



2017年新信息环境下 CASHL 资源与服务拓展设计研究

# 基于用户分析的 CASHL 西北区域中心 服务策略研究

课题单位：兰州大学图书馆

课题负责人：孙林

课题组成员：宋戈（兰州大学图书馆）、张继忠（兰州大学图书馆）、  
胡文静（兰州大学图书馆）、薛小婕（兰州大学图书馆）、郭玮（兰  
州大学图书馆）

结项时间：二零一八年五月

**摘要：**本文以 CASHL 西北区域中心面向用户和成员馆的调研数据为基础，探讨了新信息环境下，CASHL 西北区域中心在资源建设、服务能力、宣传推广、培训、交流等方面的创新措施，促使 CASHL 在西北区域的持续发展。

**关键词：**CASHL 用户调研 服务策略

## 目 录

第一章	课题背景.....	4
第二章	课题内容和意义.....	4
	第一节 课题内容.....	4
	第二节 课题意义.....	4
第三章	研究方法.....	4
第四章	调研数据分析.....	5
	第一节 用户调研数据分析.....	5
	4.1.1 用户调研数据.....	6
	4.1.2 用户调研数据分析.....	8
	第二节 成员馆调研数据分析.....	9
	4.2.1 成员馆调研数据.....	9
	4.2.2 成员馆调研数据分析.....	15
第五章	CASHL 西北区域中心服务创新举措.....	16
	第一节 资源建设.....	16
	第二节 服务能力.....	17
	第三节 宣传推广.....	17
	第四节 培训.....	17
第六章	结语.....	17

## 第一章 课题背景

中国人文社会科学文献中心（CASHL），在 2004 年成立之初就设置了 5 大区域中心（武汉大学图书馆、吉林大学图书馆、中山大学图书馆、南京大学图书馆、四川大学图书馆），分担其部分职责，主要协助全国中心进行资源的整体规划、建设和服务工作，提供本校外文人文社科期刊馆藏数据，配合 CASHL 管理中心开展数据加工工作，维护本地文献传递服务系统，以本地区和本校为重点开展培训、宣传、文献检索和原文提供等服务，同时配合全国中心为全国高校提供服务并进行相关评估。后因 CASHL 工作需要，于 2006 年增设兰州大学图书馆为代行西北区域中心。2015 年 11 月，兰州大学图书正式增设为 CASHL 西北区域中心。

CASHL 区域中心经过长期发展，已经成为联系 CASHL 管理中心、成员馆、用户之间的重要节点，既承担区域内资源建设、文献服务、宣传、培训等具体职责，又担负区域内 CASHL 服务可持续发展的使命。CASHL 西北区域中心起步较晚，成员馆发展较缓慢，目前服务现状：文献申请数量、成员馆发展、用户数都与其他区域存在一定差距。为了促进 CASHL 西北区域文献传递服务的整体发展，有必要对成员馆及用户的需求开展调研，并在调研的基础上，发现问题，创新服务，促进 CASHL 西北区域中心文献信息服务的进一步发展。

## 第二章 课题内容和意义

### 第一节 课题内容

基于 CASHL 西北区域中心现有服务模式（资源建设、文献服务、宣传推广、培训交流等）中存在的问题，分别针对成员馆的服务需求和用户的服务满意度设计问卷，开展调研。

2017 年 11 月，通过网络向西北区域成员馆和用户发放问卷，共有 24 个成员馆和 149 名用户参与此次调研。

2018 年 3 月从网上收割数据，统计并分析数据。

### 第二节 课题意义

兰州大学图书馆通过分析西北区域成员馆和用户对 CASHL 西北区域中心的服务需求与评价，并借鉴其它区域中心先进的服务模式，有助于优化服务内容，创新服务方式，提高服务效能。

