

国家社会科学基金项目

XINXIFUWU ZHILIANG GAILUN

信息服务质量概论

◎ 王 浩 主编

陕西人民出版社

国家社会科学基金项目研究成果

信息服务质量概论

陕西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

信息服务质量概论/王浩主编. —西安: 陕西人民出版社, 2006

ISBN 7-224-07216-8

I. 信... II. 王... III. 咨询服务—服务质量—概论 IV. C932.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 135430 号

信息服务质量概论

主 编: 王 浩

出版发行: 陕西人民出版社 (西安北大街 147 号 邮编: 710003)

印 刷: 西安理工大学印刷厂

开 本: 850mm × 1168mm 32 开 13.5 印张

字 数: 295 千字

版 次: 2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1-1000

书 号: ISBN 7-224-07216-8/C · 222

定 价: 25.00 元

内 容 简 介

本书阐释了信息服务质量的基本理论和基本方法。涉及信息用户、信息商品、信息环境和信息服务模式、服务质量管理以及用户满意度测评方法等系列内容，比较完整地构筑了信息服务质量的理论体系，并以丰富生动的国内、外典型实例为佐证，熔理论的开创性、前瞻性与文字的通俗性、可读性于一炉。

本书可供信息服务机构及企、事业信息服务单位使用，也可供信息管理学、服务质量学、情报学、图书馆学等专业人员阅读。

目 录

第 1 章 信息服务质量

一个日益引起人们关注的问题 1

1. 1 质量、服务质量、信息服务质量 1

1. 1. 1 质量 1

1. 1. 2 服务质量 3

1. 1. 3 信息服务质量 7

1. 2 信息服务质量体系 10

1. 2. 1 信息服务质量的形成 10

1. 2. 2 信息服务质量的构成 12

1. 2. 3 信息服务质量的评价指标 16

1. 2. 4 信息服务质量体系 18

1. 3 现代信息服务质量管理 32

1. 3. 1 质量管理及其发展 32

1. 3. 2 现代信息服务质量管理 36

1. 3. 3 我国信息服务质量的理论与实践 43

参考文献 49

第 2 章 信息服务质量

一个不能忽视信息用户研究的问题 51

◆信息服务质量概论

2. 1 信息用户研究的内容和方法	52
2. 1. 1 信息用户研究的内容	52
2. 1. 2 信息用户研究的方法	53
2. 2 信息用户研究的类型	60
2. 2. 1 一般信息用户	60
2. 2. 2 重点信息用户	68
2. 2. 3 特殊信息用户	84
2. 3 国内外信息用户研究概况	97
2. 3. 1 国内外信息用户研究	97
2. 3. 2 国内外信息用户研究之比较	108
参考文献	116

第 3 章 信息服务质量

一个为用户提供优质信息商品的问题 ... 118

3. 1 信息商品	118
3. 1. 1 信息产品的商品化	118
3. 1. 2 信息商品的使用价值和价值	125
3. 1. 3 信息商品的开发	130
3. 2 信息商品的质量	133
3. 2. 1 信息商品的质量及其特征	133
3. 2. 2 信息商品的绝对质量与相对质量	137
3. 2. 3 衡量信息商品质量的尺度	143
3. 2. 4 影响信息商品质量的因素及其对策	146
3. 3 信息商品的服务	154
3. 3. 1 信息商品服务方式	154
3. 3. 2 国外数据库服务发展状况	157
3. 3. 3 我国数据库服务现状	163

