

# 实施科技查新服务质量管理初探

连丽艳 张 静

(辽宁省科学技术情报研究所, 辽宁沈阳 110168)

**摘要:** 首先在阐述服务接触概念的基础上, 分析科技查新服务质量内涵, 研究服务接触对查新服务质量的影响。其次, 分析查新机构、查新人员、委托人员三大服务接触要素, 建立查新服务接触的交互模型, 研究三要素之间的互动关系。然后在此基础上, 分析查新的服务接触现象及其存在的问题。最后从抓好关键时刻的服务、树立查新机构优良的服务形象、提高查新人员的素质、加强对委托人员的引导等视角提出提高科技查新服务质量的管理策略。

**关键词:** 服务接触; 交互模型; 科技查新; 服务质量; 质量管理

中图分类号: G252.7

文献标识码: A

DOI: 10.3772/j.issn.1674-1544.2018.03.015

## Preliminary Study On the Implementation of Scientific and Technical Novelty Search Service Quality Management

LIAN Liyan, ZHANG Jing

(Liaoning Institute of Science and Technology Information, Shenyang 110168)

**Abstract:** This paper introduces the concept of service encounter, analyzes the implication of the scientific and technical novelty search service quality, and studies the influence of service encounter on the service quality. On the basis of analyzing the three service elements of novelty search institutions, novelty search personnel and entrustment personnel, the interaction relationship between the three elements is presented through establishing a service interaction model. The service encounter phenomenon of scientific and technical novelty search is analyzed and the existing problems are explored, and finally the management strategy of scientific and technical novelty search service quality is discussed from making great efforts to the truth of moment, setting up good service image of novelty search institutions, improving the service quality of novelty search personnel, and strengthening the guidance of entrusted personnel in it.

**Keywords:** service encounter, interaction model, scientific and technical novelty search, service quality, management

### 0 引言

作为科研管理的关键组成部分, 科技查新正被越来越多的科技工作者所认可, 但随着社会信息化进程的加快, 科技查新面临着前所未有的挑战。科技查新若想实现可持续发展, 就必须把服

务质量放在首位。然而, 目前尚未有统一的查新质量评价标准。人们大多从查新报告的质量来判断科技查新服务质量, 可是查新报告仅为科技查新服务的最终产品表现形式, 虽然在一定程度上代表着查新质量, 但其本身无法量化, 只是无形查新服务的有形表现形式, 其质量不能全面代表

**作者简介:** 连丽艳 (1978—), 女, 辽宁省科学技术情报研究所副研究员, 研究方向: 科技查新及软科学研究 (通讯作者); 张静 (1963—), 女, 辽宁省科学技术情报研究所研究员, 研究方向: 科技查新、科技情报。

**基金项目:** 辽宁省科协科技思想库基金项目“辽宁省科技信息服务业战略研究”(LNKX2015110)。

**收稿时间:** 2017年11月24日。

查新服务的质量<sup>[1]</sup>。所以，除关注报告质量外，科技查新服务质量主要取决于查新服务过程中查新机构、查新人员、委托人员发生服务接触时的管理与控制。因此，本文借鉴服务接触理论，分析科技查新服务接触要素及接触过程，探索科技查新服务接触质量管理的策略。

服务接触概念最早由Chase R B提出，而后相关学者对服务接触理论不断进行深入研究，但对服务接触内涵的定义略有不同。以Surprenant<sup>[2]</sup>为代表的学者认为服务接触是“顾客与服务提供者之间的双向互动过程”，把服务接触局限于顾客和服务者之间的人际互动。而Shostack<sup>[3]</sup>、Bitner<sup>[4]</sup>提出服务接触除了包括顾客和服务者的互动外还包括顾客与设施及其他物质的互动。Lockwood<sup>[5]</sup>提出服务接触除包括人际互动外，服务过程中影响顾客感知的有形因素和无形因素也属于服务接触的一部分。Normann<sup>[6]</sup>则认为服务接触是用户与企业之间相互发生接触的那一真实瞬间，也称为关键时刻，每一个真实瞬间就是一次影响顾客感知服务质量的机会。范秀成<sup>[7]</sup>认为除了以上几个方面，顾客与顾客之间的接触也是构成服务接触的重要因素，并且直接影响顾客对服务过程的评价。不管学者们如何定义服务接触，共同确认的是服务接触是服务质量的关键组成部分，服务质量的研究已经进入服务接触时代<sup>[8]</sup>。根据科技查新行业特点，笔者认为，科技查新服务接触是指在科技查新服务过程中以委托人员和查新人员的人际互动为核心，包括实体要素和无形要素的各种交互作用，其中无形要素指查新人员、查新机构与委托人员不用面对面接触的因素。下文将重点研究科技查新服务接触，探究提高科技查新服务质量的管理策略。

