



TIYUJIANSHENYULEYEFUWUZHILIANGPINGJIAUYUFENXI

体育健身娱乐业服务 质量评价与分析

刘兵 著



人民体育出版社

体育健身娱乐业服务质量 评价与分析

刘 兵 著

人民体育出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育健身娱乐业服务质量评价与分析/刘兵著. —北京:人民体育出版社, 2008

ISBN 978 - 7 - 5009 - 3401 - 1

I. 体… II. 刘… III. 文娱性体育活动—服务业—服务质量—评价 IV. F719.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 034496 号

*

人民体育出版社出版发行
上海长鹰印刷厂印刷
新华书店经销

*

787×1092 16 开本 9 印张 200 千字
2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷
印数:2000 册

*

ISBN 978 - 7 - 5009 - 3401 - 1
定价:25.00 元

社址:北京市崇文区体育馆路 8 号(天坛公园东门)

电话:(010)67151482(发行部)

邮编:100061

传真:(010)67151483

邮购:(010)67143708

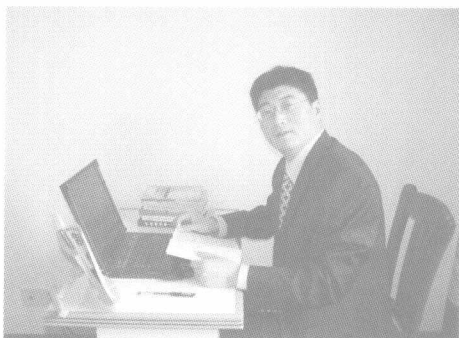
(购买本社图书,如遇有缺损页可与发行部联系)

国家哲学社会科学基金资助课题
(立项批准号:04CTY002)

上海市重点学科建设项目资助
(Y0901)

Ti Yu Jian Shen Yu Le Ye Fu Wu
Zhi Liang Ping Jia Yu Fen Xi

作者简介



刘 兵,男,1969年1月生,安徽亳州人,1991年毕业于安徽省徽州师范专科学校(现黄山学院)体育系,分配至中学从事体育教育工作,1996年8月调至共青团安徽省休宁县委,任副书记,1997年10月考入上海体育学院研究生部,师从体育管理学著名专家张林教授,2000年获教育学硕士学位,2004年9月继续攻读博士,师从体育产业和运动训练领域著名专家徐本力教授,2007年6月获博士学位,同年9月进入复旦大学管理学院工商管理博士后流动站,师从我国著名管理学家芮明杰教授。现任上海体育学院经济管理学院副院长、副教授、硕士生导师,曾主持和参与国家级课题2项、主编和参编教材2部、在中国体育核心期刊发表论文20余篇,05-07连续三年被上海体育学院评为十佳“学生心目中的好老师”,2008年被评为上海市杨浦创新青年、新长征突击手。

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 选题的目的与意义	(1)
第二节 国内外服务质量与体育服务质量发展研究现状	(5)
第三节 目前研究与实践中存在的问题	(12)
第四节 研究对象、内容与方法	(14)
第五节 本章小结	(16)
第二章 体育健身娱乐业服务质量概述	(17)
第一节 服务的内涵与特征	(17)
第二节 体育健身娱乐业及体育健身娱乐服务的概念界定	(22)
第三节 体育健身娱乐服务质量界定	(27)
第四节 本章小结	(34)
第三章 体育健身娱乐业服务产品质量观研究	(35)
第一节 体育健身娱乐服务质量观概述	(35)
第二节 大众化条件下的体育健身娱乐服务质量观	(37)
第三节 体育健身娱乐服务的产品定位	(38)
第四节 本章小结	(41)
第四章 保障体育健身娱乐业服务产品质量的管理体系构建	(42)
第一节 现代质量管理原则	(42)
第二节 体育健身娱乐服务质量环	(46)
第三节 体育健身娱乐业服务质量体系构建的关键点	(49)
第四节 体育健身娱乐业服务质量体系结构	(53)
第五节 本章小结	(57)

