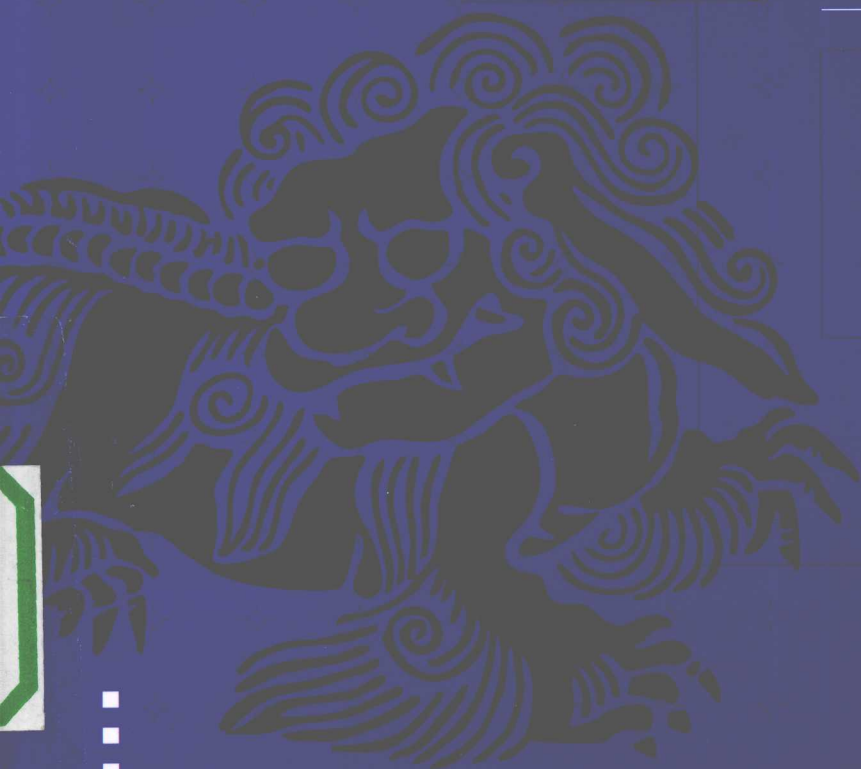


王建 郑惠莉 编著

电信服务质量 评价



 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

电信服务 服务质量 评价

电信服务质量评价

王 强 著

王建 郑惠莉 编著

电信服务质量 评价



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

电信服务质量评价 / 王建, 郑惠莉编著. —北京: 人民邮电出版社, 2009. 9
ISBN 978-7-115-21080-7

I. 电… II. ①王…②郑… III. 电信—商业服务—服务质量—评价 IV. F626

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第134892号

内 容 提 要

本书在介绍服务与服务质量的基础上, 深入分析了电信行业的发展及电信服务质量管理的现状和存在的问题, 指出目前电信服务质量的内涵存在缺失, 由此提出通信软质量的概念, 定义全面可感知的电信服务质量是由软质量与硬质量共同构成的。遵循“需求(客户)—实现(感知价值)—保证(感知质量)—满意(客户)”这一闭环管理思路, 提出了以客户为核心, 以服务实现的全过程为研究主线的电信服务质量评价体系构建框架模型, 依据该框架模型分别从定性、定量两个角度进行了电信服务质量探查研究和描述性研究, 构建出新的电信服务质量评价体系, 并进行了评价实施的实证研究和质量控制研究。以垃圾短信和恶意电话的识别和拦截为例, 运用数据挖掘方法, 进行了提升通信软质量的应用研究。

本书既可供通信类院校经济管理专业的学生学习, 也可供通信企业的管理与服务人员参考。

电信服务质量评价

- ◆ 编 著 王 建 郑惠莉
责任编辑 滑 玉
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 18.25 2009 年 9 月第 1 版
字数: 358 千字 2009 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-21080-7/TN

定价: 38.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

前 言

20 世纪 80 年代以来，全球经济结构进入了新一轮以“信息通信技术（ICT）为核心的新技术广泛采用”为特征的结构转型期。在 ICT 的推动和市场需求拉动的强大作用下，全球电信业正在向信息服务业转型。从发达国家的普遍规律来看，随着信息服务的地位和作用越来越突出，提供信息的内容和提供信息服务的行为对社会产生的影响也日益突出。无疑，转型赋予了电信业更多的发展机遇和空间，但同时也对电信行业监管、电信产业链以及电信运营企业带来诸多新的挑战，这其中电信服务质量问题尤为突出。

