

基于服务质量理论的企业档案信息服务探析*

■ 李颖

一、服务质量的含义和内容

对于服务质量的定义有很多,目前最常用的一个是指服务能够满足规定和潜在需求的特征和特性的综合,是服务工作能够满足被服务者需求的程度,是企业为使目标客户满意而提供的最低服务水平,也是企业保持这一预定服务水平的连贯性程度。^①服务质量是客户感知的对象,比有形产品的质量更难被客户评价,因此,服务质量既要有客观方法加以制定和衡量,更要按客户主观的认识加以衡量和检验,服务质量的评价不仅要考虑服务的结果,而且涉及服务的过程。

服务质量的内容包括客户接受的产出(what)和客户接受的方式(how),即技术质量和功能质量。所谓技术质量是指客户从服务过程中所得到的东西,即服务的结果;功能质量是指服务过程的质量。^②所以,要提高服务质量,一方面要重视提高技术质量,精心设计服务体系;另一方面要重视服务人员与客户之间的接触,加强服务过程的质量管理。

二、企业档案信息服务质量的含义和内容

企业档案信息服务是指从企业的实际情况出发,以充分发挥档案信息的作用、满足利用者需求以及为企业效益服务为目标,根据企业信息用户对档案信息的需求,组织用户获取和利用档案信息的工作。企业档案信息服务质量是企业档案信息服务能够满足用户需求的特征和特性的综合,是满足用户档案信息需求的程度。其内容同样包括技术质量和功能质量,此处的技术质量,主要指用户从档案信息服务中所得到的东西,比如档案原件、各种编研成果等等;功能质量是指企业档案信息服务过程的质量,如服务人员的理念、态度等等。

计划经济时代,企业的生产经营完全按照国家的计

划指令开展,企业没有任何的生存压力,使得原本具有重大价值的企业档案变得毫无用武之地,企业档案工作也备受冷落。然而,知识经济的兴起,标志着人类社会正在步入一个以智力资源为主要依托的时代,正如世界经济合作与发展组织(OEDC)报告对知识经济进行的界定那样,“知识经济是建立在知识和信息基础之上的经济,以知识和信息的生产、分配和使用为直接依据的经济,知识是提高生产率和实现经济增长的驱动器”,^③它将对我们的工作、生产、生活和思维方式等产生重大的影响。企业的档案信息中,蕴藏着企业生存发展所需的大量知识,如何充分发挥企业档案信息的重要作用,深入挖掘企业档案信息所蕴含的大量知识,成为了企业档案信息服务工作不可推卸的职责,企业档案信息服务工作质量的高低,直接影响着企业档案信息能否充分发挥其应有的价值,为企业的效益与竞争增加砝码。如何提高企业档案信息服务质量成为各企业共同关注的问题。

三、企业档案信息服务质量分析

1、企业档案信息服务质量的影响因素

1982年,格罗鲁斯首先提出客户感知服务质量的定义,即客户对服务的期望与实际服务效益之间的比较。在服务行业,通常将感知服务质量的决定因素归结为服务的可靠性、响应性、保证性、移情性、有形性等五个方面。笔者认为,作为企业内部的企业档案信息服务与服务行业虽有种种差异,但二者在很多方面不乏相通之处,以上五个方面同样是企业档案信息服务质量的影响因素。

(1)可靠性。对于服务行业而言,可靠性是指企业准确地履行服务承诺的能力,客户对服务承诺做出反应并确认服务组织当初的承诺是否会兑现。对于企业档案信息服务而言,我们的客户即我们的用户,既包括企业内部的用户,也包括企业外部的用户。在知识经济大潮的冲击

下,企业越来越意识到档案信息的重要作用,投入相当的人力、物力、财力,成立相关的服务部门,开展企业档案信息服务活动。这其中,有些企业做得很成功,比如剑南春集团等,档案信息服务部门确实发挥了其应有的作用,久而久之形成了需求——服务——用户满意——需求——服务……的良性循环;然而,很多企业,档案信息服务轰轰烈烈地上马,在服务过程中,需求——服务——用户不满——无需求……,最终只能是不了了之。二者结局不同的关键就在于,前者在服务过程中兑现了对用户的承诺,实现了档案信息服务的初衷,即服务具有较高的可靠性,服务质量相对较高,后者在服务过程中,没有满足用户的需求与期望,没有兑现对用户的承诺,档案信息服务的价值没有充分体现出来,因而导致服务可靠性较差,用户所感知的服务质量较差。可见,可靠性是影响企业档案信息服务的一个重要因素,服务可靠性越高,服务质量则越好。

