

南开服务管理丛书·前沿系列

张金成 范秀成 主编

教育部人文社会科学研究项目

服务业 的质量管理

——基于开放的生产体系

杨 坤 张金成 著

Nankaifuwuguanlicongshu qianyanxilie
Fuwuyedezhiliangguanli
Jiyukaifangdeshengchanlixi

Nankaifuwuguanlicongshu
qianyanxilie

南开大学出版社

◆南开服务管理丛书·前沿系列

◆张金成 范秀成 主编

◆南开大学出版社

◆ 杨坤 张金成 著 ◆

教育部人文社会科学研究项目

服务业的质量管理

——基于开放的生产体系

图书在版编目(CIP)数据

服务业的质量管理:基于开放的生产体系 / 杨坤著.
天津:南开大学出版社,2006.1
(南开服务管理丛书.前沿系列)
ISBN 7-310-02417-6

I.服... II.杨... III.服务业—服务质量—质量管理—中国 IV.F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 116151 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市宝坻区第二印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

*

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 16 开本 17.75 印张 2 插页 277 千字

定价:35.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

本书从中国服务业发展现状及其质量问题的基本认识入手，在对前人研究进行充分认识的基础上，分析了服务业的特点及其对服务企业质量行为的影响，外部环境对服务企业质量行为的影响，服务业开放生产体系的质量管理——政府的介入、消费者权益保护、服务过程管理，服务质量与服务生产力——开放式生产体系的生产力评价，构建服务质量社会保障体系等问题。在服务管理和服务营销、服务企业运营特点、服务业运营环境对服务质量的影响等方面，提出了创新性的观点。

总 序

第二次世界大战后,西方发达国家陆续进入后工业化阶段,服务在国民经济中的地位日益凸显。然而有关服务问题的研究却长期滞后于实践的发展。直至20世纪80年代初,服务方面的研究才真正引起人们的重视。究其动因,除社会经济和技术发展的作用之外,另有两个至关重要的因素:一是许多发达国家先后放松对服务业的管制,从而导致服务业竞争的空前激烈;二是基于制造业的传统管理理论和方法已不足以解决服务管理方面的问题。在这种背景下,欧美一些来自市场营销、生产运营和人力资源管理等不同学科的学者,从不同角度致力于服务管理理论和方法的研究、开发与整合,形成了一门新兴的管理分支学科。目前,服务管理这门新兴学科的研究正在从发达国家向发展中国家、从服务业向制造业蔓延,呈现出经验性与理论性相结合、集中于专向研究、跨越传统部门界限、国际化的本质越来越明显、涌现出大批相关学者和相关学术组织与研究成果激增等繁荣和亮丽的景象。

南开大学是我国较早开展服务管理研究的单位之一,拥有一支老中青相结合、学术专长互补、结构合理的研究群体。近年来对服务管理的基本理论、服务质量、服务企业生产力与竞争力、服务营销等进行了较长时间的探索和研究,在国家纵向课题项目、企业横向课题项目、专著、译著、学术论文、国际学术合作与交流以及服务管理方向的博士生培养等方面取得了系列成果,在国内产生了一定影响。近年来,国家自然科学基金委员会和中大、川大、清华、北大、上海交大和复旦等许多国内院校也很重视并组织力量开展这方面的研究,并取得了引人注目的研究成果。

在多年服务管理研究和教学积累的基础上,经与南开大学出版社协商,我们拟以“南开服务管理丛书”的总称,分专著、教材和应用读物

等几个系列陆续发表我们的部分研究成果。此次“南开服务管理丛书·前沿系列”出版的是六部学术专著,分别为《服务管理学》、《服务生产力及其评价体系》、《服务柔性能力与模型》、《基于战略竞争力的服务补救管理体系》、《服务业的质量管理——基于开放的生产体系》和《服务业顾客忠诚研究》。这六部学术著作,研究方向新,均属国内外服务管理研究的前沿问题,研究内容既继承吸纳了国外相关研究的理论脉络和成果,又结合国内外实践,从更新的角度和结构开展了更深入的探索,其理论深度、学术水平和创新发现均具有一定的先进性。