参考文献	171
------------	-----

第 4 章 信息服务质量

一个不断改进信息服务模式的问题	173
-----------------------	-----

4. 1 信息服务模式	173
4. 1. 1 信息服务模式及其发展	173
4. 1. 2 信息服务模式之比较	180
4. 2 信息服务创新模式	187
4. 2. 1 增值信息服务模式	188
4. 2. 2 网络信息推送服务模式	193
4. 2. 3 数字参考咨询服务模式	197
4. 3 未来的信息服务模式	206
4. 3. 1 个性化信息服务模式	206
4. 3. 2 集成信息服务模式	218
4. 3. 3 智能化信息服务模式	221
4. 4 复合图书馆的信息服务模式	225
4. 4. 1 复合图书馆及其存在的必然性	225
4. 4. 2 复合图书馆的信息服务模式	230
4. 4. 3 复合图书馆的信息服务质量	235
4. 4. 4 复合图书馆信息服务模式实例	237
4. 5 信息服务模式与质量	239
4. 5. 1 信息服务模式的要素	239
4. 5. 2 信息服务模式的质量	245
参考文献	250

第 5 章 信息服务质量

一个不断优化信息环境的问题	254
---------------------	-----

5. 1 信息环境与信息服务质量	254
------------------------	-----

◆信息服务质量概论

5. 1. 1 信息环境	254
5. 1. 2 信息环境与信息服务质量	269
5. 2 信息环境测度	279
5. 2. 1 信息环境评价与国家信息化指标	279
5. 2. 2 信息环境测度方法	284
5. 2. 3 信息环境测度实例	292
5. 3 信息环境发展对策	298
5. 3. 1 信息环境建设	298
5. 3. 2 信息环境发展对策	306
参考文献	315

第 6 章 信息服务质量

一个注重测评信息用户满意度的问题 ... 318

6. 1 用户满意度测评	318
6. 1. 1 用户满意度	318
6. 1. 2 用户满意度指数	323
6. 1. 3 用户满意度测评的意义	326
6. 2 用户满意度测评的理论模型	332
6. 2. 1 卡诺模型	333
6. 2. 2 瑞典的 SCSB 模型	338
6. 2. 3 美国的 ACSI 模型	340
6. 2. 4 欧洲的 ECSI 模型	344
6. 2. 5 SERVQUAL 模型	346
6. 2. 6 我国的 CCSI 模型	351
6. 3 用户满意度测评的方法与技术	353
6. 3. 1 用户满意度测评方法	353
6. 3. 2 用户满意度测评技术	362

6. 3. 3 用户满意度测评实例	369
参考文献	378
第 7 章 信息服务质量	
一个新的信息服务质量管理理念的问题	
.....	379
7. 1 质量管理与信息标准化	379
7. 1. 1 信息服务质量管理新理念	382
7. 1. 2 信息服务质量管理基本原则	384
7. 2 全面质量管理概述	386
7. 2. 1 全面质量管理	386
7. 2. 2 全面质量管理原则	389
7. 2. 3 全面质量管理新发展	392
7. 2. 4 信息服务业的全面质量管理	393
7. 3 ISO9000 标准简述	398
7. 3. 1 ISO9000 族标准的产生及其发展	398
7. 3. 2 质量管理原则	402
7. 3. 3 质量管理体系	406
7. 3. 4 全面质量管理与 ISO9000 族标准	411
参考文献	417
后 记	418

信息服务质量：一个日益引起人们关注的问题◆

第 1 章

信息服务质量 一个日益引起人们关注的问题

1.1 质量、服务质量、信息服务质量

1.1.1 质量

质量是一个难以捉摸的概念,人们在不同时期、从不同角度看待质量,会给出不同的定义。“质量”,通常被人们解释为“适应性”、“用户的满意程度”、“符合顾客的要求”等等。日本质量学家田口玄一(Taguchi)定义质量为产品上市后给社会造成的损失,而由于产品功能本身产生的损失除外^①。美国质量管理专家朱兰博士(J. M. Juran)认为质量就是适用性。他从用户的

^① 王生风等. 试论质量管理研究与发展 [J]. 科技导报, 2002(11): 18-20.

