

THE COST OF CREDIBILITY

信誉的成本

源于服务失误的管理策略工程研究

A STUDY OF MANAGEMENT STRATEGIES
DERIVED FROM SERVICE FAILURES

李瑾 著



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

信誉的成本

——源于服务失误的管理策略工程研究

THE COST OF CREDIBILITY

— A STUDY OF MANAGEMENT STRATEGIES DERIVED FROM SERVICE FAILURES

李瑾 著

图书在版编目 (CIP) 数据

信誉的成本：源于服务失误的管理策略工程研究 / 李瑾著. — 天津：天津大学出版社，2017.6

ISBN 978-7-5618-5857-8

I. ①信… II. ①李… III. ①移动通信—运营管理—研究—中国 IV. ①F632

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 119063 号

策划编辑 金 磊 韩振平

责任编辑 郭 颖

装帧设计 陈凤美

版式设计 A.N.D.Y. 工作室

出版发行 天津大学出版社

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编：300072)

电 话 发行部：022-27403647

网 址 publish.tju.edu.cn

印 刷 北京信彩瑞禾印刷厂

经 销 全国各地新华书店

开 本 169mm × 229mm

印 张 14.75

字 数 210 千

版 次 2017 年 6 月第 1 版

印 次 2017 年 6 月第 1 次

定 价 66.00 元

目录
CONTENTS

写在前面 | **008**
Foreword

第1章 导论 | **044**
Chapter 1 Introduction

1.1 研究背景 | 047
1.1 Research Background

1.2 研究内容 | 050
1.2 Research Content

1.3 研究贡献 | 050
1.3 Research Contribution

第2章 文献回顾 | **052**
Chapter 2 Literature Review

2.1 服务失误 | 054
2.1 Service Failures

2.2 服务补救 | 062
2.2 Service Recovery

2.3 知觉公平 | 069
2.3 Perceived Justice

2.4 关系品质 | 075
2.4 Relationship Quality

2.5 顾客行为意向 | 085
2.5 Customer's Behavioral Intention

090 | 第3章 研究模型及研究假设
Chapter 3 Model and Hypotheses

092 | 3.1 研究模型
3.1 Research Model

093 | 3.2 假设推导
3.2 Deriving the Hypotheses

096 | 第4章 研究方法
Chapter 4 Research Methods

098 | 4.1 变量测量
4.1 Measurement of the Variables

104 | 4.2 问卷设计
4.2 Design of the Questionnaires

109 | 4.3 问卷调研
4.3 Questionnaire Survey

114 | 第5章 研究结果
Chapter 5 Research Results

116 | 5.1 实验组样本检验
5.1 Sample Test of the Experimental Group

121 | 5.2 问卷结构与信度检验
5.2 Questionnaire's Structure and Reliability Test

131 | 5.3 多变量变异数分析检验 (MANOVA)
5.3 Multivariate Analysis of Variance (MANOVA)

140 | 5.4 假设检验
5.4 Test of the Hypothesis

第6章 讨论与结论 | 170

Chapter 6 Discussion and Conclusions

6.1 主要研究结果 | 172

6.1 Main Results

6.2 研究发现与讨论 | 175

6.2 Findings and Discussion

6.3 研究启发与建议 | 177

6.3 Inspirations and Suggestions

6.4 研究的指导意义 | 179

6.4 Implications

6.5 研究局限及未来研究方向 | 181

6.5 Limitations and Future Research Directions

表格目录 | 183

List of Tables

图形目录 | 184

List of Figures

参考文献 | 185

References

附录 A: 预调查问卷 | 192

Appendix A: Pilot Questionnaire

附录 B: 最终调查问卷 | 206

Appendix B: Final Test Questionnaire

写在前面

时间回到了 10 年前。

2007 年 12 月 1 日，香港红磡体育馆。

从香港理工大学校长潘宗光（Poon Chung-kwong）教授手中接过毕业证书，随着校长把博士帽的流苏缓缓地从博士帽的右前方捋到左前方，预示着在历经了从 2004 年 11 月 18 日开始的 1108 个日日夜夜之后，我终于获得了由香港理工大学与中国人民大学联合颁发的“管理学博士（Doctor of Management）”学位。看着台下众多的校友、同学，还有亲人，我异常兴奋，同时伴随着莫大的激动，百感交集。回顾三年多的学习历程，真是人生中的又一次极限挑战。