### 第三章 研究方法

#### 第一节 Kano 理论

日本著名学者狩野纪昭 (Noriakiknao) 将赫兹伯格的双因素理论引入到服务产品质量管理中来, 并首次提出了满意度的二维模式。根据不同类型的质量特性与用户满意度之间的关系, 将产品或服务的质量特性分为五类, 具体在高校图书馆的宏观服务层次中, 我们可以从这五类的质量特性划分中得到启示。

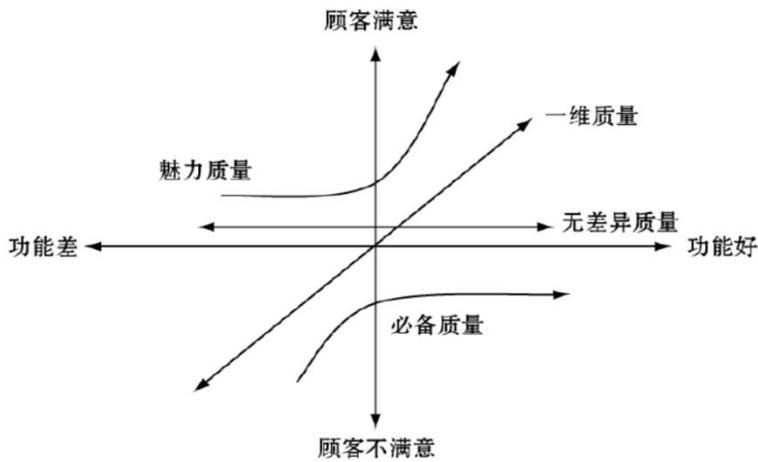


图 1 Kano 模型

#### 第二节 Kano 分析

针对每一种质量特性的正反问题, Kano 给出了典型的属性分类。表中 A 为魅力质量, O 为一维质量, M 为必备质量, Q 为可疑结果, R 为逆向质量, I 为无差异质量。

读者需求		不具备该项服务功能 (反向问题)				
		满意	必须如此	无所谓	可以忍受	不满意
具备该项服务功能 (正向问题)	满意	Q	A	A	A	O
	必须如此	R	I	I	I	M
	无所谓	R	I	I	I	M
	可以忍受	R	I	I	I	M
	不满意	R	R	R	R	Q

本课题将运用 Kano 模型, 分析用户对 CASHL 西北区域中心现有服务内容的满意度评价, 从而得出各项服务的满意度属性。

### 第四章 基于 CASHL 西北区域的用户调研数据分析

#### 第一节 用户调研数据分析

##### 4.1.1 用户调研数据

## CASHL西北区域中心服务调查——用户



CASHL是中国高校人文社会科学文献中心(China Academic Humanities and Social Sciences Library)的英文简称。其宗旨是组织若干所具有学科优势、文献资源优势和服务条件优势的高等学校图书馆,有计划、有系统地引进国外人文社会科学期刊,借助现代化的服务手段,为全国高校的人文社会科学教学和科研提供高水平的文献保障。

您好!我们是CASHL西北区域中心文献服务团队。为了完成CASHL西北区域服务调研,开展问卷调查。调查中收集到的所有信息,将只用于科研目的,您的个人信息将会严格保密。衷心感谢您的支持与配合!

您所在的学校:

您的身份是: \*

A:本科生  B:硕士研究生  C:博士研究生  D:教师  E:其他

1、如果CASHL文献传递与馆际互借服务人员服务态度很好,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

2、如果CASHL文献传递与馆际互借服务人员服务态度很不好,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

3、如果CASHL文献传递与馆际互借服务能够在移动端完成,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

4、如果CASHL文献传递与馆际互借服务不能够在移动端完成,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

5、如果您提交的CASHL申请很快得到响应,您会感觉如何?(1个工作日内) \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

6、如果您提交的CASHL申请没有很快得到响应,您会感觉如何?(超出1个工作日) \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

7、如果您申请的CASHL文献能够很快得到,您会感觉如何?(电子文献3个工作日内,纸本书7个工作日内) \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

