积极期望,期望被信任者不会对信任者的利益造成损害(寿志钢,2012)^[14]。高校图书馆在为教师和学生服务的过程中,同样面临着用户的信任问题。良好的信任关系能够增进读者对图书馆的依赖,提高读者的忠诚度。但在图书馆的服务过程中,由于种种原因可能会导致读者对图书馆的信任减少或彻底失去,这种情况将会严重影响高校图书馆的服务效果,也会深刻地影响高校图书馆的服务创新。高校图书馆服务活动是一个过程,它在本质上是无形的。因此,创新过程中高校图书馆与用户间的关系就非常重要。用户和图书馆之间的相互“信任”成为创新能否顺利进行的一个重要因素,它对最终的创新质量有相当大的影响。

6) 多样性。在现实中,高校图书馆服务创新的类型是多种多样的,很多服务创新类型可以借用制造业中的创新类型来分析,如产品创新、过程创新和市场创新等,但由于高校图书馆服务创新本身的特性,也有一些高校图书馆服务创新本身所特有或在服务创新中相对显得更为重要的创新类型,主要有组织创新、特色创新、重组创新、规范化创新等。就用户平时容易感知的服务创新而言,高校图书馆服务创新的多样性

特征突出地表现在两个方面:一是服务创新途径的多样性。高校图书馆服务创新经常以某些途径为基础,包括“服务专业途径”“技术途径”“社会途径”“制度途径”和“管理途径”等。需要指出的是,高校图书馆服务创新活动有相当大的灵活性,可以同时包含几个途径。二是服务创新的方式的多样性。高校图书馆不仅可以根据用户需求,采用“个性化”的生产方式提供创新服务产品,还可以根据服务产品的特性,采用“标准化”的生产方式提高服务效率和扩大服务范围。这样可以将更好地满足用户需求与提高服务创新效率较好地结合起来。高校图书馆服务创新有多种诱发因素,创新维度多种多样,技术只是其中的一个维度,非技术形式的创新有时显得更为重要。

1.2 网络环境下高校图书馆服务创新的动力机制

1.2.1 影响服务创新的动力因素分析

随着服务部门在经济中的地位日益提升,服务创新也越来越引起人们的重视,那么,服务部门在现实中受什么力量的驱动进行创新,如何科学地认识服务部门的创新动力,这是值得认真分析的问题。

(1) 服务创新动力因素的基本分析

一般说来,动力是推动事物运动变化的因素,多种动力因素关系的组合就可以形成某一事物运动发展的动力机制。在技术创新领域,对于技术创新的动力已经有比较多的研究,比较重要的驱动力包括技术推动力、需求拉动力、政府行为推动力、企业家精神,如创新偏好等。然而,技术创新在很大程度上有别于服务创新,其动力机制不能简单地移植到服务创新中。在服务创新的相关研究中,人们发现服务创新的动力因素有自身的特点,且不同的动力之间存在交互作用。Enkel 和 Gibbert 等(2002)^[15]认为,服务企业的创新实际上是四处发生的,有关新产品和服务改进的创意和新知识更多地可以来自研发部门以外的其他员工、顾客甚至是竞争对手。对目前服务创新的研究进行总结,可以将服务创新的驱动力归结为以下几类(王甜,钟宪文,2005)^[16]。

第一,技术驱动力。Keegan 和 Turner(2002)^[17]认为,推动创新的关键因素之一是和外部技术组织的良好交流。Kuusisto 和 Meyer(2003)^[18]的调查显示,信息技术是服务创新的关键驱动力,基于数据处理和移动通讯,信息技术使新服务如远程诊断、远程监控等得以运行。新信息技术创造了完善的劳动分工和新型的部门间价值链构造,分布式的知识开发又创造了对知识密集型整合服务的需求。突出表现为知识密集型服务在一些重要的领域,如信息和通信技术、生物技术、智力资产管

理等方面的运用不断增加。供应链管理和 IT 咨询就代表了这种知识密集型整合服务不断增长的市场需求。

第二,需求驱动力。Von Hippel (1988)^[19]指出了顾客在客户主导创新过程中的能动作用。他的研究发现,在科学仪器领域大约 80 % 的创新中,都是由用户发现的需要对仪器进行改进,从而完成了创新的第一步。这种通过用户感知对产品的需求,形成解决方案,建立原型的创新范式被称为用户创新。Keegan 和 Turner (2002)^[20]认为,推动创新首要的是对市场的关注,以及通过教育和帮助加强用户参与。Srivastava 和 Mansell (1998)^[21]认为,客户密集度和参与度是影响服务企业创新模式的两种主要的市场驱动力之一。Kuusisto 和 Meyer (2003)^[22]发现,购买者行为也是减缓服务创新的因素之一,市场上的一些细分对象并不倾向于采用新服务。因此,创新服务的流动受到顾客使用新服务能力的限制。

第三,竞争驱动力。Kuusisto 和 Meyer (2003)^[23]研究认为,反常规的变化增强了竞争,使新型服务被开发出来并提供给顾客。而行业结构的刚性、竞争的缺乏、生产能力的过剩则导致服务创新驱动动力不足,形成服务创新障碍。