## 1 查新服务质量的内涵及服务接触的影响

科技查新是指具有查新业务资质的查新机构根据查新委托人的需要，利用手工及计算机为检索手段和文献分析方法，按照科技查新技术规范，从文献的角度对所查证的查新点进行新颖性判断并作出结论的一种信息咨询服务。它既是

科研单位申报科研项目的客观依据，又是研发企业增强自身核心竞争力的重要手段，对科研创新起着重要的支撑作用。从本质上讲，开展科技查新工作的过程就是向委托人员提供情报服务的过程，服务的特点之一就是服务生产过程中顾客的参与，每个真实瞬间都涉及服务提供者和顾客的互动。在科技查新服务中，委托人员与查新机构、查新人员发生了多层次和多方面的服务接触，并由此感受服务质量。鉴于服务交易过程的顾客参与性和生产与消费的不可分离性，Zeithamal等<sup>[9]</sup>认为，服务质量是发生在服务生产和交易过程中并在服务接触的真实瞬间实现的，是顾客对服务提供者的服务实际感知的水平。Gronroos<sup>[10]</sup>认为服务质量是用户感知的质量，由服务的形象质量、职能质量、关键时刻等构成。形象质量是指组织机构在社会公众尤其顾客心目中形成的总体印象；职能质量指顾客感受到的服务提供者在履行职责时的行为、态度、穿着等给其带来的利益和享受。科技查新服务质量是委托人员在服务接触关键时刻对查新机构服务形象、查新人员素质的质量感知，是委托人员在发生服务接触后的体验。

对于查新机构而言，服务接触是展示查新服务质量的必要方式，是提升查新服务质量的重要时机。查新机构的基础设施、规章制度、查新规范等在服务接触中被委托人员使用、遵循并认知，查新机构的服务形象在这些“关键时刻”被树立并感知。良好的服务接触会增加委托人员对查新机构的信任感及忠诚度，能够提高他们对查新服务质量的感知。

对于查新人员而言，服务接触是实现服务传递的重要方式，委托人员对查新服务质量的感知在很大程度上来自服务接触中查新人员的服务素质（如仪表、态度、意愿、能力等）。查新人员与委托人员之间得当的服务接触，会增加委托人员对科技查新服务的配合度，从而提高科技查新的服务质量。

对于委托人员而言，服务接触是感知查新服务质量的基础，是体验服务质量的重要途径。每

一次服务接触后的感受累积起来成为对服务质量的总体感知,愉快的服务接触能有效提高委托人员对查新服务的满意度,有助于提升科技查新服务质量,而在众多服务接触中即便仅有一次不愉快的服务接触,也会大大降低委托人员对查新服务质量的感知。

## 2 查新服务接触的交互模型

由于科技查新服务接触过程的核心是查新人员与委托人员之间的接触以及查新机构与委托人员之间的接触,决定了服务接触的要素是查新人员、查新机构和委托人员。

(1) 查新人员要素:查新人员是科技查新服务工作最主要的承担者,是科技查新服务接触重要的智力支持和人力保障。查新人员包括接待员、查新员、审核员。其中,前两者必定与委托人员发生直接接触,而审核员则可能与委托人员发生直接接触。查新人员通过执行标准化的规章制度开展服务接触工作,其行为、举止、态度被委托人员认为代表着查新机构行为,其素质直接影响服务质量的优劣。

(2) 查新机构要素:查新机构除包括办公设备、基础设施等有形因素外,还包括网站、查新文化、规章制度等无形因素,是委托人员与查新人员发生服务接触的重要基础环境。科技查新的整个接触和交互均发生在查新机构提供的组织环境中。查新机构通过制定查新规范、服务流程等控制服务接触过程。

(3) 委托人员要素:委托人员是带着不同需求进行查新的用户,通过与查新人员发生的“真实瞬间”的接触,形成对科技查新服务质量的判断,并且与预期服务质量对比,形成对查新服务质量的评估,是科技查新服务质量的感受者