第五章 体育健身娱乐业服务质量评价理论	(58)
第一节 体育健身娱乐业服务质量评价的基本概念	(58)
第二节 体育健身娱乐业服务质量评价方法应用的基本理论依据	(62)
第三节 体育健身娱乐业服务质量评价的总体设想	(64)
第四节 本章小结	(68)
第六章 体育健身娱乐业服务质量评价实证研究	(69)
第一节 体育健身娱乐业客户服务质量评价问卷调查设计	(69)
第二节 体育健身娱乐业客户服务质量评价问卷的基本情况分析	(73)
第三节 体育健身娱乐业客户服务质量评价的数据分析与研究结果	(93)
第四节 本章小结	(103)
第七章 体育健身娱乐业服务质量优化思考	(105)
第一节 通过顾客关系的服务化强化顾客价值过程	(105)
第二节 高度重视员工满意现状及其价值实现途径	(109)
第三节 营造优秀的体育健身娱乐组织文化	(115)
第四节 以体验价值为先导,提升体育健身娱乐业核心竞争力	(118)
第五节 营造区域服务功能,和谐推动体育健身娱乐业的发展	(119)
第六节 强化顾客细分市场,着力推动体育健身娱乐业服务创新	(120)
第七节 推动体育健身娱乐业服务标准化运作,塑造质量文化	(120)
第八节 本章小结	(126)
第八章 结论与展望	(128)
参考文献	(131)
后 记	(135)
专家评语	(136)

第一章 绪 论

第一节 选题的目的与意义

一、选题目的

20 世纪 90 年代以来,随着中国人均 GDP 的逐年增长,老百姓消费领域不断拓宽,消费方式不断更新,旨在追求健康快乐的主题生活日益深入人心。这不仅符合社会发展要求,同时也反映出经济体制改革在人们思维观念转变上出现的勃勃生机。

长期以来,体育总是与福利相伴随,国家投资、百姓享用,体育的价值被狭隘的局限在无偿满足群众“身体锻炼”的思维空间中,体育的经济价值无法体现,从而也决定了体育资源得不到有效开发和利用。因而,今天城市中遍布大街小巷的健身房、道馆、游泳馆、活动中心等体育健身娱乐场所,在上个世纪 90 年代以前是无法想象的,显然这是市场经济条件下社会需求决定体育资源进行合理配置的结果。

经营性体育活动场所的增加,满足了老百姓健康娱乐需求,体现了体育价值的魅力,同时也凸现了体育产业发展的社会重要性。然而,不容忽视的是,虽然体育健身娱乐场所仍在雨后春笋般地增长,但经营理念、经营方式、关注角度与现代服务企业相去甚远,尤其表现在如何看待服务、服务质量与企业长期稳定的发展观上,存在明显不足。

服务与服务质量研究在国际上也是一个前沿课题,如何把研究的最新成果应用到我国的体育健身娱乐业中,并从质量分析与评价的角度探讨体育健身娱乐业发展的优势与不足,是本文的研究目的,同时也是一种尝试和挑战,更是我国体育服务业健康持续发展动力的延续。

综上所述,系统研究我国体育健身娱乐业服务质量的内涵、对体育健身娱乐业服务质量的发展现状进行分析与评价,构建体育健身娱乐业服务质量管理体系,探索体育健身娱乐业服务质量优化对策,对体育健身娱乐业的发展有重要的理论价值,亦是本文选题的目的。

二、选题意义

(一) 消费结构升级——体育健身娱乐业面临史无前例的发展机遇

2003 年我国人均 GDP 达到 1090 美元,按照国际惯例,当一个国家人均 GDP 超过 1000 美元时,将触发国内社会消费结构的升级。目前,我国居民消费结构正悄然发生变化,对实物型消费比重在减少,对健康投资、精神文化、餐饮、旅游的消费在增加。这些新增消费无论从金额,还是从发展空间来看,都比实物消费更有潜力,如体育健身娱乐消费可以无限量地重复,增长空间很大。这使得整个消费层次和结构发生着变化,带动了消费总体水平的提高。我国人均消费从 2003 到 2020 年将增长 10.8%,新的消费高峰就要来临。基于对消费全面启动的预期,经济增长的主要动力将由投资拉动转变为消费拉动。消费升级给体育健身娱乐业的发展,提供了前所未有的发展机遇。

与一些国家和地区相比,我国居民的消费率一般偏低 15 到 20 个百分点,属典型的高储蓄、低消费的国家,平均消费率多年在低位徘徊,大体在 60% 左右,消费率偏低已成为经济增长的不利因素^[1]。因此,早在世纪之交,国务院前总理朱镕基在全国人大九届二次会议《政府工作报告》中指出:“经济发展要扩大内需”,并且把“积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费,拓宽服务性行业”作为扩大内需的重要途径^[2]。未来几年,我国体育健身娱乐业将会步入一个不断调整并有较大发展的时期,体育健身娱乐业数量的发展与质量的提高问题,涉及到新兴体育服务业的发展能否适应时代发展的要求,能否在激烈的竞争中求得生存与发展的一系列重要问题。