8、如果您申请的CASHL文献不能够很快得到,您会感觉如何?(电子文献超出3个工作日,纸本书超出7个工作日) \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

9、如果CASHL文献传递与馆际互借系统一直可以正常使用,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

10、如果CASHL文献传递与馆际互借系统有时不可以正常使用,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

11、如果CASHL文献传递与馆际互借系统所揭示资源您可以正常获得,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

12、如果CASHL文献传递与馆际互借系统所揭示资源您有时不可以获得,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

13、如果CASHL文献传递与馆际互借定期提供用户培训服务,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

14、如果CASHL文献传递与馆际互借没有定期提供用户培训服务,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

15、如果CASHL文献传递与馆际互借长期有固定的服务人员,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
- 

16、如果CASHL文献传递与馆际互借经常更换服务人员,您会感觉如何? \*

- A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意
-

17、如果CASHL文献传递与馆际互借服务按文献0.15元/页、图书40元/册收费,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

18、如果CASHL文献传递与馆际互借服务均为免费,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

19、如果CASHL文献传递与馆际互借服务只能通过注册相应系统自己提交申请,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

20、如果CASHL文献传递与馆际互借服务能够通过邮箱委托工作人员提交申请,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

21、如果您能够通过电话、QQ、微信、邮箱等渠道联系到CASHL工作人员,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

22、如果您不能够通过电话、QQ、微信、邮箱等渠道联系到CASHL工作人员,您会感觉如何? \*

A:满意  B:必须如此  C:无所谓  D:可以忍受  E:不满意

提交

#### 4.1.2 用户调研数据分析

通过 Kano 模型, 分析调研数据可以得出以下结论:

魅力质量

CASHL 文献传递与馆际互借服务能够在移动端完成;

CASHL 申请能在一个工作日内得到响应;

CASHL 文献传递与馆际互借系统无故障;

CASHL 文献传递与馆际互借定期提供用户培训服务;

CASHL 文献传递与馆际互借长期有固定的服务人员;

一维质量

用户申请的 CASHL 文献能够很快得到(电子文献 3 个工作日内,纸本书 7 个工作日内);

能够通过电话、QQ、微信、邮箱等渠道联系到 CASHL 工作人员;

逆向质量

CASHL 文献传递与馆际互借服务按文献 0.15 元/页、图书 40 元/册收费;

CASHL 文献传递与馆际互借服务只能通过注册相应系统自己提交申请;

必备质量

CASHL 文献传递与馆际互借服务人员服务态度很好;

CASHL 文献传递与馆际互借系统所揭示的资源可以正常获得;

结论

强化必备质量(服务态度 资源揭示),

该质量特性充分时服务才能合格,不充分时会引起用户不满。是用户对服务最基本的需求。

提升一维质量(工作效率 沟通渠道),

该质量充分时会导致满意,不充分时会引起不满。应不断提高此类服务的品质,促进用户满意度的提升。

兼顾魅力质量(移动服务 响应速度 用户培训 人员稳定 系统稳定),

该质量充分时能够引起用户满意,不充分时也不会引起不满。具有魅力质量的服务更加吸引用户,更易培养顾客忠诚,从而形成竞争优势。

抵制逆向质量(收费政策 申请渠道),

该质量是引起强烈不满的质量特性和导致低水平满意的质量特性。应坚除此类属性指标的存在。

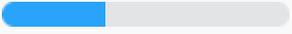
## 第二节 成员馆调研数据分析

### 4.2.1 成员馆调研数据

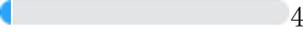
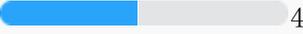
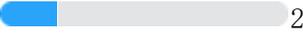
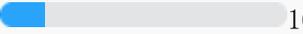
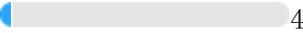
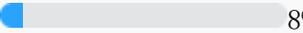
#### CASHL 西北区域中心服务调查——成员馆