及评价者。当委托人员的期望不能达到预期时,其感受的服务质量就随之降低。

服务接触三元模型表明了服务者、顾客、服务组织在服务接触中的关系以及三者之间的冲突<sup>[11]</sup>。本文基于三元模型,建立了科技查新服务接触的交互模型,清晰地呈现了科技查新三要素之间的互动关系,如图1所示。

(1) 效率与自主权:查新机构提供的服务虽属于有偿服务,但其收入不足以支撑查新基础设施及数据库消耗的成本,可管理部门对查新服务的投入是有限的,希望查新服务具有一定的效率和效益。为降低成本,查新机构制定规章制度、查新规范及服务流程实现服务的标准化,尽可能地提高服务传递效率。但这种标准化限制了查新人员的自主权。查新机构如果能够赋予查新人员适当的自主权,那么就能够激励他们的工作积极性,提升工作效率,而工作效率的提高,能够促使查新机构更愿意放宽他们的自主权,形成良性的循环。

(2) 效率与满意度:查新机构为增加效率,减少成本,提供的服务趋于标准化、程序化,导致委托人员对服务的选择性小,难以得到理想的个性化服务,致使委托人员的满意度降低。当委托人员不满意服务接触过程时,双方关系的稳定性就会被打破,从而降低了查新机构的效率。因此,查新机构可以适当提供个性化服务来满足委托人员要求,当委托人员得到的服务达到期望时,必然会继续与查新机构合作,进而提高查新机构的效率。

(3) 感知与控制:查新人员是科技查新服务中提供智力及能力的核心成员,通过规章制度及自主权完成对委托人员的引导和控制,其服务态度、专业技能直接影响着委托人员的感知。委托



图1 科技查新服务接触的交互模型

人员对查新人员的感知及反馈促进了查新人员自身完善。

从对查新三要素彼此关系的分析可以看出，如果查新机构占主导地位，那么虽然保证了效率，但委托人员只能接受标准化服务，致使满意度降低；如果查新人员占主导地位，那么虽然更容易控制委托人员的行为而缓解了工作上的压力，但会调用较多的资源成本，致使效率降低；如果委托人员占主导地位，那么会完全控制服务接触节奏，希望查新机构及查新人员能不计成本地提供最优质的服务，达到令自己满意的效果。所以有效的服务接触应该保持三要素之间的平衡，只有三者协同合作才能促成服务接触活动的顺利完成。

### 3 查新的服务接触现象

#### 3.1 委托人员与接待员、查新员、审核员的接触

委托人员与接待员之间的接触主要是委托人员对查新受理，查新流程的咨询过程以及接待员对这些问题的及时回应。在这个接触过程中，接待员只要态度友好，回答问题及时、准确，能使委托人员感受到尊重及专业即可。一般情况下，委托人员与审核员接触的机会较少，但当审核员对查新员完成的报告存在技术方面的疑虑且查新员不能明确解释时，则需要审核员与委托人员进行接触沟通。这种沟通可以是当面接触，也可以电话沟通，最好是查新员、审核员、委托人员能同时对报告进行确认，得出最后的结论。

在这里着重介绍委托人员与查新员之间的接触，因为他们之间的接触是整个科技查新服务过程的核心。科技查新具有很强的专业性，即使查新人员具有专业的学科背景，仅凭委托单上的科学技术要点和查新点也无法准确把握查新项目。因此，在查新过程中查新员与委托人员的沟通必不可少且举足轻重。从委托人员角度看，由于本身参与到查新服务中，所以其自身行为对服务质量也有较大影响。如：委托人员由于未及时与查新员沟通或思想上对科技查新不够重视，选派了非技术人员填写查新点，致使查新点往往写成了

产品的特点或优点，导致查新员对查新点、查新技术要点理解错误；有的委托人为了回避已有技术问题，自创词语，导致查新员无法按时完成查新结论；有部分委托人员因对查新机构流程产生质疑而对查新人员采取不合作态度，最终导致服务接触失败。从查新人员角度看，其对委托人员的服务态度过于冷淡或过于亲密会引起委托人员感知不同的服务质量。服务态度过于冷淡会使委托人员觉得不被重视，从而不愿配合其工作；服务态度过于亲密会导致委托人员误认为查新人员容易受到其语言行动控制，可能会提出修改结论等不合理要求，过于亲密的接触还容易导致查新人员工作时间分配不均，从而引发对其他委托人员的服务不平等。另外，如果查新人员的知识储备和专业技能不达标而导致检索的相关文献不准确或做出的结论不能让委托人员信服，都会降低委托人员的满意度。这些不当接触会导致委托人员心理层面的不满，甚至会对查新服务机构的服务形象产生负面影响，进而降低其对查新服务质量的感知。