2004 年国民经济和社会发展统计公报显示,2004 年居民在体育健身娱乐及文化消费的价格上比 2003 年上升了 1.3 个百分点^[3]。消费价格的上升说明体育健身娱乐行业的消费需求在增长,这种消费需求的增长未必说明居民通过消费能够得到公平的价值回报。显然,这种增长必然要伴随服务附加值的提高,因而在社会消费结构面临升级的情况下,提高体育健身娱乐业服务质量,对于进一步拉动新的经济增长点,扩大社会就业人口数量,具有深远的历史意义和重要的现实价值。

(二) 加入 WTO 对我国体育健身娱乐业服务质量提出更高要求和更严峻的挑战

2001 年 12 月 11 日中国正式加入世界贸易组织(WTO),在 WTO 框架下,中国将进一步参与国际竞争合作,融入国际分工的全过程,这将引导产业结构、地区结构、城乡经济结构的新变化,这些变化必将会对我国体育健身娱乐业带来前所未有的国际性挑战,同时,体育健身娱乐市场的国际性竞争必将进一步加剧。2004 年国民经济和社会发展统计公报指出,2004 年外商在我国批准直接投资企业 43664 个,其中文化、健身和娱乐行业达到 272 个,在 19 个行业中排 14^[4]。当外商把体育健身娱乐企业带进中国时,他们更把先进的客户服务理念带到了中国。2005 年 6 月 9 日,由国家商务部和上海市人民政府联合举办的世界服务贸易论坛在上海国际会议中心召开,商务部部长薄熙来在开幕式演讲中指出,“中国政府将更加重视并积极推动服务业和服务贸易的发展,并把服务业作为下一轮对外开放的重点,加快国内服务业的发展,提高承接国际服务业转移的能力,使中国成为全球服务业外包的重要基地,通过与世界各国的交流与合作,共同促进世界服务贸易和世界经济的发展”^[5]。体育健身娱乐市场的对外开放,将会引起体育健身娱乐业在服务领域中的激烈竞争,而竞争的关键取决于体育健身娱乐业中服务质量的高低,取决于体育健身娱乐业质量管理体系的建立与评价,体育健身娱乐业必须采取有效措施为顾客提供高质量的体育健身娱乐服务,构建高质量的体育健身娱乐服务体系。也只有高质量的体育健身娱乐服务才有可能吸引客户、留住客户,强化企业与客户双方的忠诚度,才能在激烈的体育健身娱乐服务领域竞争中赢得一席之地。

(三) 应用现代质量管理理论保障体育健身娱乐业服务质量是当前体育健身娱乐业发

[1] 晋重文.从银行中间业务中寻找赢利增长点[N].上海证券报,2004-12-8:第 12 版

[2] 刘兵主编.新编体育管理学教程[M].上海:复旦大学出版社,2004 年 4 月,第 12 页

[3] 国家统计局.2004 年统计公报[N].www.stats.gov.cn

[4] 同上

[5] 薄熙来在上海世界服务贸易论坛上的演讲[R],2005 年 6 月 9 日

展的必然趋势

质量管理最早源于工业领域,而且在质量管理方面工业领域的成熟性远远走在了服务业领域之前,工业企业管理中的一些现代质量管理理论由于能紧密联系生产发展的实际,并且在不断的发展完善,为保障产品质量的提高和推动工业化进程做出了重要的贡献。随着服务业在发达国家的快速发展,许多工业领域的企业正朝着服务业领域去发展,如世界上最大的计算机制造商之一的 IBM 就提出了“IBM 就是服务”的响亮口号^[1],源于多年在工业企业产品质量的控制经验,IBM 迅速实现了产业转型。诞生于 20 世纪 80 年代的我国体育健身娱乐业,一直以来随同体育产业的地位没有得到足够的重视,关注服务质量的发展问题长期以来被短视的效益观所取代,造成了体育健身娱乐业间竞争的畸形发展。进入新的世纪,随服务业整体买方市场的确立,体育健身娱乐业的服务质量问题开始受到关注,现代质量的管理理论开始被应用到体育健身娱乐业服务领域,并对不断改进体育健身娱乐业领域的服务质量产生了积极的影响。

全面质量管理(Total Quality Management, TQM)是目前广泛流行于西方社会许多领域的一种现代质量管理理论和方法, TQM 理论结合贯彻 ISO9001:2000 族标准作为提高体育健身娱乐业服务质量的新举措正在开始应用到体育健身娱乐领域中。必须强调的是 TQM 的核心是以质量为中心,并且实施在线的、适时的、动态的管理,以达到整个系统良好的受控运行状态,从而确保总体目标的实现。目前以强调全过程、全方位、全员性为主要内容的 TQM 理论已为越来越多的人所接受。当然,将主要应用于工业领域的现代质量管理理论应用于体育健身娱乐业之中,本身还有一个转化过程,同时工业产品的生产过程与体育健身娱乐业中的服务过程也存在质的区别。

