

科技期刊特色与魅力质量特性研究

吴文桢

收稿日期:2009-06-01
修回日期:2009-09-04

西安石油大学《石油工业技术监督》编辑部, 710065 西安市电子二路 18 号, E-mail: wwz_cn@163.com

摘 要 阐述了必须质量特性、一元质量特性、魅力质量特性的内涵,以及科技期刊的魅力质量特性要求。从培育科技期刊富有魅力的忠诚员工、以读者为关注焦点、创造科技期刊及其服务的魅力质量、实现读者价值的最大化、创建读者信息管理系统等方面,论述了科技期刊如何创造魅力质量、突出特色、培育忠诚读者。指出,科技期刊必须从读者的角度出发,出版满足读者潜在需求的魅力质量期刊,提供符合读者期望的魅力质量服务,进而赢得读者信任,实现科技期刊社会效益和经济效益双赢。

关键词 科技期刊 魅力质量特性 期刊特色 忠诚读者

魅力质量理论是由日本著名质量管理大师狩野纪昭教授提出的,它是根据顾客的感受和质量特性的实现程度,将质量特性划分为魅力特性和必须特性^[1]。在我国,科技期刊的数量已达 5 千多种,研究和探讨科技期刊的质量特性和期刊特色,对于科技期刊的繁荣和又好又快发展,具有特别重要的意义。科技期刊的繁荣和发展,包括期刊数量增长和质量提高两个方面^[2]。如果说质量是期刊的生命,特色则是期刊的灵魂^[3]。科技期刊应当具备必须质量特性,努力创造魅力质量特性,以满足广大读者不断变化的需求。科技期刊只有发挥个性,办出特色,才是科技期刊发展的根本出路^[4]。本文对科技期刊特色与魅力质量特性进行研究,探讨科技期刊特色与魅力质量的关系,探讨如何创造科技期刊编辑出版魅力质量,培育忠诚读者。

1 魅力质量特性的内涵与科技期刊魅力质量特性

1.1 必须质量特性

必须质量特性指符合产品(或服务)基本规格的质量,也称必须的质量特性,即顾客认为是理所当然应当具备的质量特性^[1]。例如,科技期刊应当保证按时出版、使用法定计量单位,其印刷装订质量应当符合国家相关规范,等等。这类质量特性的特点是,即使科技期刊提供充分也不会使读者感到特别的兴奋和满意,而一旦不足却会引起读者不满。很明显,不具备必须特性的科技期刊和服务,很难满足读者的需求,也不可能在科技期刊市场有竞争力。

1.2 一元质量特性

一元质量也称顾客期望的质量或满意质量。这一层次的质量特性是顾客要求并希望提供的质量特性。如,编辑部对读者的服务态度、发行人员询问读者订阅期刊情况等。这类质量特性的特点是提供的充足时,读者就满意,越充足越满意,越不充足越不满意。

1.3 魅力质量特性

魅力质量特性也称顾客愉悦的质量特性,它是指如果充分的话,会使人产生满足,但不充分也不会使人产生不满的那些特性^[1]。这一层次的质量特性通过满足顾客的潜在需求,超越顾客的期望,使新产品或服务达到顾客意想不到的新质量,给顾客带来惊喜和愉悦。就期刊而言,在其他条件相同的情况下,具有充分的魅力质量特性的期刊和服务,譬如,期刊提供与报道内容一致且与读者工作、生活密切相关的资料、图片、有奖知识竞赛等,无疑会更吸引读者、引起读者的关注和长期订阅,长期坚持不懈,就会影响读者,在期刊市场形成竞争优势。

1.4 科技期刊的魅力质量特性

对科技期刊来说,显然在其他条件相同的情况下,具有充分魅力质量特性的期刊或服务无疑会更容易吸引读者,从而形成竞争优势。

从魅力质量的角度来看,期刊做到了第一层次(符合性质量)、第二层次(顾客满意的质量)都不能使读者达到忠诚,只有做到了魅力质量(让顾客愉悦的质量)的层次,才能产生读者忠诚。读者之所以对期刊及其服务产生偏爱,本质中国科技期刊研究, 2009, 20(5)