早在1993年,世界著名管理学者彼德·杜拉克(Peter F. Drucker)在其所著《巨变时代的管理》中曾预言:“中国大陆可能是第一个透过服务而不是货物贸易实现与世界经济一体化的国家”,“对外国人来说,在迅速发展的中国大陆,最大的市场机会是服务业,而不是制造业”。“九五”期间,我国服务业在国民经济中的地位逐渐提高,服务业对经济增长的贡献率达40%,呈现与工业并驾齐驱之态势。据国家计委发展规划司的预计,“十五”期间,我国服务业占GDP的比重和占总就业人数的比例将分别达36%和33%。《中华人民共和国2001年国民经济和社会发展统计公报》显示,北京、上海、天津和重庆四大直辖市第三产业的比重已分别达58.9%、50.69%、46.9%和41.8%。不仅如此,我国工业企业也已开始把服务作为获取竞争优势的手段。国家“十一五”规划明确提出服务业发展要由慢转快,国家中长期科学和技术发展规划(2006—2020)也把服务业作为一个研究课题。然而,诚而言之,与发达国家相比,我国企业目前的服务管理水平还有较大差距,服务管理研究在我国的历史还很短,需要做大量的基础性工作。尤其加入WTO后,我国承诺在2006年对外资开放服务业,届时国内企业将面临激烈的国际竞争。以上背景说明,开展服务管理研究,对提高我国企业的服务管理水平、应对外资企业的挑战具有重要的现实意义;此外,服务管理的理论方法也适用公共服务领域,服务管理的研究成果对于转变政府职能、建设服务型政府、提高行政效率和效果,也有参考价值。

期待本次出版的这六本著作能起到抛砖引玉的作用,在我国服务管理实践与研究的发展中有所裨益。

南开大学商学院服务管理研究中心

学术委员会主任:张金成

中心主任:范秀成

前 言

近年来我国加快了服务业的发展步伐,但服务业整体质量和管理水平偏低也是不争的事实,社会各界对此反响强烈。究其原因,既与我国服务业发展历史较短有关,也与我们仍然缺乏对服务业质量管理理论的深入挖掘和研究有关。

作者近几年一直在服务质量管理领域开展研究,下述几个现实中很容易看到的反差现象总是引起作者深深的思考:(1)服务质量管理理论至今也有20多年的发展历史了,理论成果不可谓不丰富,但实践中应用乏力,在我们身边众多的服务企业身上,既见不到学习应用的热情,也见不到普遍的实施效果;(2)在我国,服务业的发展日益受到人们的重视,但服务业增长乏力,服务业产值占GDP比重近年来一直在30%多徘徊;(3)在当代制造业产品质量大范围得到稳步提升甚至取得突破性飞跃的同时,长期以来服务业质量问题却没有得到明显改善,而且若干行业服务质量问题还有愈演愈烈之势;(4)服务属于“人与人之间的游戏”(丹尼斯·贝尔语),必然涉及到信息的发送、接收和策略博弈问题,但在当代主流服务质量管理理论中,却几乎见不到应用信息经济学和博弈论的相关理论来解释服务质量管理面临的问题。上述这一切提醒我们,有必要突破现有服务质量管理理论并以更广阔的视野和更多的相关学科知识来看待和解决服务业的质量问题。

目前主流的服务管理理论大体上是在20世纪80年代由西方的营销管理学家率先展开和主导进行的,基本对应于当时西方国家普遍放松政府管制、质量管理由市场机制发挥引导作用和以企业为主体的实践特点。因此,服务质量管理的研究视角大多集中于企业层面,主要将其看作企业行为并将研究重点放在如何提高服务质量上,通过对服务与

产品、服务生产与产品生产的区别研究较快完成了从产品质量管理到服务质量的理论演进。遗憾的是,这种研究留下了几个“后遗症”:

一是没有回答服务企业为什么乐于追求服务质量这一看似简单的问题;二是没有从根本上体现服务业开放的生产体系对服务质量的深刻影响;三是没有从企业层面上升到产业层面,对管理制造业产品质量与管理服务业服务质量继续开展对比研究,进而从微观和宏观两个角度完善服务质量的整个体系。质量是产业绩效的一个重要方面,它既反映了企业在一定市场结构条件下的行为效果,也反映了政府对行业的管理效果。质量管理应当包括微观质量管理和宏观质量管理两个方面。

为解答上述疑问,本书根据服务及服务生产的特点建立了一系列新的分析模型,主要包括:一个开放的服务企业生产体系参与主体分析模型以及资源要素相互作用模型;结合服务过程消费的特点,建立了一个过程消费和开放式生产体系的集成分析框架;将服务质量和服生产力相结合,建立了服务生产力的总体分析框架。这样将研究视野进一步放宽,从企业、顾客、外部环境因素(主要是政府)三个角度就服务业的质量管理问题展开了分析研究。主要内容包括服务业的发展及服务质量管理研究、开放的服务生产体系、顾客参与与服务质量管理、基于过程的服务质量管理、服务生产力与服务质量、服务业的宏观质量管理等若干主要问题。通过对以上问题展开研究,对现有服务质量管理理论的若干缺陷进行了很好的补充,相关研究成果对若干现实问题给出了更加合理的解释,并提出了一些具有理论依据的解决对策。

加入WTO后,我国服务领域将逐步对外开放。世界上经济发达的国家基本上也是服务产业发达的国家,来自国外服务业的挑战会相当严峻。进一步加快服务业的发展和提高服务业的整体质量,更好地满足经济建设和人民生活的需要,对进一步推动我国经济发展、增强服务产业的竞争力意义重大,因此也迫切需要理论界加强对服务管理理论的研究,加快建设和完善适合中国国情的服务管理理论体系。本书基于开放的服务生产体系,对服务业的质量管理问题从新的角度开展了一些初步研究。鉴于能力所限,仅算一次探索性的尝试,期待能引起服务质量管理研究领域同仁的重视,进一步展开深入研究。

作 者

2005年6月于南开园

目 录

第一章 蓬勃发展的服务业与服务业质量问题	(1)
第一节 蓬勃发展的服务业	(1)
第二节 中国服务业的质量问题	(11)
第三节 我国一些主要服务行业质量现状	(18)
第四节 中国服务业质量问题一般特点分析	(25)
第二章 服务质量管理研究综述	(31)
第一节 服务的定义及特点研究	(32)
第二节 服务业及服务分类研究	(36)
第三节 服务质量管理研究	(39)
第四节 宏观质量管理与政府管制	(51)
第三章 服务运营特点以及对服务企业质量行为的影响	(71)
第一节 服务生产特性	(73)
第二节 服务运营特点对服务质量的影响	(82)
第四章 外部环境对服务企业质量行为的影响	(101)
第一节 市场环境与服务企业质量行为	(101)
第二节 政府管制与服务企业质量管理	(125)
第五章 服务业开放生产体系的质量管理——政府的介入	(129)
第一节 服务业与制造业:不同的管理对象	(130)
第二节 洞悉行业特点,突破服务业质量管理	(136)
第六章 服务业开放生产体系的质量管理——消费者	
权益保护	(155)
第一节 消费者权益保护	(156)
第二节 服务领域消费者权益特征	(162)

第三节 被动服务·····	(166)
第四节 基于消费者权益的服务业质量管理要点·····	(175)
第七章 服务业开放生产体系的质量管理——服务	
过程管理·····	(180)
第一节 过程质量分解·····	(181)
第二节 服务过程复制·····	(185)
第三节 企业优质服务行为复制——质量价值与 成本控制·····	(186)
第四节 服务业的过程质量管理·····	(195)
第八章 服务质量与服务生产力:开放式生产体系的	
生产力评价·····	(207)
第一节 服务生产力研究在现代服务管理理论 中的地位·····	(208)
第二节 服务生产力研究·····	(211)
第三节 着眼于企业和顾客的新型服务生产力评价·····	(226)
第四节 新型服务生产力评价模式下的服务管理新 观念·····	(230)
第九章 构建服务质量社会保障体系·····	(235)
第一节 第三部门的相关理论·····	(235)
第二节 健全服务质量的保障体系·····	(249)
第三节 培育全社会的服务和质量意识·····	(258)
全书小结·····	(266)
参考文献·····	(270)
后记·····	(275)

