



项目编号: 2014006

## CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称: 基于数字图书馆的用户营销激励研究

项目关键词: 图书馆; 用户营销; 激励

项目单位(盖章): 大连海洋大学

项目主持人: 耿丽丽

联系电话: 0411-84762595

电子邮件: genglili@dlou.edu.cn

提交日期: 2015.4.10

# 基于数字图书馆的用户营销激励研究

(耿丽丽, 大连海洋大学图书馆, 2010006)

关键词: 图书馆; 用户营销; 激励

## 1 研究背景及意义

### 1.1 研究背景

随着新技术的发展及网络的普及, 图书馆传统的管理方式正面临着巨大的挑战, 图书馆用户对知识的需要也发生重大变化。图书馆作为知识的重要集散地, 能否满足用户信息需求为用户提供满意的服务, 取决于其对知识的管理及服务。

### 1.2 研究的意义

#### 1.2.1 推动数字图书馆发展, 提升数字图书馆核心竞争力

传统的图书馆信息服务的核心能力主要体现在信息资源的组织、检索与传递, 正是图书馆这种核心能力为社会提供了知识保障。而随着技术的发展和知识经济的到来, 图书馆已经不能适应这些变化, 必须做出改变以提升图书馆的竞争力, 创造新的利润及市场地位, 并为社会提供贡献。将环境分析和用户问题解决能力支持纳入到提高用户活动的努力当中去。在现代信息网络环境中, 信息网络化, 数字化, 信息系统, 虚拟化, 打破了信息资源的分布不均, 是信息获取变得越来越容易。随着社会的发展, 技术进步, 信息和知识资源迅猛增加, 用户多样化, 个性化财富增长, 深层次的服务需求的增加, 在过去的一个方法和服务信息机构的挑战单一图书馆服务开始研究如何提供的服务, 并着力提高服务的知识内容, 因此, 服务开始发挥作用。

#### 1.2.2 探索数字图书馆用户激励理论, 完善数字图书馆用户行为理论体系

尽管有些图书馆学学者已经提出了图书馆营销的理念, 但是从用户激励角度研究的内容较少。所以, 本研究在已有学者理论研究的基础上, 从用户激励的核心要素和能力入手, 提出了数字图书馆用户激励的概念, 并界定了相关要素, 这是对已有图书馆营销理论研究的进一步提炼和创造, 为图书馆用户激励深入研究提供了新的研究视角。数字图书馆服务用户激励研究有助于进一步形成和完善数字图书馆服务用户激励的理论体系、方法体系; 开拓数字图书馆服务研究的新视角, 一定程度上推进图书馆

学研究中的新的学科生长点的拓展；能够为数字图书馆服务用户激励建设实践提供一定的指导；有助于促进数字图书馆服务能力水平的提高，更好地释放数字图书馆知识资源价值与服务价值的潜能；能够为提升数字图书馆在知识经济社会中的核心能力，促进知识应用与知识创新，建设国家知识创新体系提供一定的保障与指导。

### 1.2.3 指导数字图书馆用户营销实践，提升数字图书馆管理能力

本研究通过实证分析，确定了数字图书馆用户激励的关键性因素及个因素之间的关系，据此提出了数字图书馆用户激励对策和建议，对数字图书馆用户激励理论在实践中的运用，以及激励理论与图书馆管理工作的更紧密结合具有重要的意义。服务不仅是一个知识和理解的概念，也是一种服务形式。在网络环境下，数字图书馆服务的重心正从传统的信息资源转移服务中心到用户的身上，体现为对用户着想的时代，人性化的服务，与知识整合，以满足用户的需求，不仅是知识的需求，也是心理的需求。在这一过程中运用激励手段促进用户使用数字图书馆，帮助用户解决问题，使用户能够实现知识应用和知识创新。因此数字图书馆用户激励研究具有一定的实践意义。