#### 3.2 查新人员之间的接触

接待员接受委托人员的项目后，会将后续服务传递给查新员。接待员在分配查新项目时，一定要考虑项目专业与查新员所掌握的专业知识相近以及查新员目前已经承担的工作任务量，以确保查新员能够按照委托人员的要求如期完成查新任务。因为如果查新员对项目陌生，又急于完成手中工作，会产生焦虑心态，进而可能对委托人员态度敷衍，甚至给出不负责任的报告结论，长此以往委托人员必然对查新机构的权威性产生质疑。查新报告的签字部分应由查新员与审核员共同签署。他们是两个独立的个体，查新员是查新报告的主要完成者，而审核员是在报告完成并经查新员与委托人员共同确认的基础上进行审核，因此如若审核员发现报告格式有不符之处，可以自行修改，若是对查新结论部分有疑义，一定要先与查新员沟通，共同协商解决，决不能根据自己的想法直接对结论进行更改，避免引起三方发生争执。接待员、查新员与审核员的协作、沟通

十分重要,若三者不能做到彼此支持和信任,都将会造成查新服务接触进程拖延甚至衔接中断,从而降低了流程中的服务速度。

### 3.3 查新人员与查新机构的接触

接待员、查新员、审核员与查新机构服务接触属于内部接触,相互依赖又相互限制。查新机构通过规章制度对人员进行管理,使相关人员能够自觉按照规范开展工作;通过查新文化增加查新人员对机构的认同感,产生凝聚力和向心力;通过提升查新人员专业技能,提高工作效率。查新机构采取这些措施的最终目的都是为了提高服务效率。接待员、查新员、审核员均希望查新机构能赋予他们更多的权限来保证自己工作顺利开展。如果查新机构对查新人员自主权过于限制,将会打压他们的积极性,增加他们的工作压力,引起他们对管理的不满。一个心怀不满的员工是不可能为顾客提供满意的服务的。

### 3.4 委托人员与查新机构的接触

委托人员与查新机构的接触主要是指环境的接触。有时查新机构营造的环境达不到委托人员的期望,如:查新机构网站设计复杂并经常出现不能登录的情况或网速过慢,会导致委托人员提交委托单时心情烦躁,失去耐心,继而放弃;查新机构信息资源数据库不完善,导致文献检索不全,查新结论出现偏差,给委托人员以错误的引导;查新机构不合理的服务流程、规章制度导致服务过程冗长,致使委托人员产生强烈的不满。因此,查新机构若不能提供良好的环境、合理的规章制度,则势必引起委托人员对服务质量感知的下降。而委托人员若不考虑查新机构的客观情况,过分强调自身利益,随意更改出具报告的时间、控制报告结论,则会影响查新机构的利益,致使双方丧失合作的意愿,造成服务接触失败。

## 4 结语与策略建议

服务质量是科技查新永恒的生命线。科技查新的服务质量很大程度上取决于委托人员的感知,委托人员的感知又是以服务接触能力为基础的,因此将服务接触理念引入科技查新服务质量

管理中不仅是必要的,而且是可行的,为提高科技查新服务质量提供了新的思路。但本文仍属于探索性研究,并未进行实证分析,有待今后开展进一步的深入调查研究。

科技查新服务质量是委托人员在服务接触关键时刻对查新机构服务形象、查新人员服务素质的质量感知,因此提升查新服务质量,就应对服务质量的相关因素如关键时刻、查新机构服务形象、查新人员服务素质、委托人员等加强管理。而查新人员、委托人员、查新机构彼此之间的接触现象表明,服务接触过程中存在的问题主要集中在以下几个方面:一是查新人员未主动与委托人员沟通而导致委托人员对服务流程不了解;二是查新机构基础设施不完善,信息资源缺乏及查新人员专业技能较差而导致委托人员对查新服务不信任;三是委托人员对查新工作不重视及不考虑查新机构存在的客观条件而试图完全控制服务接触进程等。为此,本文提出以下策略建议,以加强管理提高科技查新服务质量。