3 贵校人文社会科学文献资源获取的途径是(可多选): [\[多选题\]](#)

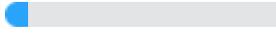
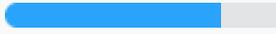
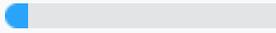
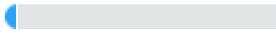
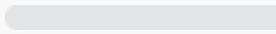
选项	小计	比例		
A 自购文献资源	24	 96%		
B 省内资源共享联盟	13	 52%		

C CASHL	20	 80%		
D CALIS	16	 64%		
E 国图	14	 56%		
F 国家哲社期刊网	9	 36%		
本题有效填写人次	25			

4 您馆 CASHL 的用户数: [单选题]

选项	小计	比例		
A 0	1	 4%		
B 1-100	12	 48%		
C 100-200	5	 20%		
D 200-400	4	 16%		
E 500-1000	1	 4%		
F 1000 以上	2	 8%		
本题有效填写人次	25			

5 您馆 CASHL 的年申请量: [单选题]

选项	小计	比例		
A 0	2	 8%		
B 1-100	19	 76%		
C 100-200	1	 4%		
D 200-400	2	 8%		
E 500-1000	1	 4%		
F 1000 以上	0	 0%		
本题有效填写人次	25			

6 您馆 CASHL 的年用户培训次数：[单选题]

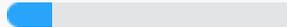
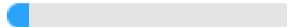
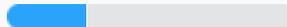
选项	小计	比例	
A 0	5	20%	
B 1-5	17	68%	
C 5-10	2	8%	
D 10-15	0	0%	
E 15-20	0	0%	
F 20 以上	1	4%	
本题有效填写人次	25		

7 您馆推广 CASHL 的培训方式：[多选题]

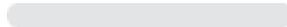
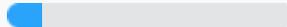
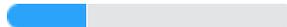
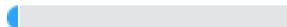
选项	小计	比例	
A 现场培训	20	80%	
B 在线培训	5	20%	
C 嵌入课堂	7	28%	
D 预约培训	8	32%	
E 其它	9	36%	
本题有效填写人次	25		

8 您馆 CASHL 的宣传方式（可多选）：[多选题]

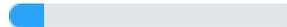
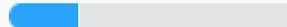
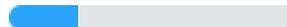
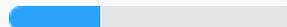
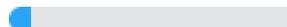
选项	小计	比例	
A 海报	12	48%	
B 校网	11	44%	
C 馆网	24	96%	
D 微信	15	60%	
E 微博	3	12%	

F 邮件	4	 16%	
G 短信	2	 8%	
H 其它	7	 28%	
本题有效填写人次	25		

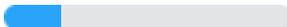
9 您馆首选 CASHL 来获取所需人文社会科学外文文献吗? [单选题]

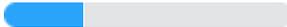
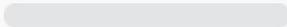
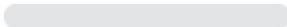
选项	小计	比例	
A. 全部使用	0	 0%	
B. 大部分使用	3	 12%	
C. 基本使用	7	 28%	
D. 小部分使用	14	 56%	
E. 没有使用	1	 4%	
本题有效填写人次	25		

10 您馆申请 CASHL 文献资源时首选西北区域中心（兰州大学图书馆）吗? [单选题]

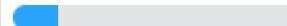
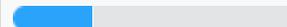
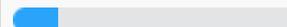
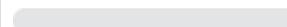
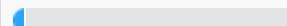
选项	小计	比例	
A. 全部使用	3	 12%	
B. 大部分使用	6	 24%	
C. 基本使用	6	 24%	
D. 小部分使用	8	 32%	
E. 没有使用	2	 8%	
本题有效填写人次	25		

11 您认为 CASHL 西北区域中心文献传递与馆际互借的响应速度如何? [单选题]