## 2. 研究内容和方法

### 2.1 研究内容

本文从研究网络环境下用户使用数字图书馆的行为出发，凝炼出数字图书馆用户激励过程。在广泛、深入分析现有数字图书馆服务用户的动机、与数字图书馆的交互行为的模式、理论、应用案例基础上，确定用户使用服务的动机因素及交互过程中用户激励的影响因素；借鉴期望激励理论，构建适于数字图书馆用户的激励过程模型。通过对用户动机进行调查研究，获得影响用户选择服务的动机因素，为数字图书馆的选择激励提供研究基础。利用数字图书馆激励过程模型及相关分析方法、多元回归分析方法对数字图书馆交互过程中影响用户激励的因素进行分析，利用分析结果修正激励模型，最终获得数字图书馆用户激励过程理论模型。在明确了数字图书馆用户的动机因素及交互过程激励因素后，分析了数字图书馆服务用户激励中存在的主要问题，并据此提出了数字图书馆用户激励的对策和建议，力图为数字图书馆管理实践提供一定的指导。

### 2.2 研究方法

本论文在研究过程中采用了如下研究方法：

### 2.2.1 文献研究

通过查阅文献资料，研究国内外关于数字图书馆用户激励的相关理论。

### 2.2.2 访谈法

与数字图书馆用户进行深切访谈，分析数字图书馆服务交互过程中的实际问题。

### 2.2.3 问卷调查法

利用设计的调查问卷对数字图书馆用户进行调研，向高校教师与学生发放问卷，以对数字图书馆用户选择服务的动机及交互过程中的激励因素进行实证研究。

### 2.2.4 实证研究方法

采用相关性分析方法来检验数字图书馆服务模型的信度与效度，并依据所得统计数据模型进行修正和修改。

## 3 数字图书馆用户激励对策研究

数字图书馆用户激励对策研究是指在对用户的动机及交互过程中的激励因素进行评估、分析的基础上，根据用户激励过程中的具体情况，采取相应的激励策略和对策，促进用户使用数字图书馆。本文在数字图书馆用户激励理论的基础上，结合实证研究结果，提出数字图书馆用户激励对策，为数字图书馆营销提供有针对性的、建设性的、可操作性的建议与指导。

### 3.1 深入分析用户需求，制定激励策略

数字图书馆服务用户激励战略措施的制定必须建立对用户知识服务需求充分调查和分析的基础上，了解用户服务的主要需求是开展服务用户激励的前提条件。数字图书馆服务用户需求调查，一方面可以依托 Web2.0 信息技术平台，面向数字图书馆用户开展电子问卷调查；另一方面，可以通过对用户的服务行为进行检测和挖掘，自动获得用户需求的内容直接推送给用户，并采用直接推送服务，方便用户获取知识资源。在充分对服务用户的知识需求了解的基础上，才能合力选择用户激励方式。激励措施实施以后，需要针对用户的反应调整激励策略，因此需要动态了解用户对数字图书馆服务的看法和意见。下面针对具体问题提出一定的对策。

#### 3.1.1 用户需求分析不充分的对策

用户的反馈可能是正向的，也可能是负向的，负向的反馈对数字图书馆的帮助尤其大。用户反馈可以为数字图书馆企业提供极高价值的信息，是用户与服务提供者沟通的纽带。如美国经营停车场业务 Quick ParkInc 公司就非常注重投诉，并根据用

户投诉调整自己的服务质量。公司十分注意这些投诉并立即着手改进，加快了交接车的速度。结果该公司不仅得到了顾客满意，还每年节约了近 50 万美元的成本。充分了解并利用用户的抱怨有助于数字图书馆了解服务的不足，并据此及时作出反应，采取正确的行动，最终达到用户期望。数字图书馆应该最大限度的鼓励用户反馈他们的问题。

本文所指的中间用户包括直接和用户接触的服务人员、代理机构、经纪人等不直接使用服务的人员或机构。例如大学生使用数字图书馆是免费的，到校是数字图书馆的直接的购买者。中间用户掌握着最终消费者的大量的和直观的信息。通过对其进行调查研究，可以了解用户的需求和期望。