### 4.1 抓好关键时刻的服务

顾客在真实瞬间体验了服务质量,因此对服务质量的管理应开始于与顾客接触的每个关键时刻。以辽宁省科技情报研究所查新流程为例,委托人员首先就查新事项向接待员电话咨询,并在查新网站提交委托单,查新员与其沟通确定查新点,在委托人员缴纳费用后,开展查新工作,报告完成后与委托人员确认报告内容及结论,定稿后提交审核、签字、盖章,最后将查新报告及发票交付给委托人员。在整个查新流程中涉及服务接触的关键时刻主要为:委托人员电话咨询时、网站提交委托单时、沟通查新点时、缴纳费用时、确认报告结论时、收取报告和发票时。这些关键时刻是查新服务品质传播和品牌延伸的关键点,一系列的关键时刻串联成服务接触点界面,最后形成了委托人员对服务质量好坏的总体感知。如果有任何一次服务技能特性达不到委托人员的期望标准,则可能导致委托人员对整体服务质量的否定。因此,只有抓好关键时刻的服务,提升科技查新服务技能特性,以点带面,为

委托人员带来良好的服务体验，增强委托人员在关键时刻的质量感知，才能有效地改进查新服务质量。服务接触关键时刻的查新服务技能特性如表 1 所示。

#### 4.2 树立起查新机构优良的服务形象

机构服务形象管理是顾客感知服务质量的过滤器，如果机构服务形象良好，偶尔的失误也会被忽略；如果机构服务形象不佳，则任何细微的失误都会给顾客造成不良的印象<sup>[12]</sup>。因此，加强查新机构服务形象管理，是提升委托人员感知服务质量的重要举措。科技查新机构的服务形象是委托人员对机构的总体印象，是委托人员在服务接触中的所见及感知。由于服务的发生和传递都在查新机构提供的环境中完成，委托人员、查新人员与查新机构的接触主要是环境的接触，因此从服务接触角度来看，查新机构的服务形象管理即是对环境的管理。查新机构环境主要包括基础设施等硬件环境及规章制度等软环境。

在一定程度上，基础设施建设可能会影响委托人员对查新机构的选择。查新网站是委托人员与查新机构进行服务接触的关键环节。如今大多数科技查新机构已经可以完全通过网站完成查新委托单的提交，因此网站页面一定要遵循简洁、美观、易操作等原则进行设计，否则委托人员会因为不懂如何操作而不断地向接待员咨询相关问题，既增大了接待员的工作量，也使委托人员认为查新服务比较繁琐而产生不良的印象。查新人员主要以计算机作为检索工具，对计算机软硬件配置及网速有较高的要求，所以一定要促进网络与计算机的深度融合。另外，查新机构必须具有丰富的文献资源，尤其应该订购一些国内外权威

数据库，如美国 Institute of Electrical & Electronics Engineers、Derwent 世界专利数据库，并引进、整理互联网免费资源，如中国专利数据库、美国 PubMed 数据库、Espacenet 欧洲专利数据库等，进而形成富含特色的查新情报信息资源库。积极推进基础设施建设，大幅度提高查新工作效率，增加委托人员对查新服务的满意度。

制定合理的规章制度，既规范管理查新人员行为，又给查新人员一定的自主权，使其能够较灵活地为委托人员提供个性化服务，提升委托人员的满足感。查新软环境既代表着现代企业经营管理水平，又代表着查新机构领导和查新人员的文化素质。舒适、和谐的服务环境不仅使委托人员心情愉快地接受服务，容易产生满意感，同时也增加了查新人员的幸福感，并将自己感受的氛围呈现在委托人员面前。

Wakefield<sup>[13]</sup>认为，顾客如果感知到服务环境是高质量的，顾客对于该经历就更加满意，今后就更加乐于再度购买该种服务，因此营造良好的环境必将对外传递积极信息，对委托人员感知服务质量产生积极正面的影响。

#### 4.3 提高查新人员的素质

查新人员是与委托人员面对面发生接触的一线服务者，其态度、言行直接影响委托人员对其乃至查新机构的信任程度及配合度，是决定服务接触质量的最关键因素。素质高的查新人员更容易与委托人员发生高质量的服务接触。查新人员的素质是指查新人员在服务接触过程中的服务意识、服务态度和服务技能。