上是因为编辑出版的期刊及其服务达到了令读者惊喜与愉悦的程度。读者对高质量的期刊和服务的惊喜与愉悦,对期刊和服务产生偏爱,会使读者产生持续购买行为。因此可以说,科技期刊达到魅力质量,就会拥有更多的忠诚读者。

需要引起注意的是,魅力质量特性与必须质量特性可以相互转化。魅力质量特性是质量追求的最高境界,但随着时间的流逝,由于竞争的结果,魅力质量特性会逐渐演变为一元质量特性和必须质量特性。也就是说,科技期刊的魅力质量特性,在市场竞争中,其他科技期刊也效仿这种做法,实施魅力质量特性,这样原来的魅力质量特性也就转化为必须质量特性了。这时必须进行科技期刊品质创造,才能再度达到魅力质量特性。由此可以看出,魅力质量生命周期,即:无关紧要—魅力—一元质量(满意质量)—必须质量—创造—魅力质量。所以必须在做好第一层次、第二层次的质量特性的基础上,不断创造魅力质量特性,才能保持竞争优势。

读者满意是成功期刊的生命之源,而忠诚的读者则是促使期刊保持领先地位所不可或缺的要 素,是期刊持续发展、科学发展的动力。忠诚的读者是期刊最有价值的读者群,这些忠诚的读者使期刊获得稳定的传播范围和发行量,维系期刊的持续发展。

忠诚的读者认为,长期订阅的期刊能满足其读者价值的最大化,所以不会轻易地对长期订阅的期刊和服务失去信任。对科技期刊来说,忠诚的读者会减少期刊的经营成本,而开发新的读者群,需要付出较大的成本,如宣传期刊、期刊品牌维护等费用。从期刊成本的角度看,开发一个新读者的成本大约是留住一个忠诚读者成本的几倍之多。不断开发新的读者是期刊发展的持续动力,忠诚的读者是相对的,不是永久不变的。对科技期刊来说,忠诚的读者群稳定增加就意味着成功。

忠诚的读者关注期刊和服务的质量,对期刊的定价不敏感,不易受其他期刊采取的价格策略的影响,忠诚的读者对期刊和服务有“物有所值”甚至是“物超所值”的感觉。基于对编辑部出版的期刊和服务长久的信任,与更换期刊和服务的机会损失相比,忠诚的读者一般不会轻易放弃所忠诚的期刊和服务。

忠诚的读者关注期刊的发展,并且乐意为期刊的改进提出自己的意见和建议。忠诚的读者对编辑部偶尔出现的期刊出版和服务方面的事故,有较大的容忍度,能够给予编辑部改正错误的机会。

综上所述,科技期刊的魅力质量特性要求,可以简要概括为:一是读者满意率高;二是忠诚读者多;三是编辑部提供的读者服务得到大多数读者认可;四是期刊传播范围大。

2 突出科技期刊特色,创造科技期刊魅力质量,培育忠诚读者

期刊的办刊质量已成为期刊赖以生存的生命线,毫无疑问,追求科技期刊的魅力质量特性将使科技期刊获得更强的竞争优势,无疑也是科技期刊培育忠诚读者的重要因素。

2.1 以人为本,培育科技期刊富有魅力的忠诚员工

培育科技期刊的忠诚读者,首先要培育编辑部的忠诚员工,特别是培育富有魅力的忠诚员工。科技期刊编辑部要营造忠诚的期刊文化氛围,注重对编辑人员在忠诚意识方面的培养,使忠诚深入人心,营造出“以人为本”的工作环境;编辑部还应加强对编辑人员进行绩效引导,关注编辑人员的发展并提供持续不断的学习培训机会;编辑部要制定合理的薪酬福利和奖励政策,支付有竞争力的个性化奖励,实施公平合理的全方位考核制度,调动编辑人员的工作积极性;编辑部应实施以人为本的人性化管理,用情感管理激发编辑人员的工作热情,而受惠的编辑人员对期刊产生感情依赖,从而对期刊产生忠诚感,达到培育忠诚员工的目的。

富有魅力的忠诚员工是科技期刊实施魅力质量特性的骨干。科技期刊编辑部应在培育忠诚员工的基础上,对编辑人员进行期刊的魅力质量特性、魅力质量服务培训,积极培育富有魅力的忠诚员工,为培育期刊的忠诚读者打下良好的基础。