(四) 体育健身娱乐业服务质量优先发展对保证体育产业健康运作起着良好的平台 and 支撑作用

体育产业部门的构成核心是体育服务业。体育竞赛表演、体育中介、体育健身娱乐等都是服务产品的输出获得顾客认知与满足的,在体育的主体产业中,体育健身娱乐业以其独立的市场主体,良好的市场运作,通过服务形成差别性竞争的氛围业已形成,在体育产业发展中,体育健身娱乐业已经具备服务质量优先发展的地位,是体育产业健康发展的重要平台 and 良好支撑。可喜的是,国内部分体育健身娱乐企业已经开始关注服务质量的差别竞争问题。

体育健身娱乐业提高服务质量符合国家政策发展的要求。国务院早在 1996 年 12 月 24 日就发布了《质量振兴纲要(1996 年——2010 年)》(以下简称“纲要”)。《纲要》指出,“目前,我国产品质量、工程质量、服务质量总体水平还不能满足人民生活水平日益提高和社会不断发展的需要,与经济发达国家相比仍有较大差距。服务质量波动较大,商品售后服务跟不上;不少企业质量管理水平不高、规章制度不健全、自我约束力不强、质量管理有效手段不足”,“质量问题是经济发展中的一个战略问题。质量水平的高低是一个国家经济、科技、教育和管理水平的综合反映,已成为影响国民经济和和对外贸易发展的重要因素之一。必须加快进行两个根本性的转变,尽快提高我国的产品质量、工程质量和服务质量水平,满足人民生活水平日益提高和社会不断发展的需要,增强竞争能力,促进我国国民经济和社会的发

[1] 周三多等. 管理学——原理与方法[M]. 上海:复旦大学出版社,2003,第 207 页

展”^[1]

《纲要》列出了我国质量振兴的主要目标:经过 5 至 15 年的努力,从根本上提高我国主要产业的整体素质和企业的质量管理水平,使我国的产品质量、工程质量和服务质量跃上一个新的台阶。服务质量到 2000 年,铁路、交通、民航、商业、旅游、医疗卫生以及金融、保险、房地产、信息咨询等传统和新兴服务行业,全面推行服务质量国家标准,初步实现服务质量制度化、程序化、标准化。到 2010 年,服务质量基本达到国际标准。

从《纲要》的角度看,服务质量构成了我国质量管理三大方面之一(产品、工程、服务),服务质量关联着国家的竞争力,关联着国家的经济健康发展,更关联着国家和人民的形象。不可怀疑质量问题是当前国家经济建设中的重大问题,因而对质量管理包括服务质量管理的研究极具重要性。

体育产业属于新兴的服务业,2003 年 5 月,国家统计局印发了《三次产业划分规定》,对国民经济行业分类进行重新调整,修订后的三次产业划分将体育产业与文化和娱乐业一起组成文化、体育和娱乐业,与 1985 年制定的《三次产业划分标准》相比,体育产业的地位明显得到提高。1985 年制定的三次产业划分标准中,体育产业被置于第三产业的第四层次,构成卫生、体育与社会福利业,体育产业没有次级分类。新的分类标准将体育与文化及娱乐产业组合在一起,符合联合国标准产业分类的原则,同时也与许多发达国家的产业分类标准相似。更为重要的是,新的产业分类使得体育产业在国民经济的核算体系中占据一席之地,有可能获得体育产业统计资料,为我国体育产业的决策和科研提供有效的信息支持。从新的产业分类标准中不难发现,一些明显属于体育产业的门类划在娱乐业中,这些产业门类如保龄球、台球、高尔夫、跑马、滑雪等在体育产业(尤其服务业)中占据重要的地位^[2]。国家对体育产业地位的重新确定,凸现了体育的价值,更为关键的是为确定以服务质量提升带动产业发展提供了鲜明的政策支持。

(五) 提高体育健身娱乐业服务质量和加强服务质量管理的研究是体育服务业面临的迫切需求

总的来说,我国服务业整体发展水平较低,服务企业服务水平低下的问题随处可见。从行业比较来说,服务业对质量管理重视的程度相对于制造业显得非常滞后,例如,我国自 1993 年以来,已经有一万多家企业取得了 ISO9000 质量管理体系的认证,而其中服务性企业明显偏少,不足总数的 10%,体育服务业更是一家没有。服务业的质量管理研究相对制造业质量管理研究也非常逊色。在我国的各服务业中,服务质量管理是各个企业在经营中碰到的最重要管理问题之一。

近年来,体育健身娱乐行业顾客投诉中,服务质量问题的投诉比重一直很高,如会员卡的退卡困难、服务项目内容随意更减、服务人员的工作态度恶劣等等,不少体育健身娱乐业中的管理人员和研究人员迫切感受到必须要加强体育健身娱乐业服务质量管理的理论、评价、方法与技术的应用与研究,以适应现代体育健身娱乐业快速发展的需要。

