



华侨大学 哲学社会科学文库·管理学系列

文库主编：贾益民

顾客服务体系的 界面管理研究

RESEARCH ON THE INTERFACE MANAGEMENT
OF CUSTOMER SERVICE SYSTEM

谢朝武 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



华侨大学
HUAQIAO UNIVERSITY

哲学社会科学文库·管理

文库主编：贾益民

顾客服务体系的 界面管理研究

RESEARCH ON THE INTERFACE MANAGEMENT
OF CUSTOMER SERVICE SYSTEM

谢朝武 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

顾客服务体系的界面管理研究 / 谢朝武著. —北京: 社会科学文献出版社, 2015. 7

(华侨大学哲学社会科学文库·管理学系列)

ISBN 978-7-5097-7841-8

I. ①顾… II. ①谢… III. ①商业服务-研究 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 167105 号

华侨大学哲学社会科学文库·管理学系列
顾客服务体系的界面管理研究

著 者 / 谢朝武

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯 刘 荣

责任编辑 / 单远举

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社 (010) 59367156

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.75 字 数: 302 千字

版 次 / 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-7841-8

定 价 / 78.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

华侨大学哲学社会科学学术著作专项资助

发展哲学社会科学 推动文化传承创新

——《华侨大学哲学社会科学文库》总序

哲学社会科学是研究人的活动和社会历史发展规律、构建人类价值世界和意义世界的科学，是人类文化的核心组成部分，其积极成果有助于提升人的素质、实现人的价值。中国是世界文明古国，拥有丰富的文化历史资源，中华文化的发展是世界文化发展进程中不可或缺的重要一环。因此，努力打造具有中国特色的哲学社会科学，全面继承和发展中华文化，对于推进中华文明乃至世界文明进程具有深远的意义。

当代中国，全面深化改革已经进入关键时期，中国特色社会主义建设迫切需要对社会历史发展规律的科学认识，需要哲学社会科学发挥其认识世界、传承文明、创新理论、资政育人和服务社会的作用。因此，深化文化体制改革、繁荣哲学社会科学，不仅是建设社会主义文化强国、丰富人民精神世界的需要，也是实现中华民族伟大复兴的中国梦的必由之路。中共中央高度重视哲学社会科学在实现中华民族伟大复兴的历史进程中的重要作用，先后出台《中共中央关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》《中共中央办公厅 国务院办公厅转发〈教育部关于深入推进高等学校哲学社会科学繁荣发展的意见〉的通知》《高等学校哲学社会科学繁荣计划（2011—2020年）》等一系列重要文件，全面部署繁荣哲学社会科学、提升中华文化软实力的各项工作，全面深化教育体制改革，为我国哲学社会科学事业的繁荣和发展创造了前所未有的历史机遇。

高等学校是哲学社会科学研究的重要阵地，高校教师和科研人员是哲

学社会科学研究的主要承担者。因此,高校有责任担负起繁荣哲学社会科学的使命,激发广大教师和科研人员的科研积极性、主动性和创造性,为哲学社会科学提供良好的制度和环境,致力于打造符合国家发展战略和经济社会发展需要的精品力作。

华侨大学是我国著名的华侨高等学府,也是中国面向海外开展华文教育的重要基地,办学55年以来,始终坚持“面向海外、面向港澳台”的办学方针,秉承“为侨服务,传播中华文化”的办学宗旨,贯彻“会通中外,并育德才”的办学理念,坚定不移地走内涵发展之路、特色兴校之路、人才强校之路,全面提升人才培养质量和整体办学水平,致力于建设基础雄厚、特色鲜明、海内外著名的高水平大学。

在这个充满机遇与挑战的历史时期,华侨大学敏锐洞察和把握发展机遇,贯彻落实党的十七大、十七届六中全会、十八大、十八届三中全会、十八届四中全会精神,发挥自身比较优势,大力繁荣哲学社会科学。

一方面,华侨大学扎根侨校土壤,牢记侨校使命,坚持特色发展、内涵发展,其哲学社会科学的发展彰显独特个性。“为侨服务,传播中华文化”是华侨大学的办学宗旨与神圣使命,其办学活动及其成果直接服务于国家侨务工作与地方经济社会发展。为此,华侨大学积极承担涉侨研究,整合、利用优势资源,努力打造具有侨校特色的新型智库,在海外华文教育、侨务理论、侨务政策、海上丝绸之路研究、海外华人社团、侨务公共外交、华商研究、海外宗教文化研究等诸多领域形成具有特色的研究方向,推出了以《华侨华人蓝皮书:华侨华人研究报告》《世界华文教育年鉴》等为代表的一系列标志性成果。