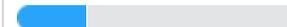
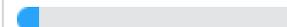
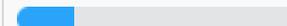
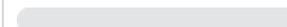
选项	小计	比例	
A. 非常快	5	 20%	
B. 快	13	 52%	

C. 一般	7		28%
D. 慢	0		0%
E. 特别慢	0		0%
本题有效填写人次	25		

12 您认为 CASHL 西北区域中心提供的文献传递与馆际互借服务文献的满足情况如何？ [单选题]

选项	小计	比例	
A. 完全满足	4		16%
B. 大部分满足	7		28%
C. 基本满足	9		36%
D. 小部分满足	4		16%
E. 无法满足	0		0%
(空)	1		4%
本题有效填写人次	25		

13 您获取的 CASHL 信息来自于 CASHL 西北区域中心吗？ [单选题]

选项	小计	比例	
A. 完全来自	6		24%
B. 大部分来自	12		48%
C. 基本来自	2		8%
D. 小部分来自	5		20%
E. 没有	0		0%
本题有效填写人次	25		

14 您了解如何参与 CASHL 西北区域中心的各类活动（如区域优惠活动、学科优惠活动等）吗？ [单选题]

选项	小计	比例	
A. 完全知道	7	28%	
B. 大部分知道	10	40%	
C. 基本知道	8	32%	
D. 小部分知道	0	0%	
E. 无法知道	0	0%	
本题有效填写人次	25		

15 您熟练掌握 CASHL 系统开展文献传递与馆际互借工作吗？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例	
A. 完全掌握	7	28%	
B. 大部分掌握	7	28%	
C. 基本掌握	10	40%	
D. 小部分掌握	1	4%	
E. 无法掌握	0	0%	
本题有效填写人次	25		

16 CASHL 西北区域中心的馆员培训内容符合您馆文献传递工作需求吗？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例	
A. 完全满足	5	20%	
B. 大部分满足	9	36%	
C. 基本满足	8	32%	
D. 小部分满足	3	12%	
E. 无法满足	0	0%	
本题有效填写人次	25		

17 您了解 CASHL 西北区域中心的联系方式吗？（如电话、QQ、微信、邮箱等）  
[\[单选题\]](#)

选项	小计	比例	
A. 完全知道	7	28%	
B. 大部分知道	10	40%	
C. 基本知道	6	24%	
D. 小部分知道	1	4%	
E. 不知道	1	4%	
本题有效填写人次	25		

18 您在文献传递与馆际互借工作中的问题及时得到 CASHL 西北区域中心的有效回复吗？  
[单选题]

选项	小计	比例	
A. 完全获得	11	44%	
B. 大部分获得	5	20%	
C. 基本获得	9	36%	
D. 小部分获得	0	0%	
E. 无法获得	0	0%	
本题有效填写人次	25		

19 请对 CASHL 西北区域文献服务的几个方面重要性排序： [排序题]

选项	平均综合得分		
A. 资源建设	4.28		
B. 服务能力	3.64		
C. 宣传推广	3.08		
D. 培训	2.2		
E. 交流	1.48		

#### 4.2.2 成员馆调研数据分析

资源建设：

60%成员馆在使用 CASHL 时选择兰州大学图书馆作为服务馆，文献基本满足率达 80%。

服务能力：

72%以上的成员馆认为兰州大学图书馆文献传递和馆际互借响应速度快；

88%的成员馆认为兰州大学图书馆 CASHL 文献服务能够满足他们的文献需求；

推广宣传：

西北区域中心 80%的推广宣传信息能够传达给成员馆西北区域的各项文献传递活动，成员馆 100%都了解如何参与；

培训：

96%的成员馆都能够基本掌握 CASHL 操作系统，西北区域中心的培训能够满足 88%成员馆的基本需求；

交流：

92%的成员馆与西北区域中心保持基本联系，其工作中的咨询 100%都可获得西北区域中心有效回复；

结论：

基于 24 家成员馆对西北区域中心各项服务的调查结果，综合评价所得：

项目	非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意
资源建设			✓		
服务能力		✓			
宣传推广	✓				
培训	✓				
交流	✓				