顾客满意是服务企业追求的目标,而要真正做到顾客满意,则需要良好的服务体系促使服务人员提供高质量的服务,不仅使顾客能够达到一般满意,而且要使顾客达到非常满意,

[1] 中华人民共和国国务院. 质量振兴纲要[R](1996 年——2010 年)

[2] 国家统计局. 三次产业划分规定, 2003

提高忠诚顾客的比例。美国著名的朱兰学院院长布金顿在他的《当前质量管理中的问题及发展趋势》中就重点谈到“如何用服务质量来吸引顾客的好处”,该文列举美国雷特兹—卡尔顿旅馆怎样用创造性的服务质量构想去引起顾客的好奇心,从而取得他们的忠诚,成为回头客^[1]。

(六)积极探索体育健身娱乐业服务标准化运作,是服务质量落实与提高的重要保证

服务质量是服务标准化工作的出发点和依据,服务标准化是服务质量的规范和行为,两者之间存在着很强的因果关系。

WTO 原则要求中国体育健身娱乐业必须成为真正的市场主体,彻底改变长期以来习惯于接受政府保护而占有相对较高市场地位的思想,目前唯一能做的就是细致评估自身的竞争优势,尝试分割市场,以更优质的服务来满足顾客的需要,并开展国际化的行为。从本文对体育健身娱乐业服务质量的研究与调查中,已经看到体育健身娱乐业整体服务质量较低,服务经营存在着强功利弱过程的特征,服务标准的认识与执行对大多数体育健身娱乐企业来说还尚未走进意识之中,这就要求充分认识到体育健身娱乐业开展服务标准化工作对改善和提高体育健身娱乐企业服务质量的重要性。

综上所述,体育健身娱乐业属新型的服务产业,虽然行业发展时间较短,但随经济发展水平的提高,其发展势头迅猛,服务质量研究已迫在眉睫,本文通过对体育健身娱乐业服务质量发展现状进行研究,希望本研究的成果能够给我国体育健身娱乐行业的发展提供服务参考,共同提高体育健身娱乐业的服务管理水平,使体育产业这一新的经济增长点持续显示朝阳般生机。

第二节 国内外服务质量与体育服务质量发展研究现状

由于服务研究本身是一个前沿性课题,而国内外体育健身娱乐业的发展历程相对都比较短暂,如何把前沿性的服务理论运用到体育健身娱乐业服务质量管理中,对国内外的体育健身娱乐业来说都是一种挑战。

一、我国服务业服务质量发展的历史回顾

自建国以来,我国服务业的发展经历了一个马鞍型的发展过程。建国初期,从 1949—1957 年,我国服务业发展稳步上升。据统计,1952 年服务业产值占到国民生产总值的 28.8%,然而,从 1957 年以后一直到改革开放前,由于受到高度集权制计划经济的影响,服务业的发展处于下降态势。在这个阶段,由于僵化地实行以工业为主导,以农业为基础的方针,服务业在国民经济中的地位远不如工业及农业那样重要,被置于无足轻重的地位;再有,在改革开放前的很长一段时期,国家一直沿用前苏联的统计分类方法,把整体国民经济划分为物质生产部门和非物质生产部门两大类,这种分类方法否定了服务产业在现代社会分工中参与物质生产的性质与作用,往往造成实际工作中片面追求工农业总产值而忽视服务产业发展的不利倾向和观念,弊病很大,而且,在理论上,也容易使人们狭隘地理解服务业的内涵,仅仅把商业和饮食看成服务业。人们普遍认为“服务业仅提供劳务,而这种劳务又仅限于生活消费和部分生产消费,对社会主义政权建设和直接在生产过程根本没有多大作用,所

[1] 布金顿,当前质量管理中的问题及发展趋势,中国质量,1999 年第 10 期,第 22—26

以服务业在社会主义经济体系中,只是非生产部门的末流,要在价格和劳务供给方面向其他部门转让经济利益,服务劳动是低人一等的工作,服务劳动者的收入也低于全社会职工的平均工资水平。”正是这些理论观念的影响,大部分服务行业被当作社会福利事业,致使许多服务从业人员纷纷离开该行业,从而使服务业的发展日渐衰落。到1978年初,服务业在国民经济中所占的比例下降到20.6%,服务业网点和从业人员分别比1957年下降了67.9%和27.3%。

