

南开服务管理丛书·前沿系列

张金成 范秀成 主编

基于战略竞争力的 服务补救管理体系

何会文 著

Nankaifuwuguanlicongshu
qianyanxilie

Nankaifuwuguanlicongshu qianyanxilie
Jiyuzhanluejingzhenglide
fuwubujiuguanlifixi

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

◆ 何会文 著 ◆

基于战略竞争力的 服务补救管理体系

图书在版编目(CIP)数据

基于战略竞争力的服务补救管理体系 / 何会文著.
天津:南开大学出版社,2006.1
(南开服务管理丛书.前沿系列)
ISBN 7-310-02420-6

I.基... II.何... III.服务业—经济管理
IV.F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 116779 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 17.625 印张 2 插页 276 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

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

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 梦的开始:服务经济的莅临	(1)
第二节 美梦难成:服务质量的举步维艰	(7)
第三节 噩梦肆虐:服务失败的恶劣影响	(14)
第四节 圆梦之举:服务补救及其战略收益	(23)
第五节 本书概览	(29)
第二章 服务补救管理实践与理论的由来和发展	(34)
第一节 始作俑者:服务失败的大量存在	(34)
第二节 顺势而发:服务管理研究的全面展开	(43)
第三节 众望所归:服务补救管理的提出与发展	(66)
第三章 基于战略竞争力的服务补救管理体系模型	(82)
第一节 模型的构建动因	(83)
第二节 服务企业战略竞争力的测量与构筑	(90)
第三节 服务补救管理的战略竞争力逻辑	(104)
第四节 基于战略竞争力的服务补救管理体系模型	(116)
第四章 服务补救管理体系的预应机制	(126)
第一节 潜在服务失败的分类与识别	(127)
第二节 服务失败之顾客影响的判断	(139)
第三节 服务失败的预防	(150)
第五章 服务补救管理体系的启动机制	(163)
第一节 服务质量标准的设定	(164)
第二节 服务保证的设计与实施	(172)
第三节 顾客抱怨的鼓励与收集	(181)

第四节 员工观察与调查	(186)
第六章 服务补救管理体系的执行机制	(192)
第一节 补救工作的执行基础	(192)
第二节 补救工作的执行原则	(207)
第三节 补救工作的执行程序	(214)
第七章 服务补救管理体系的反馈机制	(225)
第一节 反馈信息的接收	(225)
第二节 反馈信息的处理	(229)
第三节 反馈信息的运用	(234)
第四节 案例:信息反馈“短板”	(238)
第八章 结论与后续研究展望	(246)
第一节 研究结果与主要结论	(246)
第二节 研究局限与后续研究展望	(251)
参考文献	(260)
后 记	(274)

第一章

绪论

鹰是自然界中寿命最长的鸟类,可达 70 岁。但要想活这么长,它必须在 40 岁时作出一个艰难的抉择:把又长又弯、几乎碰到胸膛的喙,硬生生地敲打下来,期待新喙长出;然后,再用新喙把指甲一根一根地拔出来,把羽毛一根一根地拔掉,耐心等待指甲长出、羽毛丰满。整个过程是痛苦的,但 5 个月的痛苦修炼可为其赢得 30 年的光辉岁月。

在我们的生命中,有时候必须作出困难的决定,开始一个更新的过程。我们必须把旧的习惯、传统抛弃,使我们可以重新飞翔。我们需要的是自我改革的勇气与再生的决心……

我们曾有一个梦想:伴随服务经济的迅猛发展,人类生活质量将得到极大的改善。然而,残酷的现实打碎了我们的美梦:服务经济已经莅临,而服务质量的提升却是举步维艰。大量出现的服务失败,像噩梦一样缠扰着世界经济,摧残着人类社会中的每一个个体与组织。不在沉默中爆发,就在沉默中死亡。别再对服务失败大量存在、愈演愈烈的现实予以逃避,别再幻想“零缺陷”、“无差错”服务时代的自然到来,赶快行动起来,直面服务失败,歼灭服务失败,消除服务失败的不利影响,打造一片宁静祥和世界!

