

许良◎著

连锁物流

服务质量的体系构建与

提升路径



LOGISTICS

中国物资出版社

连锁物流服务质量的体系 构建与提升路径

许 良 著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁物流服务质量的体系构建与提升路径/许良著. —北京: 中国物资出版社, 2011. 11

ISBN 978 - 7 - 5047 - 4010 - 6

I. ①连… II. ①许… III. ①连锁店—物流—物资管理 IV. ①F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 203317 号

策划编辑 贾玉泉

责任编辑 王玉霞

责任印制 何崇杭

责任校对 孙会香 杨小静

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 4010 - 6/F · 1599

开 本 710mm×1000mm 1/16

版 次 2011 年 11 月第 1 版

印 张 11.5

印 次 2011 年 11 月第 1 次印刷

字 数 194 千字

定 价 26.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

前 言

目前，连锁物流服务质量已经成为制约我国商业连锁企业进一步发展的“瓶颈”，是当前我国连锁经营中一个十分重要且迫切需要解决的问题。为此，科学界定和评估连锁物流服务质量，研究连锁企业组织学习、连锁物流能力对物流服务质量的影响关系路径，探索适合我国商业连锁企业提升其物流服务质量的可行之路，已成为学术界和企业界共同关注的热点问题。

本书以接受物流服务的商业连锁企业及其部门为研究对象，采用理论分析和实证研究的方法，开发了基于我国企业环境下的连锁物流服务质量、连锁物流能力和连锁企业组织学习三个测量量表，构建并验证了我国商业连锁企业组织学习、物流能力对连锁物流服务质量的影響关系模型，揭示了对连锁物流服务质量影响最大的关键路径。本书的研究为提升我国连锁物流服务质量提供了方向和途径，同时也为我国连锁物流服务质量提供了一个测量、评价的工具和方法。

本书适合高等院校管理类、营销类、物流类专业师生、相关研究人员、企业管理人员等阅读。

本书在编写过程中，借鉴和参考了大量的文献，在此对这些专家和作者们表示深深的谢意。同时，由于作者水平有限，书中定会存在一些错误或容易引起歧义之处，敬请同行专家和读者批评指正。

作 者

2011 年 7 月

目 录

1 绪 论	(1)
1.1 研究背景与意义	(1)
1.1.1 现实背景与意义	(1)
1.1.2 理论背景与意义	(1)
1.2 本书结构	(3)
1.3 本章小结	(4)
2 连锁物流概述	(5)
2.1 物流概念	(5)
2.1.1 物流概念的产生与发展	(5)
2.1.2 物流的定义	(6)
2.2 连锁物流的现状及其重要性	(8)
2.2.1 我国商业连锁业现状	(8)
2.2.2 连锁物流的概念与定义	(14)
2.2.3 连锁物流的特点	(14)
2.2.4 连锁物流存在的问题	(14)
2.2.5 连锁物流对连锁经营业的重要性	(15)
2.3 本章小结	(15)
3 连锁物流服务质量的构成及其测量量表开发	(16)
3.1 相关文献综述	(16)
3.1.1 服务质量	(16)
3.1.2 物流服务质量	(26)
3.1.3 连锁物流服务质量	(31)

3.2 连锁物流服务质量量表开发与检验	(33)
3.2.1 维度生成	(33)
3.2.2 题项生成	(35)
3.2.3 问卷设计	(39)
3.2.4 预测试	(39)
3.2.5 数据的探索性因子分析	(42)
3.2.6 数据收集与样本概况	(45)
3.2.7 信度检验	(48)
3.2.8 效度检验	(49)
3.2.9 二阶验证性因子分析	(57)
3.3 本章小结	(59)
 4 连锁物流能力的构成及其测量量表开发	(60)
4.1 相关文献综述	(61)
4.1.1 企业能力理论	(61)
4.1.2 企业物流能力	(62)
4.1.3 供应链物流能力	(63)
4.1.4 物流能力构成要素	(64)
4.1.5 连锁物流能力	(69)
4.2 连锁物流能力量表开发与检验	(70)
4.2.1 维度生成	(70)
4.2.2 题项生成	(72)
4.2.3 问卷设计	(75)
4.2.4 预测试	(75)
4.2.5 数据的探索性因子分析	(77)
4.2.6 数据收集与样本概况	(80)
4.2.7 信度检验	(80)
4.2.8 效度检验	(81)
4.3 本章小结	(87)