第一章

蓬勃发展的服务业与服务业质量问题

第一节 蓬勃发展的服务业

一、世界服务业发展概述

服务业的兴旺发达可以说是现代经济的一个重要标志。以前,判断一个国家经济发达的程度主要是看其工业占国内生产总值(GDP)的比例。这个比例越大,经济就越发达。但纵观第二次世界大战后世界经济的发展历程,一个明显的特征就是服务业的迅猛发展,服务业在各国国民经济中的地位日益上升。这一方面表现在服务业创造的产值占GDP的比重以及服务贸易占各国贸易总量的比重越来越高,另一方面则表现在服务部门为社会创造的越来越多的就业机会。

从GDP比重来看,据世界银行统计,美国早在20世纪60年代GDP的60%就已经来自于服务业了;从60年代到90年代,大多数欧洲国家服务业的GDP比重也都陆续达到了60%以上。^①从不同国家看,发达国家服务业的产值占GDP的比重一般在60%~80%,中等发达国家在50%~60%,发展中国家也达到了40%左右。^②从服务贸易来看,当代世界市场的竞争正从以产品为基础的竞争转向以服务为基础的竞争,服务业在维护一国经济和政治利益方面处于重要的战略地

① 柴小青:《现代服务营销》,企业管理出版社2002年版,第8页。

② 芮雷、吴贵生:《服务创新》,清华大学出版社2003年版,第12页。

位。一个国家在世界市场竞争中能否占据优势,在很大程度上取决于是否能为商品交换提供高水平的国际化服务。从1985年到1994年,全球货物贸易年平均增长8.15%,而服务贸易年平均增长10.75%。1997年世界服务贸易总额达到了12950亿美元,占全球贸易总额的1/4;2000年世界服务贸易总额达14000亿美元;^①2002年全球服务贸易出口额达15400亿美元,进口额达15220亿美元,两者均比2001年增长5%;2003年,全球服务贸易额为17630亿美元,同比增长12%。全球多边贸易谈判的焦点从货物贸易转向了服务贸易,有专家预测,在WTO时代,服务贸易额将继续快速增长,将占到全球贸易总额的1/3以上。服务贸易将成为推动各国和世界经济增长的新引擎。^②另外再看就业方面,有数据显示,当人均GDP在1000美元以下时,服务业所占的劳动力比重约为18%;在10000美元以上时,服务业所占的劳动力比重会达到65%(见表1-1)。目前在西方发达国家,服务业就业人数占国内总就业人数一般在55%~75%之间,个别的超过了80%;而发展中国家服务业就业比重一般也在30%~55%之间。换句话说,如果仅以服务业所占的GDP比重和就业比重是否超过50%作为衡量依据,主要发达国家均已进入了所谓的“服务经济时代”。

表 1-1 不同经济发展阶段劳动力分布状况,单位:%

人均 GDP(美元)	农业劳动力比重	工业劳动力比重	服务业劳动力比重
低于 1000	74	8	18
1000~2000	65	13	22
2000~5000	38	22	40
5000~10000	24	32	44
10000 以上	6	29	65

资料来源:柴小青,《现代服务营销》,企业管理出版社2002年版,第9页。

二、服务业的重要地位和作用

(一) 服务业的重要地位和作用——国民经济角度

从国民经济整体的角度来看,服务业的重要性主要体现在三个方

^① “WTO 2001 年度报告”,《上海对外贸易学院学报》,2001 年第 7 期。

^② 蒋珠燕:《入世焦点——新世纪的中国服务贸易》,经济科学出版社 1999 年版,第 9 页。

面:一是对第一、第二产业的关联作用,二是吸纳就业的能力,三是对国际贸易的促进和平衡作用。

首先,大多数服务业都具有相对投资少、周期短、见效快的特点,传统上就是吸纳劳动力的重要领域。就是现在,随着科技进步以及工业化和城市化进程的加快,现代化工业对劳动力的需求并没有随着产量的增长而同步增加,涌入城市的农村劳动力以及因“工业挤出效应”而不断增加的城市失业人口的就业主渠道就是服务业。例如,早在1900年,美国和英国服务业提供的就业机会就多于制造业了,到1950年,服务业雇用了全美总就业人数的一半,1997年这一数字上升到了76%,^①而2002年则达到了82%。^②