第一节 梦的开始:服务经济的莅临

麦当劳拥有的员工比美国钢铁公司还要多;美国经济的标志,是那

两道金色的拱门,而不是烈焰熊熊的火炉。

——乔治·威尔(George F. Will)

服务产业在总产值、就业人口、进出口贸易额等方面,已经全面赶超农业与工业,成为世界经济新的主导性拉动力量(见图 1-1)。哈佛商学院教授西奥多·李维特经典地指出:“再也没有所谓的服务产业了,只有不同产业之间服务所占比重大小的区别。每个人都在从事服务工作。”^①

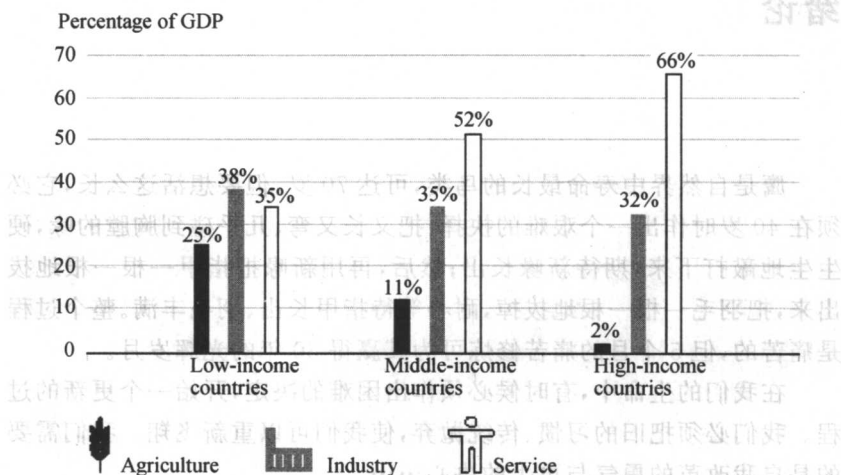


图 1-1 不同发展水平国家的三大产业对 GDP 的贡献(截至 1995 年)

资料来源:“Growth of the Service Sector”,世界银行网站,2002 年 12 月 1 日。

服务经济已经来临(见图 1-2),且丝毫没有放慢步伐的迹象。发达国家认识到,服务业是其经济发展的主要拉动力量,只有大力发展服务业,才能保持其国民经济的领先优势。发展中国家意识到,服务业的发展是其整体经济发展的必要前提,只有大力发展服务业,才能使其在吸引外资、积聚人才等方面处于有利地位,从而保障整个国民经济健康、快速地发展。

^① [美]卡尔·阿尔布瑞契特等著,唐果译:《服务经济》,中国社会科学出版社,2004 年,第 11 页。

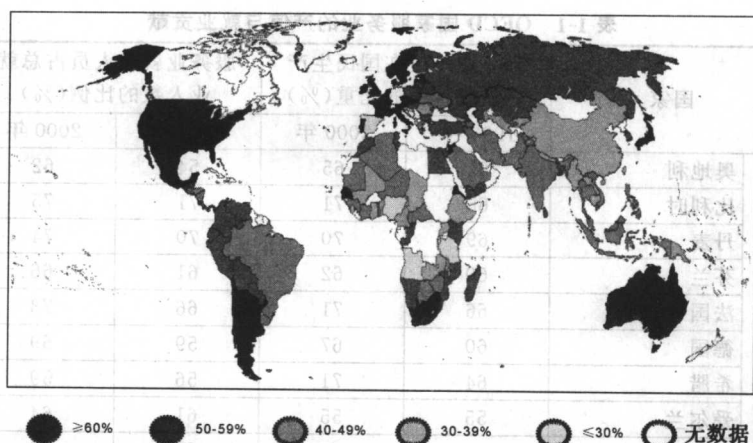


图 1-2 世界范围内的服务业在 GDP 中的比重

资料来源：“Growth of the Service Sector”，世界银行网站，2002 年 12 月 1 日。

一、发达国家的服务业

瑞典服务业就业人数占总就业人口的比例由 20 世纪 40 年代后期的 40% 跃升至 2003 年的 75%。假若再考虑到附属于制造、建筑业的服务人员，则这一比例高达 85%。美国未来学家约翰·奈思比将 1956 年看作美国服务经济的开端，因为当年从事技术、管理、行政职务的白领阶层首次在人数上超过了蓝领阶层。如今，美国服务业创造了约 74% 的国民生产总值，并提供了 7900 多万个就业机会，皆远胜于制造业。瑞典与美国服务业在最近几十年的迅猛发展，堪称发达国家大力发展服务业的一个缩影，全部发达国家在壮大其服务业方面皆有不俗表现。