目 录

5 连锁企业组织学习的构成及其测量量表开发	(88)
5.1 有关文献综述	(89)
5.1.1 组织学习	(89)
5.1.2 组织学习的构成	(92)
5.2 连锁企业组织学习量表的开发与检验	(95)
5.2.1 维度生成	(95)
5.2.2 题项生成	(96)
5.2.3 问卷设计	(98)
5.2.4 预测试	(98)
5.2.5 数据的探索性因子分析	(101)
5.2.6 数据收集与样本概况	(103)
5.2.7 信度检验	(104)
5.2.8 效度检验	(104)
5.2.9 二阶验证性因子分析	(110)
5.3 本章小结	(111)
6 理论假设和模型的提出、检验及结论	(112)
6.1 概述	(112)
6.2 理论假设和研究模型的提出	(113)
6.2.1 组织学习与连锁物流能力之间的关系	(114)
6.2.2 组织学习与连锁物流服务质量之间的关系	(116)
6.2.3 连锁物流能力与连锁物流服务质量之间的关系	(118)
6.2.4 连锁企业组织学习各维度之间的关系	(121)
6.2.5 连锁物流能力各维度之间的关系	(122)
6.2.6 连锁物流服务质量各维度之间的关系	(122)
6.2.7 研究模型	(123)
6.3 实证结果分析	(123)
6.3.1 相关分析	(123)
6.3.2 结构方程建模	(124)
6.3.3 模型的修正与评价	(127)

6.3.4 理论假设的验证与讨论	(131)
6.4 结论与展望	(134)
6.4.1 主要结论与创新点	(135)
6.4.2 研究局限	(139)
6.4.3 研究展望	(139)
6.5 本章小结	(140)
 参考文献	 (141)
附录 A 连锁企业组织学习与物流能力、物流服务质量调查问卷	(156)
附录 B 第三方物流服务质量要求	(166)

1 绪 论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 现实背景与意义

20 世纪 90 年代以来, 连锁经营作为当今世界最有活力的一种现代流通方式, 呈现出强大的生命力和发展潜力, 在我国的发展更是如鱼得水, 连锁商业平均以 57% 的年增长速度飞速发展^[1]。各种日用品超市、家电超市、便利店和医药零售商店的不断增加, 给广大消费者日常生活带来了很大的便利。经过十几年的发展和摸索, 连锁商业取得了瞩目的成绩和宝贵的经验, 但同时也存在许多不足, 如连锁物流服务质量水平较低。这成为制约连锁企业进一步发展的“瓶颈”, 影响了客户的满意度和连锁企业的高效运作。

连锁物流是一个由供应商—连锁企业(包括总部、配送中心、门店)—最终消费者所构成的物流系统, 故欲从根本上提高连锁企业的物流服务质量, 就需要从连锁企业的采购物流—配送中心物流—门店物流—逆向物流所构成的物流系统视角来考评和测量其物流服务质量。

随着市场竞争的不断激烈和白热化, 连锁物流服务质量已成为目前连锁企业取得竞争优势的重要来源。本书通过研究我国连锁物流服务质量的定义、构成体系和影响机理, 发现提升我国连锁物流服务质量的可行之路, 可以为我国连锁企业提高经营能力及创造竞争优势提供参考, 同时也可为我国连锁物流服务质量提供一个测量和评价的工具和方法。