另一方面,华侨大学紧紧抓住国家繁荣哲学社会科学的时代机遇,积极响应教育部繁荣哲学社会科学的任务部署,颁布实施《华侨大学哲学社会科学繁荣计划(2012—2020)》,为今后学校哲学社会科学的发展提供发展纲领与制度保证。该计划明确了学校哲学社会科学发展的战略目标,即紧抓国家繁荣发展哲学社会科学战略机遇,遵循哲学社会科学的发展规律,发挥综合大学和侨校优势,通过若干年努力,使华侨大学哲学社会科学学科方向更加凝练,优势更加突出,特色更加鲜明,平台更加坚实;形成结构合理、素质优良、具有国家竞争力的高水平学术队伍;研究

创新能力显著增强,服务国家侨务工作的能力明显提升,服务经济社会发展的水平不断提高,适应文化建设新要求、推进文化传承创新的作用更加凸显;对外学术交流与合作的领域不断拓展,国际文化对话与传播能力进一步增强。到2020年,力争使华侨大学成为国内外著名的文化传承与知识创新高地,国家侨务工作的核心智库,提供社会服务、解决重大理论和现实问题的重要阵地。

为切实有效落实《华侨大学哲学社会科学繁荣计划(2012—2020)》,学校先后启动了“华侨大学哲学社会科学青年学者成长工程”“华侨大学哲学社会科学学术论文专项资助计划”“华侨大学哲学社会科学学术著作专项资助计划”“华侨大学哲学社会科学百名优秀学者培育计划”“华侨大学人文社会科学研究基地培育与发展计划”五大计划,并制定了相应的文件保证计划的有效实施,切实推进学校哲学社会科学的繁荣发展。

“华侨大学哲学社会科学学术著作专项资助计划”作为《华侨大学哲学社会科学繁荣计划(2012—2020)》的重要配套子计划,旨在产出一批在国内外有较大影响力的高水平原创性研究成果,打造学术精品力作。作为此资助计划的重要成果——《华侨大学哲学社会科学文库》将陆续推出一批具有相当学术参考价值的学术著作。这些著作凝聚着华大文科学者的心力、心气与智慧:他们以现实问题为导向,关注国家经济社会发展;他们以国际视野为基础,不断探索开拓学术研究领域;他们以学术精品为目标,积聚多年的研判与思考。

《华侨大学哲学社会科学文库》按学科门类划分系列,共分为哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、管理学、艺术学八个系列,内容涵盖哲学、应用经济、法学、国际政治、华商研究、旅游管理、依法治国、中华文化研究、海外华文教育等基础理论与特色研究,其选题紧跟时代问题和人民需求,瞄准学术前沿,致力于解决国家面临的一系列新问题、新困境,其成果直接或间接服务于国家侨务事业和经济社会发展,服务于国家华文教育事业与中华文化软实力的提升。可以说,该文库的打造是华侨大学展示自身哲学社会科学研究力、创造力、价值引领力,服务中国特色社会主义建设事业的一次大胆尝试。

《华侨大学哲学社会科学繁荣计划(2012—2020)》已经实施近两年,

经过全校上下的共同努力，华侨大学的文科整体实力正在逐步提升，一大批高水平研究成果相继问世，一批高级别科研项目和科研成果奖成功获评。作为华侨大学繁荣哲学社会科学成果，《华侨大学哲学社会科学文库》集中反映了当前华侨大学哲学社会科学的研究水平，充分发挥了优秀学者的示范带动作用，大力展示了青年学者的学术爆发力和创造力，必将鼓励和带动更多的哲学社会科学工作者尤其是青年教师以闽南地区“爱拼才会赢”的精神与斗志，不断营造积极向上、勇攀高峰的学术氛围，努力打造更多造福于国家与人民的精品力作。

当然，由于华侨大学面临的历史和现实等主客观因素的限制以及华大哲学社会科学工作者研究视野与学术积累的局限性，《华侨大学哲学社会科学文库》在研究水平、研究方法等方面难免存在不足之处，我们在此真诚地恳请各位读者批评指正。