由较发达国家组成的经济合作与发展组织 (OECD, Organization for Economic Cooperation and Development)，其服务业产值在国民生产总值增量中的比重于 1990 年就高达 61%，且长势良好，到 2000 年达到了 65%；服务业吸纳的就业人员占总就业人数的比例，在 1990 年即达到了 61%，到 2000 年增长到 65%。其中，GDP 位居世界前 5 名的美国、日本、德国、英国和法国，两项指标皆高于 OECD 的平均水平，5 国 2000 年两项指标的简单平均分别高达 69.8% 和 72.4%，明显高于 OECD 的平均水平 (具体数据见表 1-1)。

表 1-1 OECD 国家服务业的产值与就业贡献

国家		服务业产值在国民生产总值增量中的比重(%)		服务业就业人员占总就业人数的比例(%)	
		1990 年	2000 年	1990 年	2000 年
欧 盟 15 国	奥地利	62	65	54	62
	比利时	65	71	71	75
	丹麦	69	70	70	74
	芬兰	60	62	61	66
	法国	66	71	66	73
	德国	60	67	59	69
	希腊	64	71	56	59
	爱尔兰	55	55	61	64
	意大利	63	68	60	66
	卢森堡	73	78	71	76
	荷兰	65	70	74	77
	葡萄牙	60	66	57	56
	西班牙	60	66	64	64
	瑞典	64	70	73	73
其 他	英国	63	70	72	78
	澳大利亚	67	70	70	73
	加拿大	65	67	72	74
	捷克	43	55	43	54
	匈牙利	56	61	54	58
	冰岛	58	60	60	65
	日本	58	67	58	64
	韩国	46	51	47	61
	墨西哥	64	67	52	54
	新西兰	65	66	65	77
	挪威	61	55	71	75
	波兰	49	61	42	46
	斯洛伐克	56	61	50	54
	瑞士		68	61	65
	土耳其	49	55	32	34
	美国	70	74	76	78
OECD 30 国平均		61	65	61	65

资料来源:OECD (2002), National Accounts of OECD Countries, Paris.

二、发展中国家的服务业

早在 20 世纪 60 年代,美国现代化问题专家阿·英克尔斯就提出了现代化的 10 项标准,其中的第三项标准即是“第三产业在国内生产总值中占 45% 以上”。广大发展中国家在现代化历程中,把集中发展服务业作为重要突破口,因为交通运输、通讯、金融、餐饮住宿等服务行业的长足发展,既是发展中国家发展国民经济的方向,也是全面、健康、快速发展国民经济的必要前提。基本服务不到位,将导致国家在吸引外资、积聚人才等方面处于极其不利的地位。表 1-2 列举了服务业产值在部分亚洲国家及地区 GDP 中的比重,1980 年、1990 年和 2000 年的平均数据分别为 40%、45% 和 48%。统计数据的历史比较表明,虽然由于发展中国家的农业、工业也在迅猛发展等因素,服务业在发展中国家 GDP 中的比重未能迅速占据绝对主导,但良好的成长趋势依然很明显。

表 1-2 服务业产值占部分亚洲国家及地区 GDP 的比重

国家(或地区)	1980 年(%)	1990 年(%)	2000 年(%)
孟加拉	43	50	51
柬埔寨		33	39
中国	21	31	33
中国香港	68	74	85
印度	36	40	49
印度尼西亚	32	41	36
马来西亚		43	40
尼泊尔	26	32	38
巴基斯坦	46	49	51
菲律宾	36	44	53
新加坡	61	65	66
泰国	48	50	49
越南	27	39	39
平均	40	45	48

资料来源:Asian Development Bank (2001), Key Indicators 2001, Table 13.