第四,政策驱动力。在欧洲 SI4S 研究项目中发现,政府的一个重要角色就是服务创新的触发器。这个角色非常重要,它可能直接促进某种创新通过 R & D 资助等,也可能导致新规则的产生。这两种因素都可能是服务创新的动因。例如,严格的环境控制带来了对测试、诊断和控制服务的需求,同时也需要开发出合乎环境要求的服务产品和服务工艺。

(2) 服务创新的动力模型分析

对服务创新驱动动力作更加系统描述的是 Sundbo 和 Gallouj (2000)^[24]。他们在对欧洲多个服务企业调查研究的基础上,从企业内部和外部两方面进行系统的分析,总结提出了服务企业创新的驱动力模型,如图 1-1 所示。

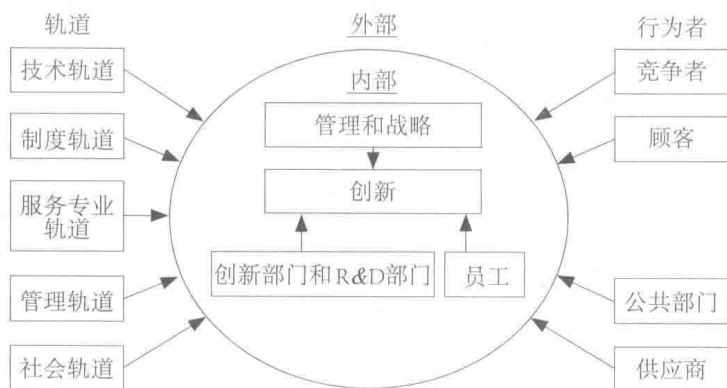


图 1-1 服务创新的驱动力模型^①

① 胡松, 蔺雷, 吴贵生. 服务创新的驱动力和模式[J]. 研究与发展管理, 2006, 18(1): 33-39.

在这个服务创新的基本动力模型中,服务创新的基本动力是形成创新模式的基础,同时还是创新模式的决定因素,而动力要素的组合则会构成服务企业的系统创新环境,对动力的正确识别和把握是制定服务创新战略的前提,也是服务业管理部门影响创新活动的重要手段。服务企业开展创新活动的驱动力多种多样,既包括企业内部行为主体的驱动,主要包括企业内部管理层、R & D 部门、员工等行为主体的驱动;也有来自外部诸多因素的作用,但外部驱动力可以从行为者和轨道两个维度来分析。他们将单个企业作为识别驱动力的界面,把驱动力划分为内部驱动力和外部驱动力,每类驱动力都包含不同的要素并对创新活动产生不同的影响。根据这个模型,服务创新的内部驱动力和外部驱动力具体分析如下。

第一,内部驱动力。Sundbo 和 Gallouj 认为,服务创新活动主要由企业内部动力来推动。内部驱动力包括三类:企业的战略和管理;员工;创新部门和 R&D 部门。这里对此作专门探讨。

其一,企业的战略和管理。对企业而言,企业战略作为服务企业发展的指导原则,对于服务创新的产生有着最直接和最根本的影响。故而,战略是一种最为根本同时也最为有效的内部创新驱动力。企业战略是指服务企业根据环境变化,依据本身资源和实力选择适合的经营领域和产品,形成自己的核心竞争力,并通过差异化在竞争中取胜的有关自身发展的长期规划,包括竞争战略,也包括营销战略、发展战略、品牌战略、融资战略、技术开发战略、人才开发战略、资源开发战略等,是指导服务企业各项活动的根本准则。具有创新意识的服务企业会将创新目标纳入正式的战略规划中,作为战略规划的重要组成部分,以此作为获取竞争优势、占领市场和形成良好企业形象的根本手段,并形成针对创新活动的管理概念,使创新成为企业谋求生存和发展的主动需要和内在动力,并在企业内部自上而下营造一种创新氛围。此外,管理作为内部驱动力之一,是一种关键的内部驱动力,主要指企业高层管理和营销部门的管理活动,其中营销部门的管理活动更为频繁地出现。因为服务创新经常是由市场驱动的,而营销部门是直接接触客户并拥有丰富市场知识的职能部门,它会根据市场的变化及客户的需求及时通过管理活动作出适当的反应,并激发某种形式创新的出现,从而不断地激励创新。高层管理活动不仅可以针对市场需求作出反应,还通过对组织的变革、新市场的开发、运作和传递过程的改进而促使创新发生。战略和管理是服务创新活动发生和发展的两种重要内部驱动力,服务企业要积极运用这两种驱动力,通过战略规划和相应的管理活动触发创新活动的出现。

其二,员工。服务企业的服务创新过程通常是员工和顾客间一个松散耦合(loosely coupled)的过程,员工因此成为一种有价值的内部驱动力。员工在服务创新过程中具有独特关键的作用,他们不仅为企业提供创新思想的来源,而且经常作为