最后，让我们共同期待《华侨大学哲学社会科学文库》付梓，为即将迎来 55 岁华诞的华侨大学献礼！让我们一起祝福华侨大学哲学社会科学事业蒸蒸日上！让我们以更大的决心、更宽广的视野、更精心的设计、更有效的措施、更优质的服务，培育华大社科的繁花硕果，以点滴江河的态势，加速推进华侨大学建设成基础雄厚、特色鲜明、海内外著名的高水平大学，更好地服务海外华侨华人，支持国家侨务工作，配合国家发展战略！

华侨大学校长、教授、博士生导师 贾益民

2015 年 4 月 28 日于华园

内容摘要

服务化是经济发展不可避免的趋势。无论是传统服务企业的升级变革，还是工业企业的服务化拓展，都需要提升服务运作水平，以服务要素形成产品差异，凝聚竞争优势。尤其在现阶段，我国正大力推动服务经济的发展，加快提升我国服务业和各类企业的服务管理水平具有极其重要的时代意义。

界面管理是对交互行为、交互关系、交互要素等进行集成调控的管理方式，其主要任务是构建交互主体间的界面桥梁，消除交互主体间的交互障碍，为系统整体效率的提升提供良好的交互支持。顾客服务体系是典型的界面交互体系，它所包含的主客间服务交互和服务体系内部功能主体间的工作交互存在大量需要管控的交互障碍。将界面管理思想引入服务管理实践及服务管理研究，有助于从逻辑上以一个统一的视角去认识服务体系中的复杂交互关系，并对服务体系内部的工作交互和顾客的服务体验进行一体化管理，从而有助于提升企业的整体服务效率和顾客的服务体验水平。

本书对界面管理和服务界面管理的相关研究进行了系统的溯源和比较，由此提出了服务界面管理这一理论概念，并探索和验证了服务界面管理的效应机制。本书通过理论研究、实证研究和综合研究等三个阶段，以酒店业为具体的实践和实证分析对象，对服务界面的基本概念、结构层次、研究范畴、界面机制、管理评价、界面设计和优化管理等进行了理论探索。本研究认为：

(1) 顾客服务体系的界面结构包括信息沟通界面、业务操作与感知界面和心理交互界面等三个结构层次。交易型服务体系、产品型服务体系

和体验型服务体系有不同的主导界面层次。在顾客服务体系中,界面管理包括界面沟通、界面协调、界面融合和界面协作等四个界面管理维度。

(2) 界面管理对员工服务能力、服务绩效和企业整体服务绩效具有驱动效应,从而有助于提升服务系统的整体效率。其中,界面管理对员工的服务能力存在显著但是有差异的驱动影响力,它对企业整体服务绩效的驱动影响力大于对员工个人服务绩效的驱动影响力,员工服务能力在界面管理与服务绩效间具有中介效应。

(3) 界面管理对顾客感知服务质量和顾客感知体验质量具有驱动效应,从而有助于提升顾客的整体体验水平。其中,界面管理对顾客感知的服务质量与体验质量具有显著但存在差异的驱动影响力,顾客感知服务绩效在界面管理与顾客感知服务质量间具有完全中介效应,感知体验绩效在界面管理与顾客感知体验质量间具有完全中介效应。感知服务质量在界面沟通、界面融合对体验质量的影响中具有完全中介效应,感知服务质量在界面协调和界面协作对体验质量的影响中具有部分中介效应。

(4) 顾客对各种反映整体性服务的测量问项具有清晰的识别性,顾客重视服务界面的整体状态,界面要素显著影响了酒店的整体服务质量。人口特征、星级差异等因素对酒店业顾客的界面期望与感知存在显著影响。

(5) 界面管理是面向界面交互行为的集成调控方法,对服务企业的界面管理水平进行科学的评价,有利于推动服务界面交互障碍的解决。将因子分析的评价方法应用于服务界面的管理水平评价,有利于解决服务评价主体多元化、评价指标多样化的问题。实证评价的结果表明,基于因子分析的评价方法能对服务界面管理水平进行较为准确的衡量。研究发现,酒店企业普遍存在界面管理问题,酒店企业的界面管理水平存在较大程度的差异性。