三、中国服务业的发展

在“第四届中国宏观经济运行与政策论坛”上,与会专家们给出“近年,我国服务业发展缓慢”的说法,并列举大量数据予以说明,如我国服务业增加值占 GDP 比重仅由 1978 年的 23% 升至 2002 年的 33.7%;服务业就业劳动力占社会劳动力的比重仅由 1978 年的 12.1% 升至

2002 年的 28.6%, 远低于大多数发展中国家的水平; 服务业总体技术含量不高, 附加值低, 服务业劳动生产力仍然较低; 生产性服务比重小, 仅占 28% 左右, 与发达国家 50% 以上的比重存在量级差别等。本书不完全苟同上述说法, 我国服务业与发达国家、甚至是发展中国家的差距确实存在, 但并不能否认我国服务业所取得的巨大成就。

在 20 世纪 80 年代, 质量较低的物流服务, 使我们的“菜篮子”与“水果篮”只限于当地生产品种, 华北地区很难在冬季吃到西红柿、豆角、香蕉等目前常见的蔬菜水果, 芒果、杨桃、火龙果、山竹、哈密瓜等应季水果更是许多人所未见的。在 20 世纪 90 年代初期, 低级的通讯服务致使人们装一部家用固定电话都要奔走相告, 移动电话对多数人来说只是一个可望而不可及的梦, 首先是买不起, 其次是打不起。在 20 世纪 90 年代中后期, 网上冲浪尚是一项 10 元/小时的奢侈行为, 乘坐出租车的人尚有自豪感。还有我们的航空客运与饮食, 短短的 20 年由“乘坐飞机限定官职级别”走到了“机票打折, 让利消费者”, 由“晚上八九点钟就找不到吃饭的地方”到“凌晨三四点钟尚能吃到夜宵”。

至于我国服务业未能像发达国家那样一花独秀, 并在国民经济中占据主导地位, 是否也从另一个层面折射出我国农业、工业的迅猛发展。一个十几亿人口的大国, 一个整体经济基础较为薄弱的发展中国家, 是不能片面发展服务业的。

我们确信, 中国服务业在近 20 年取得了快速发展; 我们相信, 中国服务业将在未来 20 年取得更大成就。中国政府已经意识到发展现代服务业对国民经济和社会发展的意义: 第一, 现代服务业是经济持续发展的主要增长点; 第二, 现代服务业是缓解就业压力的主渠道, 服务业不仅可提供绝对的就业机会, 而且因行业性质会为妇女(饭店、旅游、宾馆、家政等服务行业以妇女为主)、农民工(服务行业经常雇用临时工)提供大量就业机会; 第三, 发展现代服务业是改善投资环境、增强国际竞争力的战略举措; 第四, 抓住国际服务业战略转移的机遇, 加快发展现代服务业有利于我国服务业在国际市场上占据应有位置; 第五, 发展服务业, 是全面提高人民生活水平、建设小康社会的必由之路。中国政府已经为此制定了明确的行动计划: 为进一步促进服务业的发展, 国家计委于 2001 年发布了《关于“十五”期间加快发展服务业若干政策措施的意见》, 提出了优化服务业行业结构、扩大服务业就业规模等 12 个方面的政策措施。此文件的发布, 预示我国服务业将在“十五”期间面临

前所未有的发展机遇。据国家计委发展规划司的预计,“十五”期间,服务业增加值年均增长 7.5%左右,占 GDP 的比重将由 2000 年的 33.2%提高到 36%;服务业从业人员年均增长 4%以上,占全社会从业人员的比重将由 2000 年的 27.5%提高到 33%。

第二节 美梦难成:服务质量的举步维艰

越来越多的顾客对质量极为重视,企业不仅要能满足顾客的需求,而且更要能得到顾客的喜悦。

——迈克尔·鲍沃斯(Michael R. Bowers)