1.1.2 理论背景与意义

随着全球经济一体化的到来, 企业的竞争压力日益加剧, 服务已成为企

业间竞争最重要的手段和工具,是企业获得竞争优势的重要源泉。但是,从全球来看,服务管理理论尚处于发展阶段,而服务质量始终是服务管理中最热点和最前沿的研究内容^[2]。国外学者布朗、菲斯克和比特纳(Fisk, Brown & Biter, 1993)在对服务管理研究历史进行回顾和总结时指出,服务质量是服务管理六大热点研究问题之首^[3]。

但从总体来看,服务质量管理中的许多关键性问题,如服务质量维度、各维度构成要素等依然存在着激烈的争论,难以找到现成和权威的答案^[2]。我国对于服务质量的研究还处于起步阶段,主要借鉴国外的研究,创新性研究偏少,进行实证研究的则更少。

物流服务质量的研究大多是沿用服务质量的研究成果,其国内外的现状与服务质量的研究基本相同。由于不同的文化背景、领域和行业,人们对服务质量的理解是不同的^[4]。连锁物流既具有物流的一般特性,同时又存在自身的一些特点,目前国内外该领域的研究,主要集中在零售企业和连锁企业配送环节的物流服务质量,缺乏从连锁企业的采购物流—配送中心物流—门店物流—逆向物流所构成的物流系统视角对连锁物流服务质量的研究。所以本书从上述视角深入研究我国连锁物流服务质量具有十分重要的理论价值。

在战略管理的文献中,从资源基础的视角提出企业是以其资源和能力为基础进行竞争的^[5-7]。企业资源和能力的不同,将影响其绩效和竞争力。同时许多国外研究学者^[8-10]已研究证明,物流能力影响物流服务质量。由于不同领域和行业的物流能力有所不同,而目前有关连锁物流能力的研究只局限于连锁药店的物流能力研究,缺乏对整个连锁企业的物流能力及连锁物流能力和连锁物流服务质量的关系研究,故深入研究我国连锁物流能力及连锁物流能力对连锁物流服务质量的影响关系具有很好的理论意义。

从能力理论来看,企业能力的主要部分是企业的知识^[11],故知识可以改变企业的能力。而在组织层面上,知识的获取是通过组织学习。由于组织学习的操作性定义与衡量,是与实际研究情境相关的,那么,我国连锁企业的组织学习及构成如何科学界定,各构成要素之间的关系如何,组织学习及各构成要素如何影响连锁物流能力和物流服务质量,是一个十分重要的研究课题。

综上所述,本书拟以连锁物流服务质量为研究对象,探寻对其产生影响的前因变量。按照组织学习—连锁物流能力—连锁物流服务质量的路线,深入研究我国连锁企业组织学习及构成要素,并以此为前因变量,连锁物流能力及

构成要素为中介变量,探究它们对于连锁物流服务质量的影响关系,揭示对其影响最大的关键路径,并进行实证检验,具有十分重要的理论和现实价值。

本书主要是针对我国商业连锁企业的采购物流、配送中心物流、门店物流和逆向物流所构成的物流系统进行研究,从商业连锁企业及其各功能部门(如采购部、配送中心、门店等)作为服务对象的视角进行相应调研。

1.2 本书结构

本书共分为六章。

第1章绪论。介绍本书研究的背景与意义、结构安排。

第2章连锁物流概述。主要为连锁物流的基础性研究。首先,简要回顾连锁物流及其对连锁企业经营重要性的相关研究;其次,根据物流的定义,界定连锁物流的概念、研究范围及意义,阐述连锁物流的现状、特点及存在的问题,得出开发系统完整的连锁物流服务质量构成体系对连锁企业经营及提高连锁物流服务质量必要性。

第3章连锁物流服务质量的构成及其测量量表开发。研究连锁企业感知物流服务质量的定义、内在构成及其测量。首先,简要回顾服务质量的相关研究;其次,重点回顾物流服务质量的相关研究,在对已有研究述评的基础上,结合连锁企业定性访谈的结果,界定本研究中连锁企业感知物流服务质量的定义及构成;最后,根据上述分析结果,设计问卷并在连锁企业中采集数据,进行量表的预检验并修正,最终开发出具有可靠性和有效性的连锁企业感知物流服务质量的测量量表,为后续研究打下理论基础。