改革开放以后,随着经济的发展和对外经济技术交流的加强,我国政府把大力发展第三产业,亦即服务业,作为实行改革开放的一项重要举措。1985年,国务院批准了国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》,第一次对中国三大产业的产值计入国民生产总值,以便正确反映他在国民经济中的地位和作用。我国政府对第三产业的界定来看,第三产业同理论界所讨论的服务业的内涵是基本一致的,由此可以看出,我国政府对发展服务业的决心和极端重视。因此,对这改革开放的深入进行,服务业开始获得较快的发展。一方面,由于政府的鼓励和重视,服务不再被人们视为低下的劳动,于是在短期内即有众多的个体商家纷纷向投资额低、经营灵活的某些服务行业进军;另一方面,改革开放使我国的经济在多个领域获得快速发展,同时也刺激了对不同服务的需要,从而进一步促进了服务业的发展。

二、服务质量研究现状

近年来,服务业的服务质量研究引起了学术界和企业界日益增长的关注,成为国际质量管理和管理学术研究的热点问题。各国质量协会和研究机构纷纷组织国内和国际学术研讨会,研究服务质量的有关问题。我国在服务质量管理研究方面正处于起步阶段,具有鲜明的时代性。服务质量的研究多集中在一些著名学府,如清华大学、南开大学、南京大学、中山大学和上海交通大学等院校,目前的服务业服务质量研究还处在对国外先进服务质量理论的消化阶段,如1998年1月,复旦大学出版社出版了吴晓云等翻译的北欧学者克里斯丁·格朗鲁斯(Christian Gronroos)的《服务市场营销管理》、机械工业出版社在2004年3月出版了张金成等翻译的美国著名服务营销理论专家瓦拉瑞尔A.泽斯曼尔(Valarie A. Zeithaml)等人所著的《服务营销》等书,系统地阐述了服务及服务质量管理在服务业发展中的重要性,同时,一些服务学理论研究的先驱如帕拉索拉曼(A. Parasuraman)、洛夫洛克(C. Lovelock)、莱昂纳多·贝雷(Leonard L. Berry)等在中国享有很高的知名度。国内学者如清华大学的赵平博士、南开大学的范秀成教授、韩经纶教授、中山大学的汪纯孝教授等人关于服务研究的理论也已经开始在国内享有较高的知名度。综观国内外关于服务质量的学术研究主要集中在以下几个方面。

(一) 服务及服务质量管理的理论介绍

国外如詹姆斯A.菲茨西蒙斯等所著的《服务管理:运营、战略和信息技术》从战略的角度对服务管理的信息技术与服务管理的运营控制作了很好的理论阐释^[1]。A.佩恩所著的《服务营销》一书详细的解释了服务及服务质量概念,并对服务进行了较为细致的分类^[2]。国内学者韩经纶编著的《服务营销——企业竞争的新战场》一书,同样从服务管理在现代社

[1] 詹姆斯A.菲茨西蒙斯等.服务管理:运营、战略和信息技术.第2版.北京:机械工业出版社,2000

[2] A.佩恩.服务营销[M].郑薇译.西蒙与舒斯特国际出版公司.北京:中信出版社,2000,第23~25

会发展中的地位与重要性进行理论分析,得出服务是服务业差别竞争的最重要武器^[1]。

(二) 服务质量管理体系的研究

汪纯孝等人在《服务性企业整体质量管理》一文中详细解释了服务性企业如何把握好质量管理体系的构造及整体质量管理的重要性^[2]。张金成教授从服务利润链及管理的角度揭示了影响服务质量管理体系的因素,并从利润形成的角度探讨了服务质量管理体系中各元素的彼此影响关系及再造^[3]。克里斯丁·格朗鲁斯指出产品、服务、信息、服务补救和个性化关怀等方面是构造质量管理体系必不可少的内容,通过质量管理体系的重新构建追求顾客关系服务化来强化顾客价值过程是顾客关系时代的营销新命题^[4]。

(三) 服务质量管理评价的研究

崔立新在研究了从上个世纪 80 年代初期开始的国外关于服务企业服务质量管理评价模型时指出,在 80 年代初期,关于服务质量评价的模型主要有 LEHTINEN - LEHTINEN 模型、GAP 模型、GRONROOS 模型等,从 20 世纪 80 年代后期开始,由于研究重点的转变,相继提出了 LINDQVIST INDEX 模型、Q - MATRIX 模型、SERVPERF、SERVQUAL 等评价模型^[5]。韦福祥在对比了 SERVQUAL 和 SERVPERF 两种服务质量评价方法后指出,两种评价方法均有自身的缺陷,应当要根据行业的特点进行完善,并同时针对酒店和报业两个行业进行了实证研究^[6]。