(2)响应性和保证性。响应性是指企业随时准备为客户提供快捷、有效的服务;保证性是指服务人员所具有的友好态度和胜任工作的能力。对于企业档案信息服务来说,响应性和保证性是指企业档案信息服务人员具备正确、积极的态度,具有为用户提供信息服务所需的知识和能力,能够随时为用户提供准确、有效、方便用户获取信息的服务。时代赋予了档案工作新的内涵,档案工作者不再扮演简单的“仓库保管员的角色”,而是要让用户在这个信息爆炸的时代,方便快捷地获取自己所需的有效信息。如果档案信息服务工作者仍满足于原有的知识结构,拘泥于以往的工作理念,没有创新,没有突破,企业档案信息服务的响应性和保证性将无从谈起。较高的响应性和较强的保证性是高质量档案信息服务的决定性因素,是档案信息服务得以蓬勃发展的强大推动力。

(3)移情性。企业要设身处地的为客户着想,了解他们的实际需要并予以满足,对客户予以特别的关注。面对日益激烈的竞争,企业要在竞争中取胜,高质量的服务越来越重要,服务的根本目的是满足客户的需求,所以企业必须从客户的角度出发,以客户为中心,才可能提供优质的服务。对于企业档案信息服务来说,其客户就是档案利用者,档案信息服务部门因为占有独特的信息资源,所以其服务过程中不存在与他人的竞争,然而,如果我们忽视用户的需求,只从自己——即档案信息服务人员的角度来提供服务,结果未必能令用户满意,服务质量难免令用户质疑。如在广东省韶钢钢铁集团有限公司的档案信息管理系统中,档案被分成“文书档案”、“基建档案”、“声像档案”、“实物档案”、“产品档案”、“科研档案”等几大类。用户登陆档案信息管理系统检索、利用档案时,需要首先选择档案类别,然后才能在相应类别内查找档案。这种档

案类别的划分,与其实体档案整理体系是相一致的,十分符合档案馆工作人员的思维习惯。但是,并不符合用户的需求,因为用并不需要知道什么是文书档案,什么是基建档案,他们只是想得到自己需要的档案。由此,企业档案信息服务必然会陷入一种被动的局面,一种尴尬境地——拥有独特的信息资源,却门可罗雀。资源难以被有效利用,就是源于长久以来,档案信息服务工作在开展中以自我为中心,忽视用户的需求而造成的。

(4)有形性。有形因素主要包括物理环境、设施设备、服务人员的仪表等,客户往往在真正接受服务之前会通过有形因素对服务质量进行预先评价。有形因素是提供服务必不可少的物质基础。在企业档案信息服务过程中,有形因素往往是用户“第一印象”的重要影响因素,信息服务部门的整体环境、设施设备、工作人员的仪态,都将直接影响用户接受信息服务的心理,对有形因素的肯定,往往使用户事先具有一种愉悦、接受的心理,而对有形因素的不满,无形中会使用户产生一种排斥的心理,直接影响了服务质量。

2、企业档案信息服务质量的全面提升

基于以上对企业档案信息服务质量影响因素的分析,结合档案信息服务质量的两大重要构成部分——技术质量和功能质量,笔者以外化“以客户为中心”的服务理念为落脚点,提出以下几点提升企业档案信息服务质量的建议。

一提到档案工作,“理念”往往会首先映入我们的脑海。然而,长久以来,“理念”却是雷声大,雨点小,说起来容易,做起来难。所以,在此,笔者强调“理念”的外化,即将所具有的理念落实、体现在具体工作中。

首先,全面调查研究,深入认识用户群。所谓知己知彼,百战不殆,要做到“以用户为中心”,对用户的了解是第一位的,对于企业档案信息服务而言,其用户的范围相对来说比较狭窄,但是,麻雀虽小,五脏俱全,所以必须对用户做一个细分,以全面了解我们的用户,才谈得上以其为中心。这其中包括:我们的用户有哪些?按照不同的标准,可以分为哪些类别?各自具有什么特点?在利用过程中具有哪些特点?有哪些需求?适合哪种服务方式,等等。不同规模、不同性质的企业,其用户群差异也是比较大的,所以各企业在对用户群进行细分的过程中,应深入调查研究,不可盲目照搬其他企业。

其次,正确理解何为“中心”。长久以来,企业档案信息服务工作,是工作人员以自身为中心,从档案信息管理者的角度来开展的。比如,对于档案的收集工作,我们往往严格按照我们档案部门制定的规章制度来进行,确实,工作需要规章制度的约束,但是,一方面,我们应该考虑到我们的制度是否反映了用户的意愿,另(下转第17页)