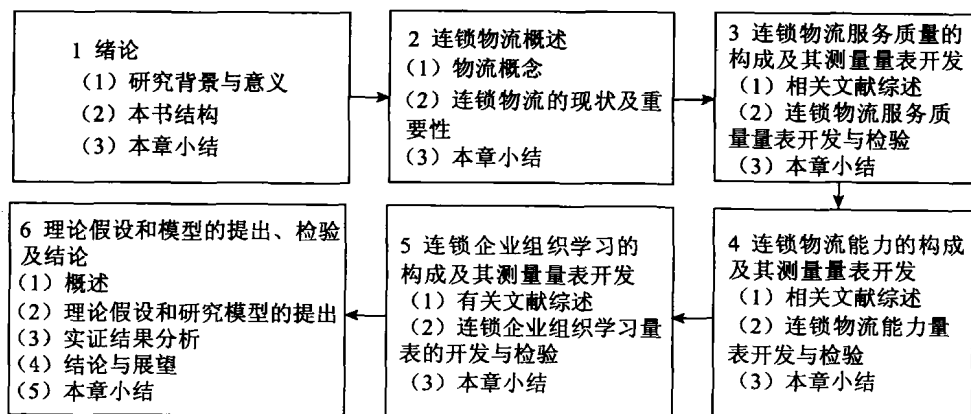
第4章连锁物流能力的构成及其测量量表开发。解决的是影响连锁物流服务质量的连锁物流能力问题,即研究连锁物流能力的定义、内在构成及其测量。首先,简要回顾能力理论的相关研究;其次,重点回顾物流能力的相关研究。在对已有研究述评的基础上,结合连锁企业定性访谈的结果,界定出本研究中连锁物流能力的定义和构成;最后,根据上述分析结果,设计问卷并在连锁企业及连锁物流企业中采集数据,进行量表的预检验并修正,最终开发出具有可靠性和有效性的连锁物流能力测量量表,为后续研究打下理论基础。

第5章连锁企业组织学习的构成及其测量量表开发。即研究影响连锁物流服务质量和物流能力的组织学习定义和构成。首先,简要回顾组织学习的

相关研究；其次，在对已有研究述评的基础上，结合连锁企业定性访谈的结果，界定出本研究中组织学习的定义和构成；最后，根据上述分析结果，设计问卷并在连锁企业或连锁物流企业中采集数据，进行量表的预检验并修正，最终开发出具有可靠性和有效性的连锁企业组织学习测量量表，为后续的研究打下理论基础。

第6章理论假设和模型的提出、检验及结论。该章是在前面几章和国内外相关文献回顾的基础上，通过理论分析我国连锁企业组织学习、连锁物流能力和物流服务质量各变量维度之间的关系，提出组织学习对连锁物流能力和物流服务质量的影响假设，构建组织学习对连锁物流服务质量的影响关系模型，并进行实证。对本研究提出的各假设进行检验与讨论，比较各假设模型拟合度指标，获取最优匹配模型。最后结合前文的分析结果，对研究结论、管理启示和创新点进行归纳和总结，阐明本研究的不足之处，并指出下一步的研究方向。

本书具体结构如下图所示。



本书结构

1.3 本章小结

本章阐述了选题的理论和现实背景、意义和本书的结构安排。

2 连锁物流概述

本章旨在研究我国商业连锁企业的物流问题。连锁物流既具有一般物流的共性，同时又具有其自身的行业特点。由于连锁物流目前我国还没有一个权威科学的定义，故本章首先基于物流的文献回顾，对连锁物流进行一个有效的界定。其次，本章阐述了连锁物流的特点、现状及存在的问题，最后重点论述了连锁物流对于连锁企业经营的重要性。