服务质量的研究在我国虽然起步较晚,但在加入 WTO 后,国家明显对服务业的服务质量问题开始高度重视,从国家近几年自然科学基金资助项目中,关于服务业质量研究的课题在逐年增加,也说明了服务业服务质量管理在社会发展中的重要地位。

三、国内体育服务质量发展与研究现状

(一) 体育健身娱乐业发展的回顾

长期以来,我国体育事业按照福利事业的框架和模式运作,对体育事业的管理多采取行政的方式,缺乏经济的手段。国务院 1985 年颁布的《国民生产总值计算方案》第一次运用三次产业分类,体育部门列入了第三产业中的第三层次,即“为提高科学文化水平和居民素质服务的部门”,体育界和经济界开始出现“体育产业”的提法。1991 年国务院将体育列入第三产业 18 个主要行业之一,翌年国家发布《关于加快发展第三产业的决定》之后,体育领域兴起加快发展体育产业的热潮,尤其是 1995 年全国体育工作会议将“体育产业”作为主要议题,专门研究《体育产业发展规划纲要》,以及国家《“九五”计划和 2010 年远景目标纲要》明确提出今后应“形成国家与社会共同兴办体育事业的格局,走社会化、产业化的道路”以来,体育产业基本确定了发展思路。从 1995 年至今,经过十年来的飞速发展,以体育健身娱乐业为重要支柱的体育产业,不仅在服务业中取得重要的地位,同时对社会就业、拓宽服务消

[1] 韩经纶编著. 服务营销——企业竞争的新战场. 天津:天津人民出版社,1997,第 46 - 52 页

[2] 汪纯孝,谢礼珊. 服务性企业整体质量管理[J]. 广东经济,1995(5):1 - 5

[3] 张金成. 服务利润链及管理[J]. 南开管理评论,1999 年第 2 卷第 1 期,第 18 页

[4] 克里斯丁·格朗鲁斯. 通过顾客关系服务化来强化顾客价值过程[J]. 南开管理评论,2004 年第 7 卷第六期,第 4 - 8 页

[5] 崔立新. 服务质量评价模型[M]. 北京:经济日报出版社,2003 年 5 月

[6] 韦福祥. 服务质量评价与管理[M]. 北京:人民邮电出版社,2005 年 4 月

费领域做出了卓越的贡献。

当然,由于长期受计划经济观念的影响,体育健身娱乐业的发展存在着不少问题,表面和局部的文章做得较多,而实际上对顾客的需求以及如何对这些需求进行管理并没有作深入的研究,竞争观念往往走偏,说彻底就是没有真正形成竞争观念。

(二) 国内体育服务质量研究现状

1、体育服务组织质量管理研究

2002 年中共中央、国务院颁发了《中共中央、国务院关于进一步加强对新时期体育工作的意见》的 8 号文件,文件指出:“大力推进全民健身计划,构建多元化服务体系。政府重点支持公益性体育设施建设,群众性体育组织和体育活动以社会兴办为主,鼓励、支持企事业单位和个人兴办面向大众的体育服务经营实体,积极引导群众的体育消费。大力发展体育产业,积极培育体育市场,不断增强体育发展的动力和后劲^[1]”。

中央 8 号文件的颁布,实质上强调了体育服务业在服务质量管理与提高上的重要性。针对这一文件的落实,陈雪龄指出:“体育服务业应建立服务标准化和加强服务质量监督与管理”,并提出“体育组织要从体育服务标准化空间、体育服务标准的层次、体育服务标准体系以及体育场所服务标准编写要求四个方面建立体育服务标准化,通过进行体育场所的星级评定来加强考核与监督。^[2]”

杨铁黎等人针对中国加入 WTO 和成功申办 2008 年奥运会,提出必须要建立与国际接轨的体育服务业质量管理标准体系,并从建立体育服务业质量管理体系的必要性和可行性上进行了分析,相应的提出了“体育服务质量管理体系有其自身的特点、要对体育产品的质量构成要素进行科学分析与分类、要研究体育服务质量与管理体系间的关系以及管理体系与评定标准间的关系”等几个方面的建议^[3]。

刘西文等人根据体育服务业的快速发展,对建立体育服务业质量管理体系的若干基本理论问题进行了探讨与分析,提出了首先要界定服务、服务产品、体育服务产品和体育服务业的内涵;其次要从体育服务产品质量的构成要素进行科学分析与分类,他把体育服务产品质量的构成要素划分为设备设施质量、劳务质量、安全状况、环境氛围四个方面,并对这四个方面逐一进行了分析,同时强调了质量管理体系的要求来源于 ISO9000 族国际标准。该文作者充分关注到了体育服务业质量管理体系建立的重要性,在体育可持续发展上的研究具有一定的超前性^[4]。