此外,服务业还具有行业多、门类广、覆盖面大、关联度高、带动性强等特点。现代经济发展规律已表明,三大产业是相互联系、相互促进的,而服务业在国民经济中连接着生产和消费,起着促进第一、第二产业共同发展的重要作用。从三大产业对GDP增长的贡献率来看,第三产业的贡献率最大,这就充分证明了服务业发展越充分,对经济增长的支撑、辐射和带动作用就越强。反过来,服务业水平低也将会在一定程度上影响第一、第二产业的发展,成为制约经济持续、快速增长的瓶颈因素,甚至会造成全局性、历史性的被动。有学者将之归因于随着经济的不断发展,产业链条的驱动方向所发生的根本性变化,即由过去的制造业—服务业—消费者的动力传导机制,转变为消费者—服务业—制造业的动力传导机制,服务业由传统经济中作为制造业的附属物开始走向前台,并逐渐成长为引领制造业发展的主导力量,成为现代经济的主角和衡量一个国家经济发展水平的重要标志。^③特别是随着20世纪70年代以来新技术革命进程的加速,第三产业更是发生了革命性的变化。有资料显示,20世纪90年代美国经济增长的主要源泉就是5000家软件公司。相信在不久的将来,以科学、教育、信息服务为主的一些行业将在全社会的产业结构中居于主导地位,服务业必将发挥越来越重要的作用。

① [美]理查德·B.蔡斯、尼古拉斯·J.阿奎拉诺、F.罗伯斯·雅各布斯:《生产与运作管理——制造与服务》,机械工业出版社1999年版,第32页。

② “服务业:美国经济的救星”,《参考消息》,2002年12月23日。

③ 柴小青:《现代服务营销》,企业管理出版社2002年版,前言,第1页。

再从国际贸易的角度看,传统上,服务业基本上是由当地政府、企业和个人为当地的服务接受者提供的,服务业也被认为是具有很强地域依赖性的一个产业。^①与产品早已具有的国际化态势相比,服务业大规模走出国门还是最近几十年的事情。但是在 21 世纪的今天,服务业国际化所表现出来的良好势头、蓬勃发展的巨大潜力以及对一个国家经济发展所具有的重要影响令世界各国不得不对它刮目相看。让服务走出国门、大力发展服务贸易也成为各国获取外汇收入、改善本国在国际经济交往中的地位、降低资源和能源消耗、减少污染、提高经济效率和效益的重要途径。例如,1970 年全球服务贸易额仅有 1000 亿美元,1995 年增至 11500 亿美元,占世界贸易总额的 1/4,到 2000 年这一比重又上升到了 1/3。^②

其他一些情况也表明了服务业与制造业相比在现代社会经济中所扮演的更重要的角色。例如从 2002 年美国因恐怖主义袭击和公司财务丑闻等因素引发的经济衰退来看,首先,“服务业比制造业更加安全地度过了最近的衰退期,而且一旦经济复苏加速,预计服务业还会出现更急剧的反弹”。美国万全证券公司的首席经济学家理查德·里普曾指出:“服务业存在一些矛盾,但没有像制造业那样出现最终需求的巨大波动。服务业的总体趋势是上升的。”玛格丽特·波帕在美国《商业周刊》2002 年 12 月 2 日的网络版上也发表了题为“服务业增速放缓但依旧强劲”的文章,指出:“服务业包括了从零售、金融、医疗保健到航空服务等诸多内容,但是,从总体上看,美国服务业部门帮助防止了美国经济衰退向深层次发展,而且是目前复苏(尽管速度缓慢)的基础。”另外,在此次衰退中,“服务业与制造业的表现还体现在价格方面:服务价格比有形商品价格显得更为平稳,服务业带来的经济增长也显得更为稳健。因为一般经济放缓时,对商品和服务的需求会有所下降,销售商的反应是,为维持销量而降低价格。有数据显示,从 2001 年 10 月到 2002 年 10 月,美国能源部门以外的服务成本上升了 3.7%,同期,耐用品价格下降 2.4%,成衣成本下降 2.1%,个人电脑和外部设备的成本骤降 21.6%。这表明,尽管 2001 年的衰退造成了影响,但服务提供商仍然能