##### 4.3.1 良好的服务态度、服务意识

服务态度、服务意识直接影响着委托人员的

表 1 关键时刻科技查新服务技能特性

服务接触关键时刻	服务接触技能特性
委托人员电话咨询时	接待员回复时的礼貌性、友好性、及时性、准确性、专业性
委托人员网站提及委托单时	网站界面具有易懂性、简洁性、美观性、易操作性、数据资源全面性
委托人员与查新员沟通查新点时	查新员沟通时的主动性、礼貌性、友好性、专业性、指导性
委托人员缴纳费用时	查新员态度礼貌、友好
委托人员与查新员确认报告结论时	查新员沟通时的礼貌性、友好性、科学性、公正性、客观性、准确性、合理性
委托人员收取报告和发票时	查新员态度礼貌、友好

配合度及舒适度。查新人员得当的举止、温和的态度和意识带给委托人员舒适的感受和体验,增加委托人员配合的意愿。查新人员应该具有平和的性格,对委托人员不能太冷漠或太热情;具有良好的沟通技巧,对用户的咨询回复要及时不拖延;具有与委托人员建立得当接触的服务意识,只有有服务别人的意识,才能有为别人服务的正确态度;要深度了解委托人员需求,在公正公平的前提下,尽最大努力为委托人员提供情报信息服务,提升委托人员满意度。

#### 4.3.2 专业的服务技能

仅具有查新服务意识并不能完全保证查新人员能够提供高质量的服务,还需要查新人员具有专业的服务技能,从而确保委托人员与查新人员在发生服务接触时能获得高度的信任感。服务技能是指从事查新工作所需要的专业知识和专业技能,包括检索技巧、文献分析、总结、撰写报告等能力。委托人员会从查新人员所具备的服务技能熟练性及专业性判断他们所提供的信息的可靠性。科技查新机构主要服务对象是科研院所、高等学校、企业,他们所研究的课题、所涉及的知识基本都是多门学科的系统结合,因此要求一名优秀的查新人员除了具有扎实的基础知识与专业技术背景外,还应该具有卓越的学习能力。

(1) 定期对查新人员进行专业系统的培训,增强培训的针对性和实效性,应具备外语、计算机、网络知识,具有检索技巧、文献分析、对比归纳、撰写报告等基本服务技能。除此之外,服务技能培训不能仅限于查新相关内容,还应该增加专利检索、知识产权分析、情报信息检索等相关领域的知识培训,以满足委托人员对查新服务的多层次要求。

(2) 定期组织查新人员参加交流会和座谈会,积极鼓励同事之间、同行之间开展合作和经验交流,取长补短以提高检索水平。查新人员服务技能的提升,是提高查新质量和查新效率的保证。

### 4.4 加强对委托人员的引导

在服务接触过程中,委托人员对服务接触的满意度是服务质量的一部分,其自身也是影响

服务质量的重要因素,是服务接触中最难控制和管理的因素。因为查新工作是围绕委托人员填写的查新点开展的,所以委托人员的配合度非常重要。但有的委托人员对这点并没有深刻的认识,随意填写查新点,导致查新时间延长甚至造成出具的查新报告无效。通常委托人员不会将责任归咎于自身,而认为是查新机构服务质量较差。因此,只有加强对委托人员的心理和行为的引导,才能提升委托人员的服务接触满意度。

#### 4.4.1 培养委托人员配合度

针对委托人员对查新流程及查新规则不熟悉及对查新点产生“误解”等问题,查新机构应该明确告知委托人员填写查新委托单的重要性,并定期组织委托人员参加现场或者网络查新活动,对其进行专业化的培训和信息素质教育,完善其知识结构,使委托人员全面了解查新服务流程,掌握正确填写查新委托单的技能,以此来加深委托人员与查新人员的配合度,从而提高服务效率及质量。积极建立反馈机制,从委托人员角度来审视查新机构自身优势与不足,完善自身,并根据委托人员反馈及需求来优化查新服务流程、细化关键服务接触点,为委托人员带来更好的用户体验。