国际标准化组织(ISO)于 2000 年底正式发布的 2000 版 ISO9000 族标准,将 1994 年版所采用的由 20 个独立的可操作要素构成的要素模式重新组合为四个部分,即管理职责、资源管理、产品实现、测量分析和改进的过程方法模式来建立质量管理体系,这种结构具有普遍适用性,它兼顾了产品和服务的不同特点,在质量的内涵上不再局限于制造产品提供服务

[1] 中共中央、国务院关于进一步加强对新时期体育工作的意见[R],2002 年

[2] 陈雪龄. 体育服务业标准化和服务质量监督管理[N]. 体育资讯网, www.sportinfo.net.cn

[3] 杨铁黎等. 关于建立我国体育产业服务质量管理体系的必要性与可行性探讨[J]. 首都体育学院学报, 2002(1)11-14

[4] 刘西文等. 体育服务业质量管理体系中若干基本理论问题探讨[J]. 云南财贸学院学报, 2003(2) 101-105

的狭隘质量概念,新版标准的管理思想蕴含了预防、监督和自我改进三大科学机制,既通过管理体系化保证了管理的封闭性,又通过管理文件化强调了管理的可行性,适用于各种类型不同规模和提供不同产品的所有组织,比1994年版标准更加适合于新型服务业的使用^[1]。ISO9000族标准的精髓就是通过建立文件化的质量管理体系控制所有过程,使影响质量的全部因素在产品形成的全过程始终处于受控状态。在体育健身娱乐行业引入ISO9000族质量标准,按照ISO9000族标准的要求建立一套科学规范的质量体系,规范体育健身娱乐行业服务质量的过程,强调体育健身娱乐业各部门或中心的总经理和分管经理的领导作用及全员参与,这种过程控制的方法和全面、全员、全程的管理是确保体育健身娱乐业乃至体育服务业改善和保持服务质量的一种有效途径。

2、提高体育服务质量的研究

质量一定是对产品而言的,分析提高体育服务质量,首先必须分析体育服务的产品。戴俭慧等认为,“体育服务产品具有存在形式的无形性、体育服务的及时性、体育服务产品消费的异质性和体育服务产品衡量的困难性等特点”,并提出了“控制体育服务传递过程中的差距、加强与消费者的沟通、营造消费至上的内部环境”等提高服务质量的策略^[2]。该文在分析如何提高传递服务质量的水准时,详细分析了造成传递服务质量的影响因素,是体育服务领域中为数不多研究过程质量的文章的之一。

单勇等人从体育产品的功效出发,认为体育服务产品的基本特征主要包含:“生产与消费的可分性与不可分性共存、公共产品与私人产品兼有性、满足人们的高层次需求性、体育产品的劳动边际收益递减性以及体育产品生产要素的替代弹性”等几个方面^[3]。

刘兵等人在分析了我国体育健身娱乐业出现的种种问题时,提出了“要充分认识体育健身娱乐行业服务质量监管与追求的重要性、运用服务质量差距模型分析我国体育健身娱乐行业服务发展现状、提高体育健身娱乐行业中俱乐部组织文化建立的水准以及加强对体育健身娱乐行业的服务研究”等合理化建议^[4]。

3、体育服务质量评价的研究

对服务质量进行分析,除构建服务质量管理体系外,管理体系运行如何将至关重要,它不仅能够衡量质量管理体系的科学性,更重要的是管理体系的形成本身应当具有可持续性发展,因而,对管理体系的评价就显得至关重要。

韩凤月等人在分析了可能影响体育服务质量评价的因素时指出,“消费环境、消费价格和信息沟通”是影响体育服务质量评价的关键因素,并对此展开了一定的调查,提出了“我国体育服务消费市场中,消费者维权意识淡薄;经营者与消费者之间存在不平等的关系;服务不规范,消费者权益保护体系不健全,消费者对体育服务质量总体评价一般”^[5]。

在对体育服务质量所进行的系统评价上,刘涛以健身行业作为服务质量评价的对象,选择了运动设施、健身场所环境及服务人员素质、健身指导员素质、健身项目设置以及价格与

[1] 杨永华,杨升华. ISO9001:2000 服务行业应用与实施教程[M]. 广州:广东经济出版社,2002,1

[2] 戴俭慧等. 提高体育服务质量之策略[J]. 海南师范学院学报,自然科学版,2003(3):93-97

[3] 单勇等. 试论体育服务产品的基本特征[J]. 浙江体育科学,2004(2):26-29

[4] 刘兵等. 加强我国体育健身娱乐业服务的理性思考[J]. 上海体育学院学报,2005(3):35-38

[5] 韩凤月等. 我国体育服务消费质量的测定与评价[J]. 天津体育学院学报,2002(2),30-31