随着电信服务的多元化发展，特别是以“存储转发”为标志的信息类电信增值服务的不断推出，电信服务对客户的影响范围进一步延伸。虽然“网络的安全性、可靠性”、“服务场所的便利性”、“计费的准确性”等基础建设和服务方面的“硬”质量指标已经非常优秀，广大客户充分感受到了电信企业“无所不在”、“无所不能”的网络和服务。然而“无孔不入”的垃圾信息、欺诈信息、恶意信息等无价值的服务却又严重影响了广大客户的良好感知。

目前，国内外的电信服务质量管理实践中，尚无信息内容质量内涵的界定和评价标准。针对这一现状，本书提出了“通信软质量”的概念，试图来完善和拓展现有电信服务质量的内涵，基于此，以“基于客户导向”和“基于服务全过程”为原则，进一步研究和构建客户全面感知的电信服务质量评价体系。

在全球经济一体化的推动下，我国电信业向“信息大服务”转变已成为不可逆转的趋势，我国电信业将进入新的历史发展阶段，在这一转型的重要时期重新系统地审视和研究电信服务质量，以期能对我国电信监管机构和电信企业提供一些帮助和借鉴。

在本书的编写过程中，南京邮电大学经济管理学院沈超参与了数据挖掘的建模工作，王林林参与了软质量界定的相关工作，研究生马悦、侯金伶做了大量的文献整理和分析工作；中国移动江苏公司白静、孔爱娟参与了框架体系模型的构建和评价实施工作，孙国峰、胡晓菲参与了软质量提升的案例研究工作，廖源、崔庆和、汪衣冰等也对相关的研究工作提供了大量的帮助，在此表示由

2 | 电信服务质量评价

衷的感谢。

限于水平，书中难免存在错误，恳请读者指正。

编者

2009 年 5 月

目 录

第 1 章 导言	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 电信业迎来新的发展阶段	1
1.1.2 电信服务质量问题	2
1.2 研究的意义、内容与方法	5
1.2.1 研究意义	5
1.2.2 内容与思路框架	5
1.2.3 目的和方法	7
第 2 章 服务与服务质量研究概述	8
2.1 服务的定义与特点	8
2.1.1 服务的定义	8
2.1.2 服务的特性	11
2.1.3 服务运营管理的特点	12
2.2 服务管理	14
2.2.1 服务管理理论研究的阶段	14
2.2.2 服务管理的概念	16
2.3 服务质量	17
2.3.1 质量的定义	17
2.3.2 服务质量的定义	18
2.3.3 感知服务质量内涵演进	20
2.3.4 感知服务质量的构成维度	23
2.4 服务质量管理	25
2.4.1 服务质量管理模式	25
2.4.2 服务承诺	26
2.4.3 服务补救	26
2.5 服务接触	27
2.5.1 服务接触概述	27

2 | 电信服务质量评价

2.5.2 服务接触的种类	28
2.5.3 服务接触中顾客感知的来源	29
2.6 与服务质量相关的几个概念	30
2.6.1 顾客满意	31
2.6.2 顾客感知价值	36
2.6.3 顾客忠诚	40
2.6.4 几个概念之间的相互关系	43

第3章 电信业发展概述

3.1 电信产业属性及电信服务

3.1.1 电信业的产业属性	45
3.1.2 电信服务的内容	46
3.2 电信服务特征分析	48
3.2.1 电信业的经济特征	48
3.2.2 电信产品的主要特点	52

3.3 我国电信业发展历程

3.3.1 起步阶段（1949年~1978年）	53
3.3.2 腾飞阶段（1978年~1982年）	54
3.3.3 网络数字化时代（1982年~1998年）	55
3.3.4 光通信/移动通信时代（1998年~2007年）	56
3.3.5 “物联网”时代（2008年~）	57

3.4 电信业在国民经济中的地位和作用

3.4.1 电信业是国民经济的基础产业	59
3.4.2 电信业是国民经济的先导产业	59
3.4.3 电信业是国民经济的战略产业	60

3.5 电信业向信息服务业转型

3.5.1 电信业转型的背景	63
3.5.2 信息服务业的内涵	64
3.5.3 电信业转型的方向	66
3.5.4 转型中产业结构的调整	68

3.6 新一轮重组后电信市场竞争分析

3.6.1 电信重组历史概述	70
3.6.2 新一轮重组后三大运营商实力对比分析	72
3.6.3 电信重组后三大运营商的竞争分析	74
3.6.4 三大运营商的竞争方向	77