(6) 顾客服务体系具有特定的结构要素,需要根据其主导任务进行对应的设计和表达。顾客需求的动态变化、服务企业的界面要素安排不当、服务界面操作不规范等,都可能导致服务界面障碍的形成,也要求和推动着服务企业进行界面体系的优化管理。对服务企业的界面表现进行动态的监控和管理,动态分析顾客的界面期望和界面感知状态,是服务企业发现

界面问题、改善界面状态、提升顾客体验感受的基本前提。

通过系统探索和理论建构,本书提出了服务界面管理的概念体系以及应用与理论研究体系,同时验证了服务界面管理对服务绩效和服务质量的驱动效应与机制。研究进一步认为:(1)服务界面的理论研究有待学界重视。依托服务界面思想对在线交互等新生界面问题进行系统的探索和梳理,是应对互联网时代服务交互的重要选择。(2)服务界面的实践管理需要具体化,因此在理论上需要回答如何进行界面要素的集成,并确定界面要素集成的深度、宽度和延展度,以更好地确定界面要素的整体风格和功能。对于线上界面和线下界面的要素集成方式,也需要进行更深入的理论解释。(3)服务界面中显然存在更复杂的交互主体结构和交互行为,同时子界面与子界面间也存在整合动机和驱动效应,不同服务行业的界面也可能存在差异性,因此更系统地建构和解释这些驱动机制,对于更好地揭示服务界面的整体功能,具有重要的理论与实践意义。(4)展望未来,学界需要持续地关注环境、技术和人员等因素对服务界面产生的综合影响,并探索动态条件下服务界面机制的理论意义和实践意义。更成熟、更系统、更丰富的服务界面理论的建构,将助推服务企业服务管理水平的提升。

Abstract

Servicizing is the inevitable tendency for economic development. For both change and upgrade of traditional service business and the expansion of industrial enterprises, it is necessary to enhance service operation level, to use service elements to form product differentiation and competitive advantages. Especially at the present stage, China is vigorously promoting the development of service economy, so it is very important to accelerate the upgrade of China's service industry and the service management level of all enterprises.

Interface management is an integration control method focusing on the interactive behavior, interactive relation and interactive element, of which the core mission is to construct the interface bridge, to eliminate cross - interactive obstacles between the interactive main bodies, and to provide interactive support to enhance system overall efficiency. Customer service system is a typical interactive system and it contains service interaction between customers and enterprise and working interaction between internal function main bodies, where exists lots of interactive obstacles. Introducing the concept and theory of interface management to the practice and research field of service management can help to recognize the complex interactive relation in service system logically from a unified perspective, and carry out the integration management of the internal work interaction and external enterprise - customer interaction. All this contributes to enhance the total service efficiency of service system and the experience quality of customers.

This book traces and compares systematically the related research of interface management and service interface management, on the basis of which, the

theoretical concept of service interface management is put forward, and the effects and mechanism of the management of service interface are also explored and verified. This research includes three stages: theory research, empirical research and comprehensive research. This research takes the hotel industry as the object for practice and empirical analysis, and explores the content of the basic concept, construction, research category, interface mechanism, management assessment, interface design, and management optimization of service interface. It is suggested that:

(1) The interface structure of customer service system consists of three hierarchy, namely information communication interface, business operation & perception interface, and psychological interaction interface. The transaction service system, product service system and experience service system have different dominant interface level. In customer service system, the interface management includes four interface management dimensions of interface communication, interface coordination, interface integration and interface collaboration.

(2) Interface management on service capabilities, service performance of employee and overall service performance of enterprise has a driving effect, thus helping to improve the overall efficiency of the service system. Among them, service interface management has positive but different influence on service ability factors and whose influence on the whole performance of enterprise is greater than the service performance of individual employee. And employee service ability has mediating effect between interface management and service performance.

(3) Interface management has positive influences on perceived service quality and perceived experience quality of customer, which help to promote the overall experience level of customer. Interface management has positive but different influence on perceived service quality and perceived experience quality. It has greater influence effect on perceived service performance than perceived experience quality. And interface management has greater influence effect on perceived service quality than perceived experience quality; perceived service performance has complete mediating effect between interface management and per-

ceived service quality. And perceived experience performance has complete mediating effect between interface management and perceived experience quality.

(4) Customers have a clear identifiability on the measurement items of reflecting the overall service. Customers pay attention to the overall state of the service interface. Besides, interface elements has significant influence on the overall service quality of hotel enterprise. Some factors like demographic characteristics and hotel ratings have significant influences on interface expectation and perception of hotel industry's customers.