2.2 突出特色,创造科技期刊的魅力质量

期刊的编委会或总编是期刊的主体,确定办刊宗旨、定位和特色是总编的首要责任^[5]。期刊定位对形成学术期刊的整体特色,对于编辑过程中各个环节具有重要的导向价值^[6]。如果期刊定位不准确、特色不鲜明,就不会得到读者的关注,也就是谈不上魅力质量了。期刊本身基本的质量特性不具备任何竞争力,因为这种质量特性,被读者认为是理所当然要具备的。只有满足读者的潜在需求,甚至发掘读者的新需求,编辑出版具有特色的期刊,才能创造出令读者意想不到的新的期刊质量品质,创造期刊的魅力质量。

首先,科技期刊的魅力质量特性来自期刊的特色。

《石油工业技术监督》近年来在期刊定位、期刊特色方面做了有益的尝试,明确了期刊在“质量、标准化、计量、认证”四个方面的报道定位,坚持“以全面提高石油、石化工业技术水平和企业管理水平,促进石油、石化工业质量技术监督发展,为石油、石化工业质量技术监督工作服务”的办刊宗旨,坚持“学术性和应用性并重,管理和技术并重,突出石油、石化工业主体专业,紧紧围绕石油、石化工业质量技术监督中心工作”的办刊方针。

其次,科技期刊的魅力质量特性要求突出特色、凝炼中国科技期刊研究, 2009, 20(5)

《石油工业技术监督》杂志在现有栏目的基础上,通过《读者意见调查表》广泛征求广大读者的意见和建议,征求期刊理事单位理事、期刊编委、专家和油田厂矿企业生产第一线质量技术监督工作者的意见和建议,了解了读者的期望和潜在需求:读者希望期刊介绍国际标准和国外先进的石油、石化标准,特别是国际标准化组织(ISO)、美国石油学会标准(API)标准;国外先进的计量技术;国内质量管理学术动态等等。该刊对读者的这些潜在需求认真分析、筛选,积极采取措施,指定编辑搜集相关信息,专门约请有关专家学者撰稿,凝炼栏目,精心选题,增加“采用国际标准”、“国外先进标准介绍”、“ISO 石油石化标准述评”、“API 标准介绍及应用”、“计量新技术”、“质量管理动态”等栏目,突出“石油”和“质量技术监督”两大特色,树立精品意识,形成了风格鲜明的期刊特色。同时,针对部分读者的特殊潜在需求,制订方案,不定期编印相关小册子邮寄给读者,及时通知读者参加相关学术会议。

第三,科技期刊的魅力质量特性对期刊编辑部提出了新要求。

编辑部必须从读者的角度出发,出版满足读者潜在需求的魅力质量期刊,提供符合读者期望的魅力质量服务,进而赢得读者忠诚。在征集读者意见和摸清读者潜在需求上,“读者意见调查问卷法”是一个行之有效的办法,它能有效了解科技期刊在读者心目中所处的位置和质量品质,明确科技期刊的必须质量、魅力质量,并为期刊编辑部指出了提高期刊质量的改进方向,为编辑出版反映读者潜在需求的精品期刊做好准备。从读者意见调查问卷中,可以倾听读者的心声,得到若干期刊达到魅力质量的读者期望的品质因素,把这些信息进行归纳处理分析,从中找到影响读者信任的关键质量因素,以此作为设计魅力质量期刊的依据。

近年来,《石油工业技术监督》多次刊登读者意见调查表,就期刊栏目、期刊特色、期刊读者服务、论文价值、期刊信息量等,广泛征询读者的意见和建议。该刊根据读者反馈的意见和建议,认真梳理,精心策划,积极改进,及时调整,收到了较好的效果,主要是:一是读者关心期刊办刊质量、栏目设置、论文要求、期刊层次、期刊发展的来信、电子邮件、电话等显著增多;二是学术性、技术性稿件,特别是研究院所的质量管理、计量技术、标准化方面的高质量来稿显著增加;三是涉及石油、石化主体专业,如勘探开发、钻井工程、采油工程、油气储运、石油管材、炼油化工等稿件明显增加;四是石油企业主动与编辑部联系,要求派编辑去企业采访的增多;五是读者来电、来信要求订阅期刊的多了,期刊的发行面和传播范围逐渐扩大到二十多个国家和地区。