数字图书馆的长期用户和主要用户被称为关键用户。针对关键用户进行推广调查对于数字图书馆是至关重要的，因为用户都有自己受到重视的愿望，尊重这种愿望可以培养用户的忠诚度，建立稳定融洽的关系，数字图书馆也就能保持持续的竞争力。

随机选择一定数量的顾客，组成用户小组。数字图书馆可以与此用户小组建立并保持长久的联系，以获得及时、持续的服务用户需求变化信息，并根据此信息制定激励方式。

对每一项刚刚完成的服务行为，对用户的满意度及需求建议立刻进行调查，获得用户服务质量评价的第一手资料，此法简单实用。

对服务用户需求进行全面的综合的调查研究，以获得行业竞争力。数字图书馆行业竞争也越来越激烈，企业拥有的基础信息资源往往是相同的，区别的是服务的能力，是立体综合的竞争，数字图书馆必须重视用户需求，只有重视用户知识需求才能获得持续的竞争力。比如美国联邦快递公司保持竞争力的手段值得借鉴。其注重倾听用户需求，调查员工及咨询零售商的建议和意见，以为用户提供最需要最准时、准确的运抵服务并对用户提出的问题做出解答。公司通过不断进行的深入调查研究，重新设立了重新设立了各道工序的时间、运作方式并同时加强员工综合素质培训，最终获得可喜成功。

### 3.1.2 关于充分利用调研数据的对策

用户调查研究是了解用户知识需求的第一步，怎样有效利用调研所获得的信息至关重要。可想而知，数字图书馆花费大量企业花大量人力、财力和物力获得用户的需求信息，却不能有效利用这些信息，带来的损失是双重的。一方面，如果不能充分的

利用用户需求调查信息将使数字图书馆与用户期望之间的缺乏有效的沟通,可能拉大两者之间的差距,另一方面,如果充分利用这些信息,可以将其转变为图书馆的竞争优势,使数字图书馆获得持续的竞争力。所以数字图书馆要认真对待每一位用户的意见,并根据其意见对服务进行可能的调整。

### 3.2 加强用户体验,提升数字图书馆用户利用服务效率

面对海量的网络信息,服务用户可能感到无所适从。虽然利用搜索引擎工具可以缓解在海量信息中查找有用信息的困难,但是通过搜索引擎返回的数万条结果中挑选有用的信息对于用户来说同样要花费很多时间。从大量无用信息中挑选极少量信息的过程无疑是痛苦的。相较于网络信息,数字图书馆提供的信息更加专业、可靠,但随着数字图书馆资源的不断丰富,在使用数字图书馆的信息过程中,查找信息也同样发生困难,这就需要数字图书馆针对用户知识需求提供适当的服务。数字图书馆针对不同用户设计个性化服务,并让用户在利用服务时获得比较愉悦的体验,这有助于用户更好的认识服务,增加用户服务期望,激励用户使用服务。用户的经验和感受可以通过网络进行及时反馈,数字图书馆可以针对这些反馈对服务进行调整完善。比如,可以在用户登录数字图书馆的时候,推送用户职业特征与专业相关的知识信息,或针对用户组推荐用户感兴趣的信息和最新动态,并通过用户反馈信息动态调整推送,用户可以切实感受到服务的便利和实用。

由于信息的不同,用户体验可能存在很大不同。对于服务来说,用户体验重点在于服务的交互作用,服务的增值性,服务的满意度及期望值等。由于用户在不同时间和环境下对相同的服务的感受存在差别,其体验呈动态发展的状态。调查表明,不愉快的服务体验经历将影响数字图书馆服务系统的利用率。因此,用户体验对数字图书馆服务系统的使用非常关键,成功的服务体验可以增强用户的期望,使其成为该系统的稳定用户。从用户体验的角度来看,越是易于使用的服务产品越是能够得到用户的喜爱。数字图书馆为了给用户提供愉悦的服务体验,必须为用户提供更简单、更便捷的服务。数字图书馆应该为用户提供成功的服务体验,并采用相关的信息技术提高用户对数字图书馆服务的期望值。