(5) Interface management is an integration management method oriented towards mutual behaviors in an interface system. Scientific evaluation on the interface management level of service enterprises can help eliminate interactive obstacles within the service interface system. This research applies factor analysis to obtain data to evaluate the ability of service interface management to solve problems in multi-body and diversified evaluation indexes. The results of an empirical evaluation show the evaluation method based on factor analysis can accurately evaluate the management level of service interface. It is also found that hotel enterprises have problems of interface management generally. The level of interface management of hotel enterprises have great differences.

(6) Customer service system has specific structural elements, which need to be designed and expressed corresponding to the dominant task. Many factors like dynamic changes of customer demand, improper arrangement of service enterprises, unstandardized operation may lead to the formation of service interface obstacles, thus it needs to promote the optimization of enterprise service interface system and management. Dynamic monitoring and management of enterprise service interface performance and dynamic analysis of the customer interface expectation and perception interface state are the basic premise for enterprise to find the interface problems, to improve the interface state, and to enhance the customer experience.

By the systematic exploration and theory construction, this book proposes the concept system of service interface management, as well as the application

and theoretical research system, and verifies the driving effect and mechanism of service interface management on the service performance and service quality. the research put forward that:

(1) Research on service interface needs to be more valued in the academic circles. Relying on the service interface ideas, exploration and combing the new interface problems like online interaction is an important choice to deal with the Internet era. (2) Service interface should pay attention on concrete problem management, so it needs to answer how to carry out the integration of interface elements theoretically and to determine the depth, width and extension degree in integration, to better know the whole style and function of the interface elements. The integration mode of online interface and offline interface need to be explained by deeper theory. (3) There is clearly more complex subject structure and interactive behavior in service interface, while the sub interfaces have integration motivation and driving effect, and different service industries have different interface system. so it has important theoretical and practical significance of systematical constructing and explaining these driving mechanism to better reveal the overall function of the service interface. (4) In the future, academics should pay more attention on the comprehensive impact generated by factors of environment, technology and personnel on service interface, and to explore the theoretical and practical significance of interface mechanism in dynamic condition. The construction of a more mature, systematic and abundant service interface theory, will enhance the service management level of service enterprises.

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 西方服务业的历史演进与变革	1
1.2 服务界面问题的提出	12
1.3 研究对象与架构	19
第 2 章 国内外研究述评	22
2.1 界面管理研究述评	22
2.2 服务界面管理研究述评	44
2.3 研究述评总结	61
第 3 章 顾客服务体系及其界面管理的理论研究	66
3.1 顾客服务体系的理论研究	66
3.2 服务界面管理的理论研究	73
3.3 酒店服务体系的理论研究	81
第 4 章 顾客服务体系的界面结构研究	86
4.1 顾客服务体系的基本界面结构	86
4.2 酒店服务体系的界面结构	90
第 5 章 服务能力与服务绩效的界面驱动机制研究	100
5.1 实证研究背景	100
5.2 研究的概念基础	102
5.3 假设提出与模型构建	105

5.4	研究变量的定义与观测问卷设计	108
5.5	调研过程与样本资料	122
5.6	服务能力与服务绩效的界面驱动机制检验	124
5.7	假设检验与研究结论	138
第6章	服务质量与体验质量的界面驱动机制研究	142
6.1	实证研究背景	142
6.2	研究的概念基础	143
6.3	假设提出与模型构建	148
6.4	研究变量的定义与观测问卷设计	151
6.5	调研过程与样本资料	157
6.6	界面管理与顾客感知绩效、质量评价间的驱动关系检验	162
6.7	假设检验与研究结论	176
第7章	顾客界面期望与界面感知的比较研究	180
7.1	研究背景	180
7.2	数据调研和信度检验	182
7.3	酒店业顾客界面期望与感知的比较分析	183
7.4	研究结论与讨论	194
第8章	服务企业界面管理水平的多维评价研究	197
8.1	研究背景	197
8.2	服务企业界面管理水平的评价指标体系	198
8.3	服务企业界面管理水平的评价模型构建	200
8.4	酒店企业服务界面管理水平的实证评价	201
8.5	研究结论	208
第9章	顾客服务体系的界面设计研究	210
9.1	研究背景	210
9.2	服务界面设计的流程结构	211
9.3	服务产品定位与顾客需求识别	212