2.3 以读者为关注焦点,创造科技期刊服务的魅力质量

科技期刊的读者服务是一个标准化的操作流程,只有注重期刊服务程序细节上的设计,才能达到期刊魅力质量,才能获得读者信任。

第一,期刊编辑部要确立为读者提供超出其期望值的服务理念。

譬如,“以读者为关注焦点”就是期刊服务的理念。服务理念的确立是期刊服务基点的确立,高的服务起点,就意味着高质量的服务,在这种服务理念指导下,期刊更要明确为读者服务的宗旨——让读者成为服务工作的中心,成为编辑部制定服务读者工作的指针。

第二,期刊编辑部要制定读者服务规范。

读者是期刊生存和发展的基础。编辑部对读者在期刊订阅、期刊邮寄、论文检索等方面,要有细致的服务流程和服务记录。在期刊编辑出版中,各项工作都要紧紧围绕着“以读者为关注焦点”、“使读者满意”来展开,本质就是以读者的需求为关注焦点,确保读者的要求得到确定并予以满足。满足读者要求只是一种基本要求,只有超越读者的期望,给读者一种意外惊喜,才能使读者满意^[7]。

第三,创造期刊服务的魅力质量,必然要求编辑部实施“以读者为关注焦点”的原则。

这就要求编辑部全面地理解读者对于期刊内容、期刊栏目、期刊定价、期刊服务等方面的需求和期望,谋求在读者和编辑部员工、印刷企业等受益者的需求和期望之间的平衡,并将这些需求和期望汇集到编辑部,测定读者的满意度,广泛征求读者意见,并为提高读者的满意度而努力。《石油工业技术监督》在编辑出版中非常重视读者的关注点和需求,积极认真实施“以读者为关注焦点”的原则和期刊魅力质量计划。一是在召开期刊编委会时,认真听取与会编委、专家的意见和建议,特别是有关期刊特色、栏目设置等方面的建议;二是参加各种学术会议和行业会议时,注意搜集与会代表对期刊的评价、意见和建议;三是在期刊上刊登“读者意见调查表”,就期刊的定位、主要栏目、办刊特色、当前关注的热点、论文质量等,广泛听取读者的意见和建议。这些“以读者为关注焦点”的办刊理念和期刊魅力质量计划实施以来,受到了读者的欢迎。该刊认真分析收集到的专家和广大读者的意见和建议,积极关注读者的需求,适时地调整杂志栏目,注意突出期刊特色,把握石油工业上游(如,石油勘探、石油开发)特别是下游(如,石油工业炼油、化工)质量管理、标准化、计量技术等稿件的均衡性,论文质量有了明显提高。

第四,制定为读者服务的标准化制度。

理念的落实依靠的是制度的约束,编辑部要达到始终如一为读者提供超出其期望值的魅力服务,就必须用制度把服务流程标准化,才能凸显出期刊要达到的魅力质量。

第五,对编辑人员进行读者服务的培训。

编辑部一旦设计好了全方位的读者服务战略,培训是必须的,而且要贯穿整个实施过程中。最终,编辑部要通过有效的激励机制来鼓励员工按照培训的服务标准,高效地完成读者服务流程。

第六,不断完善读者服务制度。

科技期刊的质量标准的高低,显示了期刊致力于提供魅力质量服务的决心,同时也是对员工服务的有效监督。要不断完善期刊的读者服务制度,积极改正不足之处,完善编辑部的服务流程,最终为读者提供“物超所值”的魅力质量的服务水准。

2.4 实现读者价值的最大化,创建具有魅力质量的读者信息管理系统

作者价值的最大化、读者价值的最大化和责任编辑价值的最大化逐步实现之日,就是期刊成功之时^[2]。实现读者价值的最大化,期刊编辑部首先要增强与读者的了解,建立读者信息的管理机制,这样才能有效加强与读者的联系,为编辑部创造持续的价值。