#### 4.4.2 引导委托人员的心理预期

服务质量取决于顾客对服务质量的预期(即期望的服务质量)同其实际体验到的服务质量水平的对比<sup>[14]</sup>,当顾客的心理预期水平特别高时,其服务很难达到满意程度。每个委托人员都有一定的心理预期,希望能控制服务接触的进程,要求查新人员按照自己的意愿和时间进行服务,得出令自己满意的结果,但查新机构有时会受到客观条件的限制,不可能完全实现委托人员的心理预期。当查新项目比较集中,因查新人员数量有限而很难在短时间内满足所有用户要求时,就要根据查新机构服务能力水平和委托人员对传递时间期望的敏感度,合理承诺服务传递时间,同时尽量提供准确的延迟信息<sup>[15]</sup>。查新机构也可以提前在网站、微信、博客等社交平台发布查新信息,通知项目查新日期,请委托人员做好准备,

避开查新高峰期。查新机构一定要引导委托人员正确认识并理解查新机构当前的情况，建立合理和符合实际的服务期望和需求。加强对委托人员的引导工作是提高服务接触质量的重要举措。

### 参考文献

- [1] 王晓丽,董月玲,季淑娟.论科技查新的技术标准与质量控制[J].科技管理研究,2014(10):243-246.
- [2] SURPRENANT C F, SOLOMON M R. Predictability and personalization in the service encounter[J]. Journal of Marketing, 1987, 51(2): 86-96.
- [3] SHOSTACK G L. The service encounter[M].Lexington, MA: Lexington Books, 1985.
- [4] BITNER M J. Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses[J]. Journal of Marketing, 1990, 54(2): 69-82.
- [5] LOCKWOOD A. Using service incidents to identify quality improvement points[J]. International Journal of Contemporary Hospitality, 1994(6): 75-80.
- [6] NORMANN R. Strategy and leadership in service business[M].London: Wiley, 1991.
- [7] 范秀成.服务质量管理:交互过程与交互质量[J].南开管理评论,1999(1):8-12.
- [8] 金国强,郭政.服务接触理论及其在服务质量测评中的应用[J].中国质量,2009(9):36-39.
- [9] 泽丝曼尔,比特纳,格兰姆勒.服务营销[M].张金成,白长虹,译.北京:机械工业出版社,2015.
- [10] GRONROOS C. Strategic management and marketing in the service sector[R]. Helsinki, Finland: Swedish School of Economics and Business Administration, 1982: 85-86.
- [11] BATESON J E G. Perceived control and the service encounter[M].London: London Business School, 1985.
- [12] 董润芸.服务质量评估及提升研究[D].沈阳:沈阳工业大学,2003.
- [13] WAKEFIELD K L, BLODGETT J G. The importance of services cape in leisure settings[J].The Journal of Services Marketing, 1994, 8(3): 66-76.
- [14] 张连霞.从图书馆员角度谈高校图书馆服务质量的管理[J].河北建筑科技学院学报(社会科学版),2006,23(2):126-127.
- [15] 洪志生,苏强,霍佳震.服务质量管理研究的回顾与现状探析[J].管理评论,2012(7):152-163.

## 欢迎订阅《中国科技资源导刊》

《中国科技资源导刊》是中国科学技术信息研究所、南京大学共同主办的科技管理类学术性期刊,是中国科技核心期刊(中国科技论文统计源期刊)。主要刊登科技资源(尤其是科技物力资源、科技信息资源和科技人力资源)管理领域的学术论文、研究报告、综述评论,宣传和探讨科技资源管理的战略政策,探索和揭示科技资源管理领域的基本原理和规律,展示科技资源建设与服务的实践经验等,促进我国科技资源管理领域的理论研究与实践管理水平的不断提升,为科

技资源管理者和研究者提供高水平的学术交流平台。

《中国科技资源导刊》读者对象:政府、科研院所、高等院校、高新技术企业等广大从事科技资源管理的科技管理人员、科研人员和有关专业的研究生及其他研究人员。

《中国科技资源导刊》是双月刊,大16开,112页。国际标准刊号:ISSN1674-1544,国内统一刊号:CN11-5649/F。每本定价15元(全年定价90元)。欲购者请与编辑部联系。

### 欢迎行阅 欢迎赐稿

联系地址:(100045)北京市西城区三里河路54号《中国科技资源导刊》编辑部

联系电话:010-68514086 联系人:莫妍 E-mail:zgkjzydk@istic.ac.cn

网 址: <http://www.zgkjzydk.com.cn>