## 4 研究结论及展望

在今天,数字图书馆仅是众多信息提供商之一,在信息市场中数字图书馆也面临着越来越激烈的竞争。因此,数字图书馆不能迫使图书馆用户使用图书馆的产品或服

务,其用户可能会选择其他产品或服务。此外,动机是用户行为的三个心理因素之一。正如 Merchant 所说,将图书馆激励与图书馆用户动机联系在一起可能是图书馆用户行为研究的进一步深入,因为简单的图书馆输入和处理过程并没有导致图书馆的使用。数字图书馆用户激励的相关研究内容较少。因此,从激励的角度对数字图书馆用户行为进行研究至关重要。一般来说现有的研究主要内容是用户使用的是什么资源和服务。也就是说,没有对影响用户利用图书馆服务与产品的行为因素进行研究。尽管如此,用户研究的真正意义是重点研究为什么用户使用或不使用图书馆。数字图书馆用户也是顾客,这些顾客从众多的信息提供商中选择产品和服务。这就意味着数字图书馆用户会比较信息提供商提供的产品或服务。今天,企业竞争环境日趋激烈。在这种情况下,就必须了解消费者和消费行为的根本影响因素。像许多企业一样,数字图书馆同样处于一个竞争的环境中。


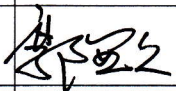

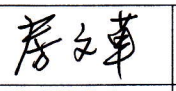
本文因为从激励的角度出发对数字图书馆用户进行研究,目的是促进用户使用数字图书馆,因此重点研究用户行为的前两个部分:用户的选择行为——用户使用数字图书馆的动机;用户与数字图书馆的交互行为——数字图书馆用户交互过程激励。本文的另一个目标是构建数字图书馆用户激励的理论体系及方法体系,为数字图书馆营销提供理论基础,利用营销学的理论和方法开拓数字图书馆研究的新视角,提升数字图书馆的服务能力及水平,并为数字图书馆营销实践提供一定指导。

## 5 参考文献

- [1]柯青,王秀峰,孙建军·以用户为中心的研究范式——理论起源[J].情报资料工作,2008(4):51-55
- [2]鞠震宇.VRML 多用户环境中通用交互行为的研究[D].南京理工大学,2004:25.
- [3]邓小昭.试析因特网用户的信息交互行为[J].情报资料工作,2003,(5):24-25.
- [4]巢乃鹏·网络受众心理行为研究——一种信息查寻的研究范式[M].北京:新华出版社,2002:144·
- [5]任全娥.陈太洋.图书馆虚拟参考咨询服务相关理念探讨[J].情报资料工作207,(3):23-27.

## 项目结题验收单

1 专家验收表（项目单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	基于数字图书馆的用户营销激励研究			
主持人	耿丽丽	职务/职称	办公室主任/馆员	
所在单位	 大连海洋大学			
专 家 意 见	<p>大连海洋大学图书馆的项目验收专家组均是副高以上职称，精通图书馆业务，同时又是图书馆的业务骨干，曾主次或参与过许多大型研究项目。</p> <p>专家组认真审阅了项目（编号 2014006）结题报告，听取了项目主持人的课题汇报，实际采用了本课题的研究成果，专家组一致认为，该项目数据真实有效，研究过程清晰明了，研究方法科学可靠，具有推广性、实际操作性，对图书馆流通工作具有指导意义，项目组按照计划很好地完成了预定任务，专家组认为符合 CALIS 农学中心验收要求，同意项目通过验收。</p>			
专家签字				
职务/职称	教授	副研究员	副馆长/副研究员	