① 克里斯丁·格朗鲁斯:“服务企业的国际化战略”,《南开管理评论》,2001 年第 6 期。

② 柳思维:“全球服务贸易发展趋势及加快发展我国服务业的探讨”,《商业经济与管理》,2001 年第 1 期。

够不断提高价格。由于能够提高价格,服务商得以不断增加工资,雇用更多的人数”。^①

不难看出,随着服务业占各国就业人数、GDP 和国际贸易的比重不断上升,服务业已成为各国扩大社会再生产、实现商品价值不可或缺的经济要素,是各国创造国民收入和增加就业机会的重要来源,对经济和社会的发展起着重大的推动作用。

(二) 服务业的重要地位和作用——企业角度

长期以来,如何摆脱过于简单的价格竞争是摆在企业面前的一个难以解决的问题。大规模产品生产所形成的规模经济促成了产品价格的持续下降。在激烈的市场竞争中,企业虽然用尽各种招数,但最后似乎还是要回到价格上来,以致形成了“低价策略就是最有效的营销工具”的观念。但近二三十年来,很多企业纷纷调整自己的经营策略,逐步从一味销售产品转变为以客户为中心、为客户创造价值,服务的重要性和服务的理念受到了空前的重视。这股潮流首先从西方发达国家开始,表现为传统的制造商越来越多地购买服务性企业的服务,同时自己也提供越来越多的服务,对制造业而言,服务要素的加入可以使制造业提供附加值更高的产品,更容易实现差别化竞争,^②见案例 1-1。一些有代表性的公司正是通过向顾客提供服务产品而创造了大量的利润。例如,美国通用汽车算是一个典型的制造企业,但它最大的供应商不是钢铁或玻璃企业,而是一个提供健康管理的机构——蓝十字庇护者。从产出来看,它最大的“产品”也不是汽车,而是金融和保险服务,以及公司计算部门的电子数据服务。三者加起来的收入占公司总收入的 1/5。索尼公司一直以高质量的电子产品闻名于世,但却有 1/5 的收入来自于电影和音乐方面。如果包括设计、市场营销、金融和售后服务在内,服务性活动大约占了索尼公司至少一半的业务。^③ 美国电话电报公司从 1974 年开始,其营业收入的一半以上也是来自服务收入。^④ 另据调查,1980 年美国工业增加值中 75% 以上是由工业内部的服务性活动所创造