◆信息服务质量概论

角度出发,更加强调产品或服务必须满足用户的需要^①。美国学者查尔德斯(Childers)和豪斯(Van House)则把质量等同于有效性,把有效性定义为“需要和期望被满足的程度”和承认有潜在变化期望的信息用户的多样性应该被满足^②。这里,在机构的有效性的论述中引入了“期望”。质量在辞海中的定义是产品或工作的优劣程度。通俗地讲,所谓质量,指的是一种产品或一种服务对需求的满足程度。

随着科学技术的发展,现代质量管理不断充实、发展、完善与创新,有关“质量”的概念,逐渐体现其特性和更加合乎逻辑。国际标准化组织在2000年发布的ISO 9000:2000国际标准中将“质量”定义为“一组固有特性满足要求的程度”。这个定义反映了关于“质量”概念研究的最新成果。定义中“固有的”是指某事或某物中本来就有的,尤其是那种永久的特性;“特性”是指“可区分的特征”,它可以是固有的或赋予的,定性的或定量的。而特征又分为不同类别,如物理的(如:机械的、电的、化学的或生物学的特征);感官的(如:嗅觉、触觉、味觉、听觉、视觉);行为的(如:礼貌、诚实、正直);时间的(如:准确性、可靠性、可用性);人体工效的(如:生理的特性或有关人身安全的特性);功能的(如:飞机的最高速度)。定义中的“要求”是指“明示的、通常隐含的或必须履行的需要或期望”,可适合不同场合的需要。如“要求”指的仅是顾客要求,可适用于ISO 9001标

① 王生风等. 试论质量管理研究与发展[J]. 科技导报,2002(11): 18-20.

② 张远芳. 对新世纪图书馆服务质量的再思考[J]. 情报资料工作, 2001(5): 67-70.

信息服务质量：一个日益引起人们关注的问题◆

准；如指顾客和其他所有相关方的要求，则可适用于 ISO 9004 标准。

2000 版 ISO9000 族标准中的“质量”概念，反映了质量管理原则的要求，尤其是反映了以顾客为关注焦点或称集中关注顾客原则的要求。强调了固有特性与要求之间对应或对称的程序，强调在固有特性与要求之间，要求是主导的，处于第一性的位置。我们必须清楚地认识到，只有用户才是质量的最终决定者。日本已故质量管理专家石川馨认为，“真正的质量特性”是满足消费者的要求，而不是国家标准或技术标准。美国质量学家费根堡姆(A. V. Feigenbaum)也指出，“是用户决定质量。”因此，当代“质量”的概念，更好地反映了以顾客为中心的市场机制的要求，为组织如何进行质量管理，如何提高质量管理水平指明了方向。

质量反映的是一组固有特性满足要求的程度，所以，可以用好、差或优秀等词来修饰。为了更好地理解质量概念，ISO 9000:2000 标准采用概念图表述“质量”术语。图 1-1(见下页)就是有关“质量”的概念图。

1.1.2 服务质量

所谓服务，人们有不同的看法。北欧服务质量管理专家克里斯蒂·格鲁诺斯(Christian Gronroos)认为：“服务一般是以无形的形式，在顾客与服务员工、有形产品或服务系统之间发生的

◆ 信息服务质量概论

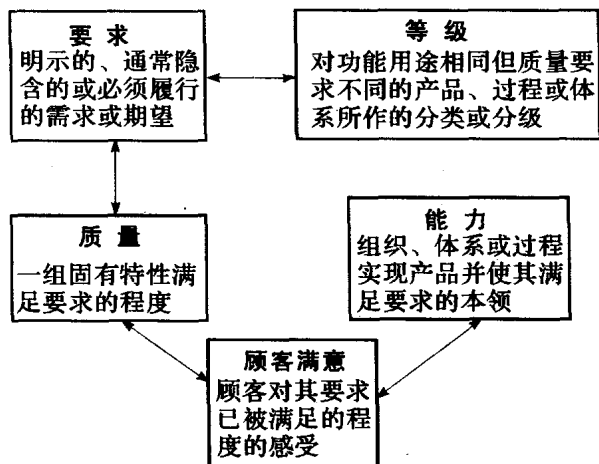


图 1-1 有关质量的概念

可以解决顾客问题的一种或一系列行为。”^①美国营销大师科特勒(Kotler)提出,“服务是一方提供给另一方的任何活动或利益,基本上是无形的,也不会牵涉任何实体的所有权,而且不必要附属于实体的产品。”^②人们通常将服务解释为不以实物形式而以提供活动的形式满足他人某种特殊需要的行为。