一是建立读者信息档案。

做好读者信息档案管理,通过管理可以详细了解读者对期刊和服务的满意度及读者的需求等情况。读者信息档案包括读者基本信息、读者的偏好、读者订购期刊的信息来源、读者的购买渠道等,建立读者的购买特征及读者的需求价值,以及读者以往的订阅记录等,把这些读者的最真实的信息如实地保存下来。

二是分析读者需求以提升读者价值。

从读者的基本信息中,可以得到读者的期望价值所在,即读者关注的焦点是什么,只要满足读者的这些需求,就会赢得读者的倾心。另外,从不同读者的一些共性特征,如年龄、学识、观念、文化等共性特征上,找到具有代表性的需求信息,来提供满足个性化需求的期刊和服务,不断提升读者价值。

三是加强与读者的互动,及时化解读者意见。

读者的需求是不断变化的,因此编辑部不能以静态不变的眼光分析读者的信息数据,而应该动态地了解读者的需求,不断改进提高期刊质量和服务。

四是积极处理读者抱怨。

实际上对期刊提出意见和建议的读者是热心的。他们向编辑部提意见,是因为在意其期刊和服务,愿意给编辑部提供进一步合作和服务的机会。应该把读者抱怨看作是提供给编辑部如何改进编辑业务和服务水平的机会,要高度重

视读者的意见和建议,妥善处理,譬如,及时和读者取得联系、虚心听取读者的意见、诚恳接受批评,会收到意想不到的效果,使编辑、读者的关系更加紧密、和谐,更利于办刊工作。

3 讨论

加强期刊的理论建设,就要把国际上最新的编辑理念、出版理念、经营理念引进来,使办刊的视野更加开阔,真正了解并掌握当前国际上出版的最新发展形势和最新出版动态,注意学习、吸收国际一流刊物成功的办刊经验,努力提升自己^[8]。应以科学发展观为指导,根据各类期刊的特点,建立有利于科技期刊发展的管理和运行机制^[9]。科技期刊实施魅力质量特性,有利于期刊编辑部建设,有利于提高科技期刊的质量和期刊的科学发展,有利于科技期刊建立富有特色的管理模式和机制,有利于科技期刊实施“以读者为关注焦点”的办刊理念,把为读者服务的宗旨落到实处。

科技期刊创造魅力质量需要持续努力、不断创新。编辑部提出读者的一个新需求,一般是闪亮点,具备魅力质量;当其慢慢被读者接受,并相继被其他期刊模仿时,就会转化为满意点,成为一元质量;而当其已经成熟,成为基本需求时,又会转化成不满点,成为期刊必不可少的品质要素,不具备竞争力。所以期刊要为持续的改进做出不懈的努力,不断发掘并实现读者的潜在意愿,给读者持续的惊喜感,才能维系原有的忠诚读者和创造新的忠诚读者。科技期刊编辑部要从读者的角度出发,出版满足读者潜在需求的魅力质量期刊,提供符合读者期望的魅力质量服务,进而赢得读者信任,实现科技期刊社会效益和经济效益双丰收。

参考文献

- 1 中国质量协会.全面质量管理.北京:中国科学技术出版社,2006
- 2 朱晓东,宋培元,曾建勋.我国科技期刊现状及管理政策分析.中国科技期刊研究,2006,17(6):1045-1049
- 3 刘玉兰.让市场选择期刊.编辑学报,2002,14(1):59-60
- 4 耿延芳,孙淑云,刘晓勤.发挥个性办特色科技期刊.中国科技期刊研究,2003,13(4):418-419
- 5 陈佳洱.国家自然科学基金委员会全力推进我国科技期刊走向世界.中国科技期刊研究,2008,19(6):927-929
- 6 周哲.增强竞争力,推动科技期刊发展.中国科技期刊研究,2006,17(1):102-105
- 7 吴文桢.ISO/TC176质量管理八项原则在科技期刊编辑出版中的应用.中国科技期刊研究,2008,19(5):750-752
- 8 冯长根.科技期刊的创新与发展.北京:中国科学技术出版社,2008
- 9 刘振兴.认真学习科学发展观,积极推动科技期刊发展.中国科技期刊研究,2009,20(1):1-2