尽管了解香港理工大学严谨的治学口碑并做了充分的心理准备，但治学道路上遇到的困难和压力依然远远超出了我的预料。当我身着博士华服沉浸在庄严的国歌声中时，付出和收获，使我终生无憾。

『谨以此书纪念博士毕业十周年及云览信通成立五周年』

THIS BOOK IS DEDICATED TO
MY 10TH ANNIVERSARY OF RECEIVING THE DOCTOR DEGREE OF MANAGEMENT
AND THE 5TH ANNIVERSARY OF InforLane TECHNOLOGY

信誉的成本

——源于服务失误的管理策略工程研究

THE COST OF CREDIBILITY

— A STUDY OF MANAGEMENT STRATEGIES DERIVED FROM SERVICE FAILURES

李瑾 著

图书在版编目 (CIP) 数据

信誉的成本：源于服务失误的管理策略工程研究 / 李瑾著. — 天津：天津大学出版社，2017.6

ISBN 978-7-5618-5857-8

I. ①信… II. ①李… III. ①移动通信—运营管理—研究—中国 IV. ①F632

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 119063 号

策划编辑 金 磊 韩振平

责任编辑 郭 颖

装帧设计 陈凤美

版式设计 A.N.D.Y. 工作室

出版发行 天津大学出版社

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编：300072)

电 话 发行部：022-27403647

网 址 publish.tju.edu.cn

印 刷 北京信彩瑞禾印刷厂

经 销 全国各地新华书店

开 本 169mm × 229mm

印 张 14.75

字 数 210 千

版 次 2017 年 6 月第 1 版

印 次 2017 年 6 月第 1 次

定 价 66.00 元

目录
CONTENTS

写在前面 | **008**
Foreword

第1章 导论 | **044**
Chapter 1 Introduction

1.1 研究背景 | 047
1.1 Research Background

1.2 研究内容 | 050
1.2 Research Content

1.3 研究贡献 | 050
1.3 Research Contribution

第2章 文献回顾 | **052**
Chapter 2 Literature Review

2.1 服务失误 | 054
2.1 Service Failures

2.2 服务补救 | 062
2.2 Service Recovery

2.3 知觉公平 | 069
2.3 Perceived Justice

2.4 关系品质 | 075
2.4 Relationship Quality

2.5 顾客行为意向 | 085
2.5 Customer's Behavioral Intention

090 | 第3章 研究模型及研究假设
Chapter 3 Model and Hypotheses

092 | 3.1 研究模型
3.1 Research Model

093 | 3.2 假设推导
3.2 Deriving the Hypotheses

096 | 第4章 研究方法
Chapter 4 Research Methods

098 | 4.1 变量测量
4.1 Measurement of the Variables

104 | 4.2 问卷设计
4.2 Design of the Questionnaires

109 | 4.3 问卷调研
4.3 Questionnaire Survey

114 | 第5章 研究结果
Chapter 5 Research Results

116 | 5.1 实验组样本检验
5.1 Sample Test of the Experimental Group

121 | 5.2 问卷结构与信度检验
5.2 Questionnaire's Structure and Reliability Test

131 | 5.3 多变量变异数分析检验 (MANOVA)
5.3 Multivariate Analysis of Variance (MANOVA)