国际标准化组织在 ISO9004 - 2:1991《质量管理体系要素第 2 部分:服务指南》中对“服务”所下的定义是:“为满足顾客的需要,供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。”同时,该定义还附有四条注释:①在接触中,供方(指提供服务产品的组织)或顾客可以由人员或装备来代表;②对

① 克里斯蒂·格鲁诺斯. 服务市场营销管理[M]. 上海:复旦大学出版社,1988.

② 凌建勋等. 服务品质的深入研究[J]. 世界标准化与质量管理, 2003(2):19-21.

信息服务质量：一个日益引起人们关注的问题◆

提供一项服务来说,与供方发生接触的顾客的各种活动可能是很重要的;③有形产品的提供可成为服务的一部分;④服务可以和有形产品的制造和供应结合在一起。

从上述有关服务的定义中可以归纳出以下几层含义(上述定义中的“顾客”,乃是现代市场营销学中常用的一个概念,而进入信息服务领域,以“用户”来代替“顾客”,则更为确当。):①服务的目的是为了满足不同用户的需要。用户是指接受服务产品的组织和个人。用户可以是提供服务的组织的内部的或外部的。服务的中心是用户,服务是针对用户的需要来说的,没有用户也就谈不上服务,这也是服务的基本内涵。②服务的条件是供方必须与用户接触。这种供方,可以是人员的,如售货员、信息人员;也可以是货物的,如自动售货机、取款机等。③服务不仅包括供方与用户接触时的活动所产生的结果,也包括供方,即服务组织内部的活动所产生的结果。④服务的内容是供方的一种活动。服务产生与人、机器、设备与用户之间互动关系的有机联系,并由此形成一定的活动过程。⑤服务是产品的一种,是活动和过程的结果。

服务作为“产品”的质量相对于实物产品的质量来说,是一个更难界定的概念。迄今为止,学术界对服务质量也没有形成一个一致的定义。不同的学者,从不同的角度对服务质量的理解是不同的。服务质量之所以难以界定,其根本原因在于服务产品本身的特殊性,使人们对服务质量的把握带有较大的主观性。服务产品的特殊性主要表现在:功能性。服务发挥的作用和效能,满足需要的程度(如商店的功能是适销对路,饭店的功能是饭菜可口,图书馆的功能是资料丰富);经济性。指用户得到的不同程度的服务所需的费用是否合算(理);安全性。指服

◆ 信息服务质量概论

务过程对用户健康、精神、生命、财产、货物安全的保障程度;时间性。指服务在时间上满足用户需要的程度,即:及时、准时、省时等;舒适性。指服务过程的舒适程度,包括设施的适用、舒服、方便与环境的整洁、美观和有序等;文明性。指服务过程的文明程度,包括亲切友好的气氛、和谐的人际关系等用户的心理需求。

服务产品的上述特点,为我们定义服务质量提供了有关依据,那就是:第一,服务质量必然是对某种服务消费需求满足程度的度量;第二,服务质量必须与实物质量相区别;第三,服务质量必须反映服务的本质属性;第四,服务质量主要与消费者的主观感受相联系;第五,服务质量包含了服务提供者对服务的评价。据此,我们可以将服务质量定义为:服务质量是服务参与者对服务在满足消费需求时所带来的满足感的主观评价。根据这一定义,服务质量既可以是消费者对自己所获得的满足感的评价,也可以是服务提供者对消费者所获得的满足感的评价。前者是从服务消费者的角度来看的服务质量,我们称之为外部服务质量,后者是从服务提供者的角度来看的服务质量,我们称之为内部服务质量。服务企业质量管理的目标之一,就是使内部质量和外部质量尽可能一致。