2.1 物流概念

2.1.1 物流概念的产生与发展

物流概念起源于 20 世纪初的美国，70 年代由日本引入我国，其概念的形成和发展经过了漫长的历程。在近一个世纪的时间内，物流概念发生着不断的演变。关于物流概念的产生，主要有两种观点：

第一种是 1915 年美国学者阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中提到物流一词。物流采用的是“Physical Distribution”一词，译成汉语是“实物分配”或“实物配送”。后来，美国另一位市场营销学者弗莱德·E. 克拉克于 1920 年在他所著的《Principle of Marketing》一书中，将物流归入市场营销的研究范畴^[12]。1935 年，美国销售协会阐述了“物流”（Physical Distribution）的概念，即物流是指在销售过程中的物质资料和服务，从生产场所到消费场所的流动过程中所伴随的种种经济活动。这时期提出的物流概念主要指销售过程中的物流。

第二种认为物流概念是由于军事原因而产生的。在第二次世界大战中，围绕战争供应，美国军队建立了“后勤（Logistics）”理论，并将其应用于战争活动中。该理论通过将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个

整体进行统一部署和规划,以求后勤补给的总费用最低、速度更快和服务更好。美国少校琼西·贝克(Major Chauncey B. Baker)1905年所说的“那个与军备移动和供应相关的战争艺术的分支”实际上就是指“物流”(Logistics)。这时的物流包含了生产过程和流通过程的物流,是一个包含范围更广泛的物流概念。

这两种观点之间并没有认识冲突,分别在其各自的专业领域中得到了一定的应用和发展。前期对物流概念的解释普遍用“Physical Distribution”,后期则用“Logistics”来阐述物流,说明“物流概念”是一个发展和演变的过程。现在人们多数倾向于第二种观点,因为美国最早成功地研究物流是第二次世界大战中的军队后勤部门,主要研究军队和军需品运输问题,采用了先进的科学管理方法(如运筹学),取得了很大成效。

随后从20世纪50年代到80年代中期,物流学得到了较快发展,从美国走向了世界,形成了一个比较成熟和统一的物流概念。物流概念的内涵得到了丰富和扩展,应用范围也越来越广泛。

20世纪80年代中期以后,出现了企业内部的集成化物流,例如,MRP11(制造资源规划)是把生产管理(包括生产能力管理)、物流管理、财务管理等集成起来;DRP11(分销资源规划)即把分销计划、客户管理、配送管理、仓储管理和成本管理等集成起来;ERP(企业资源规划)则是把MRP11与人力资源管理、设备管理、质量管理等系统集成起来等。

20世纪90年代,随着企业竞争的加剧,市场竞争已上升到供应链之间的竞争,供应链管理理论应运而生。供应链管理系统的形成进一步导致物流管理的系统化、集约化和协调化,从供应链大系统的角度和整体出发来协调各成员企业的物流活动,从而使供应链物流总成本最小化。

2.1.2 物流的定义

物流概念产生后,美国、欧洲和日本等国家加强了对物流的研究,物流概念的界定成为物流理论研究的重要内容。自20世纪60年代以来,物流定义层出不穷,这里仅列举一些有代表意义的物流定义:

20世纪50年代,美国营销协会(American Marketing Association, AMA)将物流定义为“从生产阶段到消费或利用阶段,物资的移动及货物处

2 连锁物流概述

理活动的管理”。

另外，还有许多具有代表性的物流定义，如表 2-1^[12]所示。

表 2-1 其他具有代表性的物流定义

给出定义的区域和流派	年份	给出定义的组织	定 义
美国管理派	1985	美国物流管理协会 (Council of Logistics Management, CLM)	物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地的有效率、有效益的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向，内部和外部的移动以及环境保护为目的的物料回收 物流是供应链的一部分，它对从起点到消费点的物品、服务及相关信息正反方向的有效流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客的要求
美国管理派	2001	美国物流管理协会 (Council of Logistics Management, CLM)	物流是供应链运作中，以满足客户要求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和销售地之间实现高效率 and 低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程
加拿大	1985	加拿大物流管理协会 (Canadian Association of Logistics Management, CALM)	物流是对原材料、在制品库存、产成品及相关信息从起源地到消费地的有效率的、有效益的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动
欧洲	1994	欧洲物流协会 (European Logistics Association, ELA)	物流是在一个系统内对人员及商品的运输、安排及与此相关的支持活动的计划、执行与控制，以达到特定的目的