线信息公开窗口,为公众提供种类繁多的文书资料 and 在线信息,总务省还建立了整合各机构在线信息的电子政务综合窗口。澳大利亚于2003年10月推出了在线出版物登记服务网,它取代了原来的政府信息门户网(AusInfo),该网站提供一系列澳大利亚政府的相关出版物,公众可以通过查询或浏览政府机构的出版物信息表,或者点击现有的在线出版物资源链接来获取所需信息,该网站还将满足公众查询特殊出版物的需求。^⑧

四、开辟新的政府信息公开手段

政府信息公开的基本目标是使社会公众获得政府信息,政府信息公开的过程也是政府信息经由一定的媒介向社会传播的过程。因此,信息传媒的传播效率影响政府信息公开的实际效果。目前,随着我国信息化建设进程的加快,现代信息技术的日益普及,信息网络实现跨越式发展,这就为政府信息的传播创造了良好的条件。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)调查结果,目前中国共有4亿手机用户,约有30%的居民拥有手机。^⑨随着政府信息公开实践的不断深入,可以考虑充分利用先进的信息技术条件,开辟新的信息公开渠道与手段,为社会公众提供更加便捷的信息公开服务。通过声讯热线电话、手机短

信、信息屏、电子邮箱等方式设立政府信息公开服务的平台,从而打造一个与政府网站互补的无缝政府信息公开网络。例如上海市政府为市民免费开通了一个实名制的电子“市民信箱”,为市民免费发送政府公报、政策法规、人事任免等政府信息和个人医疗保险、住房公积金、养老保险、交通违章以及公用事业单位账单等便民信息。^⑩

注释:

①③⑥⑦⑧信息产业部电子科技情报研究所.国外信息资源开发利用政策与实践研究,2003-12.

②向佐群.政府信息公开制度研究.北京:知识产权出版社,2007:198.

④ http://blog.tianya.cn/blogger/post_show.asp?BlogID=595673&PostID=9762042,2008-01-10.

⑤孙松涛.政府网站——政府信息公开的主渠道.信息化建设.2005(5):14~16.

⑨国务院信息化工作办公室.中国信息化发展报告2006.北京:电子工业出版社,2006,81.

⑩上海市:以社会需求为导向深化政府信息公开,中央政府门户网站,2008-04-02.

*本文为天津师范大学博士基金项目“公共危机管理中信息沟通机制研究”(项目编号:52X09017)成果之一。
作者单位:天津师范大学

(上接第14页)一方面,随着新情况新问题的不断出现,我们的规章制度是否依旧科学合理。再如,对于档案信息的提供利用,我们往往以我们熟悉、惯用的手段来提供服务,这些方式方法一定是我们用户乐于接受的吗?以用户为中心要求我们想用户所想,急用户所急,以用户为导向来开展工作。在开展每项工作之前,积极了解用户的需求,然后站在用户的位置,换位思考,以做出科学决策。

再次,全方位把握“服务”的内涵。在企业档案信息服务中,服务主要由两大部分构成,一是有形的服务产品,二是将服务产品与用户联系起来的无形的意识、态度等等,二者缺一不可,二者的完美结合才能构成完整的服务,这两部分直接决定着档案信息服务的技术质量和功能质量。对于服务产品,究竟什么样的服务产品才是用户满意的服务产品,这是我们档案信息服务工作者应该思考的一个重要问题。在网络环境下,在知识经济时代,“信息爆炸”使得很多信息用户产生了一种无所适从的恐惧。如果我们所提供的服务产品仍需要用户的甄别、选择、判断,无异于加重了用户的信息负担,违背了提供服务的初衷。所以,我们所提供的服务产品,应该是用户“即取即用”的,不需要做任何的额外功课,也就是说,针对用户,为其提供有效的、确有价值信息,或者说是能够简单、快捷地应用到实际工作中,解决实际问题的信息。对于无形的意识、态度,我们应该意识到,没有用户,没有信息需

求,就没有我们的信息服务工作,从这个意义上讲,用户就是我们的“上帝”,正确的服务理念,周到、热情的服务态度,将为我们信息服务的开展提供不可替代的情感支持。

注释:

①刘北林.现代服务学概论.中国物资出版社,2008年1月第一版:193.

②刘北林.现代服务学概论.中国物资出版社,2008年1月第一版:194.

③吴季松.《知识经济》.北京科学技术出版社,1998年.

④徐拥军,陈玉萍.从传统档案服务向知识服务过渡研究.北京档案,2009年第4期.

参考文献:

1.徐拥军.企业档案知识管理模式——基于双向视角的研究.中国档案出版社,2009年5月第一版.

2.刘北林.现代服务学概论.中国物资出版社,2008年1月第一版.

3.<http://www.kmcenter.org/> 2009年7月23日访问.

*本文为河北大学青年基金项目(XSK0701029)研究成果。

作者单位:河北大学管理学院