Lawrence A. Crosby(1979)将服务质量定义为顾客对于所期望的服务与实际知觉的服务间相互比较的结果^①;Parasuraman、Valerie A. Zeithaml 和 Leonard L. Berry(1985)将服务质量定义为顾客对服务的期望与顾客接受服务后实际知觉到的服务之间的差距^②;约翰·提斯库(John Tschohl)如此来描述服务质量:做的比顾客期望的少,顾客认为服务质量低劣;做的正好是顾客期望的,顾客认为服务质量合格;做的超出顾客期望,顾客认为服务质量卓越。伴随服务业的迅猛发展,顾客对服务质量的期望与日俱增,而实际的服务表现却有太多太多的不足之处。服务质量提升之艰难,令人担忧。

一、服务投诉率居高不下

当实际的服务表现与顾客期望的服务表现存在较大差距时,顾客就会产生不满,向消费者协会投诉是顾客发泄不满的途径之一。虽然实证研究表明,仅有 5%到 10%的不满顾客会主动抱怨和投诉^③,且其中

① 转引自杜壮:《服务复原管理概念性模式之构建》,国立交通大学未出版之博士论文,2000年,第37页。

② A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, 49, 1985, pp. 41-50.

③ L. Dube and M. Maute, “The antecedents of brand switching, brand loyalty and verbal responses to service failures”, *Advances in Services Marketing and Management*, Vol. 5, 1996, pp. 127-151.

的大部分是向服务企业抱怨,但我们还是可以从顾客维权组织的投诉记录中察觉到顾客心中的不满,尽管它只是冰山的一角。

(一) 中国大陆服务投诉率迅速提升

自 1985 年以来,中国大陆的历年投诉几乎都呈上升态势,尤以 1988 年、1990 年、1997 年、1999 年上升幅度最大,此后,逐渐平缓,在 2000 年与 2002 年还出现了两次回落。而就是在这样一种日趋平缓的大趋势下,针对服务的投诉却在迅速增长。

《中消协 2003 年上半年全国投诉分析之三——服务行业消费环境问题多》显示,2003 年上半年,全国消协系统共受理服务类投诉 63838 件,比上年同期增长了 9.8%,投诉增幅在前五位的是网络、教育培训、咨询中介、电信、洗衣业。2003 年上半年全国消费者协会共受理网络服务投诉 906 件,比去年同期增长了 266.8%,增幅位列服务类投诉之首,质量无保障、自定违法的“三包”条款、免费信箱暗藏消费陷阱、利用下载手机铃声强制消费、用各式声明规避责任等是消费者集中反映的问题。2003 年上半年全国消协系统共受理教育培训服务投诉 1268 件,比去年同期增长了 70.2%,招生广告实为谎言、教学条件弄虚作假、培训合同随意更改等是消费者反映的主要问题。2003 年上半年全国消协系统共受理咨询中介服务的投诉 3301 件,比去年同期增长了 50.7%,广告虚假,夸海口,巧立名目多收费,相互勾结、合伙骗钱等是消费者反映的主要问题。2003 年上半年,全国消协系统受理的电信服务投诉比去年同期增长了 42.2%,洗衣业投诉比去年同期增长了 30.9%。

2004 年上半年,全国消协受理投诉情况分析报告再次以“服务类投诉增幅明显快于商品投诉增幅”为标题予以警示。2004 年上半年,全国消费者协会共受理服务类投诉 74861 件,比上年同期增长了 17.27%。其中,增幅最大的是互联网服务,达到了 98.12%,而同期上网用户总数增幅为 9.4%(据中国互联网信息中心统计)。

如果说中国大陆的服务投诉迅速上升尚可用“发展过程中不可避免”来解释的话,那么我们再看一下服务业堪称已达世界发达水平的澳门的情形。

(二) 澳门服务投诉率稳步增长

2003 年 1 月 15 日,澳门大学发布了“澳门公用服务民意测验报告”。报告显示,针对电力服务,61.5%的消费者认为收费不合理,9.2%的消费者对整个服务不满意,5.9%的消费者对职工的服务态度不满