第4章 电信服务质量管理

4.1	电信服务质量	80
4.1.1	电信服务质量的内涵	80
4.1.2	确保和提高服务质量的意义	81
4.2	电信服务质量管理的发展	83
4.2.1	国际电信服务质量管理的发展	83
4.2.2	我国电信服务质量管理的发展	85
4.3	电信服务质量管理现状分析	86
4.3.1	行业发展对服务质量管理提出更高的要求	86
4.3.2	质量监管难度不断加大	88
4.3.3	用户投诉居高不下	89
4.3.4	电信服务质量管理重心的转移	91
4.3.5	新的电信格局对电信服务质量的挑战	92
4.3.6	电信服务质量水平发展不均衡	93
4.4	我国电信服务质量管理问题分析	94
4.4.1	管理跟不上行业发展的需要	94
4.4.2	质量监管有待创新	97
4.4.3	缺乏法律的有力保障	98
4.4.4	电信服务质量内涵存在缺失	99
4.5	通信软质量	100
4.5.1	软质量的提出	100
4.5.2	软质量的定义	101
4.5.3	软质量的内涵	102
第 5 章	评价体系构建原理和思路	105
5.1	感知服务质量的评价	105
5.1.1	感知服务质量评价模型	105
5.1.2	评价方法	114
5.1.3	感知质量评价进一步探讨	126
5.2	感知服务质量评价方法比较	127
5.2.1	评价方法比较概述	127
5.2.2	SERVQUAL 方法在通信服务质量评价中的局限性	135
5.3	电信服务的全面管理过程	136
5.3.1	电信服务价值链及其发展	136
5.3.2	服务是电信企业的生产活动	140
5.3.3	服务是电信企业的管理活动	140
5.4	电信服务质量评价体系的构建思路	141

5.4.1	客户全面感知电信服务质量评价体系的建立原则	141
5.4.2	对“基于客户导向”的理解	141
5.4.3	对“基于服务全过程”的理解	145
5.5	电信服务质量评价体系构建框架模型	146
5.5.1	框架模型的提出	146
5.5.2	评价指标体系的生成	147
5.5.3	电信服务质量的持续改进	149
第 6 章	电信服务质量的探查研究	150
6.1	电信客户需求分析	150
6.1.1	电信业务分类	150
6.1.2	电信业务需求描述	154
6.2	电信服务接触模型	157
6.2.1	基于 eTOM 的电信服务接触模型	157
6.2.2	基于服务蓝图的电信服务接触模型	158
6.2.3	电信服务接触面与电信服务质量	159
6.3	电信客户价值分析	160
6.3.1	客户价值的构成	160
6.3.2	客户价值要素	161
6.4	电信服务质量要素分析	163
第 7 章	电信服务质量的描述性研究	168
7.1	研究方法	168
7.1.1	数据研究步骤和方法	168
7.1.2	评价结果的度量方法	172
7.1.3	研究基本前提与假设	174
7.2	调研设计	174
7.2.1	问卷设计	174
7.2.2	问卷调研范围和调研对象	175
7.3	问卷回收	176
7.4	数据处理和分析	177
7.4.1	量表测项的纯化	177
7.4.2	探索性因子分析	178
7.4.3	验证性因子分析	181
7.4.4	信度和效度分析	183
7.4.5	二阶因子分析	186
7.5	电信服务质量指标体系和概念模型	188

7.5.1	电信服务质量指标体系	188
7.5.2	电信服务质量概念模型	190
7.6	与 SERVQUAL 模型的对比分析	191
7.6.1	以 SERVQUAL 模型为参照	191
7.6.2	以电信服务质量模型为参照	192
7.7	指标权重的计算	193
第 8 章	电信服务质量评价与控制	195
8.1	总体评价及结果分析	195
8.1.1	评价得分计算	195
8.1.2	评价结果分析	197
8.1.3	分析总结	203
8.2	分类评价及结果分析	204
8.2.1	人口统计特征的方差分析	204
8.2.2	客户评价的多重比较	206
8.2.3	分析总结	210
8.3	电信产业链各环节功能分析	211
8.3.1	内容提供环节	212
8.3.2	应用提供环节	213
8.3.3	网络运营环节	213
8.3.4	业务服务提供环节	214
8.3.5	终端提供环节	214
8.3.6	客户环节	215
8.4	电信服务质量的控制	215
8.4.1	通信质量控制	215
8.4.2	服务质量控制	216
8.4.3	信息内容质量控制	218
第 9 章	提升通信软质量的途径与应用	220
9.1	提升通信软质量的主要途径	220
9.1.1	制定法律法规	220
9.1.2	加强行业自律	221
9.1.3	增强产业合作	221
9.1.4	注重技术创新	222
9.1.5	拓展终端功能	222
9.2	提升通信软质量的技术创新途径分析	222
9.2.1	垃圾短信的监控和拦截技术	222