140 | 5.4 假设检验
5.4 Test of the Hypothesis

第6章 讨论与结论 | 170

Chapter 6 Discussion and Conclusions

6.1 主要研究结果 | 172

6.1 Main Results

6.2 研究发现与讨论 | 175

6.2 Findings and Discussion

6.3 研究启发与建议 | 177

6.3 Inspirations and Suggestions

6.4 研究的指导意义 | 179

6.4 Implications

6.5 研究局限及未来研究方向 | 181

6.5 Limitations and Future Research Directions

表格目录 | 183

List of Tables

图形目录 | 184

List of Figures

参考文献 | 185

References

附录 A: 预调查问卷 | 192

Appendix A: Pilot Questionnaire

附录 B: 最终调查问卷 | 206

Appendix B: Final Test Questionnaire

写在前面

时间回到了 10 年前。

2007 年 12 月 1 日，香港红磡体育馆。

从香港理工大学校长潘宗光（Poon Chung-kwong）教授手中接过毕业证书，随着校长把博士帽的流苏缓缓地从博士帽的右前方捋到左前方，预示着在历经了从 2004 年 11 月 18 日开始的 1108 个日日夜夜之后，我终于获得了由香港理工大学与中国人民大学联合颁发的“管理学博士（Doctor of Management）”学位。看着台下众多的校友、同学，还有亲人，我异常兴奋，同时伴随着莫大的激动，百感交集。回顾三年多的学习历程，真是人生中的又一次极限挑战。

尽管了解香港理工大学严谨的治学口碑并做了充分的心理准备，但治学道路上遇到的困难和压力依然远远超出了我的预料。当我身着博士华服沉浸在庄严的国歌声中时，付出和收获，使我终生无憾。

正如香港理工大学时任校长潘宗光教授在毕业典礼祝词中所说的：“香港理工大学工商管理研究院自2003年成立以来，提供的课程品质不断提升，成绩屡攀高峰，现已成为亚太区一所优秀的工商管理研究院。研究院声誉日隆，除了学术水平屡获国际肯定外，其香港和内地毕业生在各自工作岗位均有出色的表现，亦是口碑载道的重要因素。毕业生不但具备丰富的专业知识，在工作上也充分显示出敏锐的商业触觉。”

由香港理工大学与中国人民大学合办的管理学博士（Doctor of Management）的目标是培养“学者型领袖”。香港理工大学工商管理博士及管理学博士课程总监费迪南德（Ferdinand A. Gul）教授如此说道：“透过课程，学员都能以严谨的科学态度，结合最新的商业管理理论及思维，解决企业或社会面临的实际问题。日后，他们就能以高瞻远瞩的视野，为企业创造成功。因此，课程非常受高层管理人员欢迎，学员包括上市公司主席、跨国企业董事、执业会计师甚至政府的高级管理人员。”

项目结合知识，科研结合实践，通过培养高管人员发挥管理与应用的能力，从而推动企业的创新与发展，是我们每个管理学博士课程学员深刻的体会。参加到本课程的学员必须具有硕士学位，同时具备八年或以上高层管理经验者才有资格参与笔试和面试，这也是唯一获得国家教育部正式认证的中港合作管理学博士项目，同时，学位也得到了国家教育部的认证。

“恭喜你，正式获得香港理工大学管理学博士学位！”伴随着潘校长深邃睿智



笔者在香港红磡体育馆参加香港理工大学第十三届毕业典礼，2007年12月1日



笔者与香港理工大学时任校长潘宗光教授在毕业典礼上亲切握手，2007年12月1日

的目光，我们的手紧紧地握在一起，我的思绪也随之飘向远方。

2004年9月27日，北京，西单某电信大楼。

怀着忐忑不安的心情来到了位于北京西单附近的一个电信运营商大楼。来这里是为了参加管理学博士入学电视电话面试。于面试前一天深夜才返回北京的我，是因为要在福建参加一个重要的客户会议。此时正值国内运营商大力发展移动通信以及相关的数字业务的关键阶段，巨大的市场及销售任务压得我们喘不过气来。在这期间，我在摩托罗拉担任销售总监职务。我作为摩托罗拉的高管，同时又具备良好的销售业绩，于是被公司推荐，赶回来参加这个管理学博士班项目的面试和笔试。

在一番自我介绍以及轻松回答了几位来自香港理工大学教授的提问之后，Ferdinand A. Gul 教授问道：“Jeff（我的英文名字），你的EMBA（工商管理硕士）