① “服务业:美国经济的救星”,《参考消息》,2002 年 12 月 23 日。

② 蔺雷、吴贵生:《服务创新》,清华大学出版社 2003 年版,第 7 页。

③ [美]理查德·B. 蔡斯、尼古拉斯·J. 阿奎拉诺、F. 罗伯斯·雅各布斯:《生产与运作管理——制造与服务》,机械工业出版社 1999 年版,第 33 页。

④ 章海荣编著:《旅游业服务营销》,云南大学出版社 2001 年版,第 2 页。

的。^①

1989年,美国波士顿的福鲁姆咨询公司在调查中发现,顾客从使用一家企业的产品转向使用另一种产品的原因,10人中有7人是因为服务质量问题。美国马萨诸塞州的一家销售咨询公司计算证实,公司服务质量(如合同履约率等)每提高1%,销售额就提高1%。^②最近的一个典型例子就是戴尔电脑,与其说它是生产电脑产品的公司,还不如说它是提供服务产品的公司,因为它的竞争力更多地来源于服务顾客的方式,而不是产品的制造水平。像戴尔一样,实际上已有越来越多的制造业公司取得并保持竞争优势的做法与以前大不一样了,它们纷纷把取得竞争优势的希望寄托在提供更多的客户服务上,因为许多生产者都已经意识到,它们自己应是服务经济中的一员。服务业与其他的生产型企业结合得越来越紧密,一些传统的制造业行业也出现了“服务化特征”,改变了这些行业以前一贯的生产性特点。英国帝国化学工业公司前主席哈维·琼斯(Harvey Jones)甚至说:“过去20年,化学工业的发展更具有服务行业的性质,但却较少体现制造业的性质。”^③2002年中国质量协会、全国用户委员会在北京第七届国际汽车展览会上,选取了《全国轿车用户满意度指数测评》调查问卷的一部分,对450位参观者进行了调查,经对389份有效问卷进行统计,发现最受用户及潜在用户关注的是“售后服务”,其次才是技术指标、价格、外形、品牌形象、口碑等。^④

(三)服务业的重要地位和作用——理论分析角度

在经济学领域,从亚当·斯密到马克思,再到现代西方经济学,对服务的研究也很重视,这从大量对服务的定义和服务是否具有生产性的激烈争论就可以看出来,对此不再过多讨论,这里只引用我国两位学者的归纳总结来说明问题。

●我国孙冶方经济学奖获得者李江帆认为,在产品性质、消费功能与其社会地位之间存在着密切的相关性,是产品的消费功能决定了相应产业的地位。因此,服务业在国民经济中的地位,取决于由服务产品

① 蒯雷、吴贵生:《服务创新》,清华大学出版社2003年版,第7页。

② 邹乐群:《服务营销与服务管理》,国防科技大学出版社2002年版,第40页。

③ 韩经纶主编:《最新国际企业管理》,天津大学出版社1998年版,第348页。

④ “百姓购车最关注售后服务”,《今晚报》,2002年8月5日。

性质决定的服务消费的社会功能。如果服务消费的基本功能不仅仅满足全体社会成员结构不同的生存、发展和享受的要求,而且是构成社会再生产与发展的基本条件和决定因素,那服务业在国民经济中就占据了不可忽视的重要地位。进一步地,如果服务消费功能发展成为在质和量上都较物品消费功能更重要的话,那服务业就将居于首席地位,成为后工业社会的决定性产业。^①

这里,服务的消费功能具体包括以下几个方面:

1. 服务消费的协调功能。服务产品的消费具有协调国民经济关系的作用,这形成于运输服务、通讯服务、商业服务、金融服务和管理服务等多项功能的综合释放。自然经济系统对服务消费的协调功能要求较低,而商品经济越发达,对服务产品的消费要求越高,和谐的服务体系是现代经济正常运转和实现效率的先决条件。

2. 服务消费的效益功能。服务产品的消费具有提高实物产品和服务生产的效率或效益,使同样劳动消耗和资金占用量的投入产出更多有用的劳动成果的作用,这取决于科学服务、教育服务、信息服务等消费功能的发挥。

3. 闲暇功能。服务产品的消费具有增加居民闲暇时间的作用,这主要是基于效益功能的发挥。

4. 福利功能。服务产品消费具有满足生活需要、提高生活质量、增进人的快乐、健康和幸福的作用。

● 另一位学者柴小青认为,服务在社会经济生活中的作用可以体现在以下几个方面:^②

1. 缩小生产者与消费者之间的空间距离,实现物流、信息流、资金流的合理流动,促进知识技术的传播。

2. 服务渗透在实物商品的生产、分配、消费等各个环节,对实现实物的价值和使用价值起促进作用。

3. 通过对实物商品潜在价值的开发和完善,提高实物商品的附加值,提高消费者的效用,更好地满足消费者的需求。

4. 随着现代社会生产技术的进步和规模、市场交换空间的扩大,产品总成本中包含的制造成本的比重呈下降趋势,服务成本的比重呈

^① 李江帆:《第三产业经济学》,广东人民出版社1990年版,第528页。

^② 柴小青:《现代服务营销》,企业管理出版社2002年版,第4页。