续 表

给出定义的区域和流派	年份	给出定义的组织	定 义
日本	1981	日本日通综合研究所	物流是物质资料从供给者向需要者地物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动
中国	2001	中国国家科委、 国家技术监督局、 中国物资流通协会	物品从供应地向接收地的实体流动中,根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等功能有机结合来实现用户要求的过程

资料来源:何明珂.物流系统论[M].北京:中国审计出版社,2001(7):124-125

2.2 连锁物流的现状及其重要性

2.2.1 我国商业连锁业现状

(1) 连锁经营的定义

连锁经营(Chain)是指经营同类商品和服务的若干企业,在核心企业或总部的领导下,通过规范化经营,实现规模效益的经营形式和组织形式。^[13]

(2) 连锁经营的形式

① 正规连锁(Regular Chain)

正规连锁又称直营连锁、公司连锁、联号商店、多店铺商店、多支店商店。正规连锁是最早出现的连锁经营形式,是由同一资本开设多家分店,实行统一管理和经营,直接经营同类商品和服务的几家以上的零售企业形态。

② 特许连锁(Franchise Chain)

特许连锁又称合同连锁、加盟连锁和契约连锁。是指特许者将自己所拥有的商标(包括服务商标)、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特

许经营合同的形式授予被特许者使用,被特许者按合同规定,在特许者统一的业务模式下从事经营活动,并交纳一定的营业权使用费,承担规定的义务。

③自愿连锁 (Voluntary Chain)

自愿连锁也叫自由连锁。自愿连锁的特征是:成员店的所有权、经营权、核算是独立的,连锁店的主体是成员店而不是总部。成员店在保持自己独立性的前提下,通过协商自愿联合起来,共同合作,统一进货,统一管理,联合活动,协商决定经营方针、营销策略、发展规划等。总部是服务性质的,不以赢利为目的^[14]。

(3) 我国商业连锁业的现状

我国连锁经营产生于 20 世纪 80 年代中期,作为一种现代商业模式,近几年在我国得到快速发展。

2007 年“中国连锁百强”销售额达 10022 亿元,同比增长 21%,首次突破一万亿元;门店总数达到 40416 个,同比增长 49%;营业总面积达 2580 万平方米,同比增长 35%;员工人数 810 万人,同比增长 27%。并且继续保持着强劲的增长势头。

在快速发展的同时,我国商业连锁业呈现出百货店、超级市场和专业店等多业态发展(我国商业连锁企业业态如表 2-2^[20]所示),规模扩张速度加快,具有明显的东部地区集中化趋势,内资企业占有较大优势,港澳台商和外商投资企业占有率逐步增加和超大型企业的支撑和主导作用显著等特点^[15]。

(4) 我国商业连锁业存在的主要问题

①营销观念落后。没有切实树立起“顾客是上帝”的服务理念,大多只追求眼前利益。

②在供应链管理中存在致命危险。中国绝大多数连锁超市与供应商之间是一种竞争关系,而不是供应链管理所倡导的合作伙伴关系。导致采供双方矛盾加剧,隐藏着致命危险。

③物流管理水平不高。我国连锁超市总体上连锁水平偏低,物流发展速度缓慢,导致了物流成本较高,商品物流成本占销售额的比例在百分之十几甚至更高,补货时间往往需要一周。另外,配送中心短缺,发展滞后,成为连锁业发展的瓶颈。

④市场定位不明确。我国的连锁超市大多不重视市场定位。因此,企业