## 第五章 CASHL 西北区域中心服务创新举措

基于成员馆对西北区域中心现有服务内容（资源建设、文献服务、宣传推广、培训交流等）的需求调研，按照资源建设>服务能力>宣传推广>培训>交流的评价结果，CASHL 西北区域中心将采取以下措施，不断优化服务内容，提升服务效能。

### 第一节 资源建设

加大对“一带一路”资源建设的持续性投入；

挖掘开放获取资源，完善资源的馆藏揭示；

加快资源的数据更新；

大力促进成员馆间特色外文资源的共建共享；

加快大型特藏数字化进程，实现在线服务；

打通与院系文献资源共享的壁垒，逐步把这部分资源纳入可提供服务的范畴；

号召社会力量的支持，积极吸纳捐赠图书；

## 第二节 服务能力

积极参与 CASHL 系统升级调研，把用户的良好建议反馈给中心；

根据成员馆的申请量、用户数、宣传推广、服务案例等数据，选拔部分示范馆，通过考核机制，对示范馆给予不同程度的奖励；

规范服务流程，提高响应速度与满足率；

寻求与物流的合作，提升馆际互借的效率；

推广 CASHL 微信移动服务，开展多渠道的文献申请服务；

## 第三节 宣传推广

强化各成员馆领导对 CASHL 的重视与认知，形成领导重视，馆员努力的良好氛围；

配合 CASHL 文献传递优惠活动，调研成员馆和不同用户群体的文献需求，开展相应的宣传推广，并注意巩固宣传的长期效果；

开展走入睡眠馆的专项宣传活动，通过考核、奖励、培训等机制，激活睡眠馆的需求；

征集成员馆的优秀服务案例，加以推广；

把我馆资源嵌入 CASHL 微信宣传活动中，扩大资源的影响力；

## 第四节 培训

微信小课堂：制作 CASHL 文献申请流程、资源介绍的小视频，发布在图书馆微信公众号进行宣传；

名师讲堂：形成品牌效应，积极发挥图书馆的学术影响力，把名师讲堂直播嵌入各类讲座、培训、交流活动中；

订制化服务：根据用户需求开展个性化培训、资源推荐等活动；

拟计划每两年开展一次西北区域馆员培训活动（线上或线下）。

## 第六章 结语

CASHL 西北区域中心在发展过程中，积极打造基于“一带一路”的特色文献资源体系，

扩大文献资源共享的基础；通过形式多样的宣传推广活动，吸纳中坚力量和潜在用户；打造业务素质过硬的馆员队伍，形成宣传、服务一体化的培训模式，推动全区域文献传递服务的整体发展。

#### 参考文献

- [1] 关志英. 图书馆共建共享联盟服务营销的探索与实践——以 CASHL 为案例的研究[J]. 图书情报工作, 2011, 55(15):85-89
- [2] 李杉杉, 赵乃瑄, 冯君. 服务于协同创新的跨系统区域图书馆联盟发展策略研究[J]. 图书情报工作, 2016(16):61-65.
- [3] 聂华, 朱玲. 网络级发现服务——通向深度整合与便捷获取的路径[J]. 大学图书馆学报, 2011, 29(06):5-10.
- [4] 蔡宏, 李爱华. 提高 CASHL 文献传递请求量的方法探讨——以 CASHL 东北区域中心为例[J]. 图书馆学研究, 2013(18):62-65.
- [5] 陈德芳. 跨系统区域图书馆联盟社会支持体系研究[J]. 图书馆学研究, 2015(2):77-79.
- [6] 徐飞, 陆尧. BALIS 原文传递服务十年发展与思考[J]. 数字图书馆论坛, 2017(12):2-10.