我们再从国际标准组织对服务的定义出发,探讨服务质量的含义。按照国际标准化组织 ISO9000 系列标准,“服务”是“活动和过程的结果”,是产品的一种形式。所以,“服务质量”的概念可以归结为“活动和过程的结果”所具有“一组固有特性满足要求的程度”。同“产品质量”概念一样,按照这样的理解,将有助于人们树立和完善现代服务质量观念。

1.1.3 信息服务质量

所谓信息服务质量,简言之,就是一切以信息为内容的服务质量。虽然我们给出了信息服务质量的概念,但是还有必要探讨一下信息服务的概念。这样,就更容易理解信息服务质量的含义。从信息服务概念内涵的构成要素来看,主要由两部分组成:一是信息服务的基本要素,包括信息产品、信息用户、信息服务者;二是信息服务的方式和手段。而信息服务概念的外延则是界定信息服务类型和范围的依据。按服务方式划分,信息服务可分为宣传报道服务、信息检索服务、定题委托服务、信息咨询服务、预测决策服务五种类型;按服务手段划分,信息服务又可分为手工信息服务、联机信息服务、网络信息服务等类型。从信息服务管理角度上来看信息服务,我们认为,信息服务的概念,有广义与狭义之分。广义的信息服务概念泛指以产品或劳动形式向用户提供和传播信息的各种信息活动,即信息服务产业范围内的所有活动,包括信息产品的生产开发、报道分配、传播流通以及信息技术服务和信息提供服务等活动。狭义的信息服务概念,是指专职信息服务机构针对用户的信息需要,及时地将开发加工好的信息产品以用户方便的形式准确传递给特定用户的活动。简要地说,信息服务是以信息为内容的服务业务。其服务对象是对信息有客观需求的社会主体(包括社会组织和社会成员)。在服务中,这些主体称之为信息用户。

信息服务是信息机构针对信息用户的需要,从各种显性和隐性的信息资源中,对信息进行搜寻、组织、分析、整合,并向信息用户提供加工成信息知识的信息产品的活动。其目的在于支持信息用户的信息获取和创新,创造重要的社会价值、利润来源

◆信息服务质量概论

和社会地位。信息用户感受信息服务的过程,就是信息用户对信息服务的感知,是信息用户基于与信息服务系统进行交互的过程,是借助于有形媒介、设施实体、可视外观等来把握服务形态与性质的过程。信息服务质量是信息用户所言、所感、所察的有形和无形过程的统一反应体。所以,信息服务过程的用户感知满意水平就直接决定着信息组织与信息用户交互关系的良好过程、反复交互的可能性、服务过程的可持续性,乃至服务组织生存的理念基础。在信息用户对信息服务的感知中,信息服务的基本特性决定了信息用户所感知的价值与质量。信息服务机构面向信息用户的服务包含两个方面,第一是面向内容的服务,即对信息用户提供的是将获取的信息源进行收集、分析、整序,并按一定序列规则和检索要求加工成的海量信息产品,由信息用户按照自己的需求进行提取。这种信息服务是基于用户信息需求分析和检索习惯为基点的服务;第二是面向特定信息用户的服务。这种信息服务具有专业化和个性化的特点,按照学科或专业来组织和导航信息的过程,根据信息用户的特定需要配置相关信息。与前者相比,这种信息服务更具体地接触信息用户,针对特定信息用户的具体需求,通过多种服务形式,实现由一般信息变为特定信息的目标。

服务活动不同于一般的生产过程,信息服务又是“服务”中的一个特例,信息产品不同于物质产品的种种独特属性是探讨信息服务质量的必要前提。

信息服务的基本特性:①信息服务是无形的产品。信息用户可以直接观察到和感知到的,如信息资源的丰富性、利用手段的方便性、服务环境的优雅性、接待用户的主动性等;信息用户不能直接观察和感知到的,如产品采购、设备维护等方面的工作