意,75%的消费者要求增加新的电力服务提供商;针对自来水服务,44.1%的消费者认为收费不合理,10.8%的消费者对整体服务不满意,6.9%的消费者对职工的服务态度不满意,60.1%的消费者要求增加新的自来水服务提供商;针对固定电话本地通话服务,41.4%的消费者认为收费不合理,14.8%的消费者对整体服务不满意,8.4%的消费者对职工的服务态度不满意,71.8%的消费者要求增加新的固定电话本地通话服务提供商;针对固定电话长途通话服务,62.1%的消费者认为收费不合理,21.9%的消费者对整体服务不满意,8.4%的消费者对职工的服务态度不满意,77.1%的消费者要求增加新的固定电话长途通话服务提供商;针对移动电话服务,57.7%的消费者认为收费不合理,28.7%的消费者对整体服务不满意,8.4%的消费者对职工的服务态度不满意,57.1%的消费者要求增加新的移动电话服务提供商。民意测验结果如此之低,注定了澳门服务投诉率的稳步增长。

表 1-3 澳门主要服务行业的投诉情况

服务类别	2001 年	2002 年		2003 年	
	投诉个数	投诉个数	同比增长	投诉个数	同比增长
公用事业	192	340	77%	475	40%
金融保险	83	103	24%	77	-25%
旅游	72	77	7%	91	18%
销售	68	69	2%	103	49%
房屋装修及物业管理	61	109	79%	86	-21%
食宿及文化娱乐	30	122	307%	83	-32%
政府部门	27	43	59%	18	-58%
医疗	26	21	-19%	15	-28%
咨询与中介服务	25	34	36%	31	-9%
洗衣业	23	19	-17%	21	11%
教育及培训服务	22	16	-27%	35	119%
美容、美发、洗浴	13	17	31%	24	41%
租赁	12	11	-1%	12	9%
电讯、邮政	7	3	-57%	6	100%
交通运输	6	5	-17%	6	20%
社会服务	2	6	200%	10	67%
互联网	1	28	2700%	64	129%
庆典服务	1	4	300%	3	-25%

资料来源:作者根据澳门消委会网站数据整理。

由表 1-3 可以看出,在上述 18 个服务行业中,有 6 个行业的投诉量连续 2 年高速增长,而连续 2 年均不同程度降低的却只有医疗一个行业;2003 年,有 11 个行业的投诉量高于 2002 年,仅有 7 个行业的投诉量低于 2002 年,且这 7 个行业中的 3 个(食宿及文化娱乐、庆典服务、房屋装修及物业管理)在 2002 年有“非常抢眼”的表现。

二、服务质量问题不是个别行业的个别问题

服务质量问题,像噩梦一样纠缠着几乎所有的服务行业,我们实在无法将其解释为临时性的个别现象。

服务经济大师让·詹姆克如是评价美国的航空业与医疗业的服务质量:

近年来,航空公司的盈利屡创新高,然而顾客对航空业的信心却跌到历史最低点,至少在美国如此。虽然在航班安排、机票预订、票价制定和资源配置的数字化技术上投入的大笔资金降低了成本,但这种任意摆布顾客的做法,却使顾客的忠诚度几乎下降为零。

医学科技的一系列惊人发展,包括最先进的数字化电子技术的进步,使得医院和医生受惠很多。然而,美国的医疗业却仍然因为诊断、治疗和用药方面的失误,每年导致十多万名病人流失。医疗保健组织也因为将盈利置于病人的生命和福利之上而屡遭谴责。^①

法国消费者组织要求立法禁止问讯电话乱收费:

法国消费者组织要求立法禁止问讯电话乱收费

现在各种服务电话越来越多,这样可能确实方便了公众与商业企业和行政部门的联系,但其中许多都是收费电话,而消费者并不完全知晓。因此消费者打电话前最好注意一下收费情况,因为有时价格出入很大,而且这些号码一接通就收费,然后才计算电话持续的时间。

许多消费者都发现,一个月下来,电话费支出在不知不觉中增加了很多。据《巴黎人报》报道,在涉及电话的公众投诉

① [美]卡尔·阿尔布瑞契特等著,唐果译:《服务经济》,中国社会科学出版社,2004 年,第 1 页。