- 9.2.2 垃圾短信的识别技术 225
 - 9.2.3 恶意电话的拦截和识别技术 226
 - 9.2.4 数据挖掘技术在软质量提升中的运用 226
- 9.3 数据挖掘技术介绍 226
 - 9.3.1 数据挖掘概念的提出和内涵 227
 - 9.3.2 数据挖掘的理论基础 228
 - 9.3.3 数据挖掘在商业中的应用 229
 - 9.3.4 数据挖掘的过程 230
 - 9.3.5 数据挖掘方法 232
- 9.4 软质量提升应用案例一——垃圾短信拦截 235
 - 9.4.1 问题描述 235
 - 9.4.2 点对点垃圾短信监控方案 238
 - 9.4.3 数据挖掘提升模型建立 239
 - 9.4.4 实施及评价 246
- 9.5 软质量提升应用案例二——恶意电话拦截 247
 - 9.5.1 问题描述 247
 - 9.5.2 恶意电话拦截方案设计 248
 - 9.5.3 数据挖掘提升模型建立 250
- 附录 1 客户使用电信业务形成的价值感知分析 260
- 附录 2 服务质量调查问卷 269
- 附录 3 质量要素与问卷对应表 273
- 附录 4 总体评价的差异显著性比较 276
- 参考文献 281

第 1 章

导言

1.1 研究背景

1.1.1 电信业迎来新的发展阶段

人类通信的历史可以追溯到远古时代，文字、信标、烽火、驿站等作为主要的通信方式，曾经延续了几千年。1835 年—1837 年，美国人莫尔斯发明了人工电报。1876 年，美国人贝尔发明了电话。电报与电话的出现，标志着人类进入了“电气通信时代”，一个新的行业——电信行业（以下简称电信业）也由此诞生。电信和邮政都是通信行业的重要组成部分。广义上的通信业是指专门从事通信工作为社会提供信息传递服务的部门；狭义的通信业指的是专门从事通信工作为社会提供信息传递服务并从中获得收益的部门。作为通信业的重要组成部分，电信服务业的本质特征是提供电信服务。并随着电信通信技术的快速发展，电信通信手段已经成为人们日常生活沟通的重要方式，电信业已经成为通信业的主导行业。

在过去的 100 多年中，世界电信业经历了从垄断经营、国内竞争和全球竞争的不断发展阶段。目前，电信业已经深刻地影响到了社会、经济、军事、科技、文化和人民生活的方方面面，有力地推动了世界经济的繁荣。随着通信技术、计算机网络技术的不断发展，以及用户需求不断多元化、个性化的呈现，电信服务产品日益丰富，电信产业链日趋成熟，电信体制改革不断深入。

20 世纪 80 年代以来，全球经济结构进入了新一轮以“信息通信技术（ICT）为核心的新技术广泛采用”为特征的结构转型期。在 ICT 的推动下和市场需求拉动等强大作用下，全球电信业正在向信息服务业转型。进入 21 世纪，尤其是 2004 年以来，无论是中国还是全球，战略转型已经成为电信业普遍性的实践问题。从发展的角度来讲，当世界经济发展到一定阶段，产业结构的调整就成为一种无法回避的历史洪流，并在经济全球化的浪潮推动下，这种全球范围内的产业结构调整已经涉及

电信业，为了更好地适应经济的发展和电信国际化的需要，全球电信业正在发生深刻的变化。我国电信运营商们也意识到了转型的必要性和迫切性，纷纷采取措施。2005 年，中国电信首先提出了向信息服务提供商转型，并大力开展号码百事通等新业务。2006 年，中国移动也提出“做世界一流企业，成为移动信息专家”的新战略定位。2007 年，党的十七大报告已经将信息化与工业化、城镇化、市场化、国际化并列为五化，信息化和工业化融合发展的崭新命题赋予了信息产业发展和信息化建设新的历史使命，由此为我国电信业的发展提供了新的机遇和空间。与此同时，不同技术业务和网络的融合发展，使得电信、计算机和广播电视之间的产业界限越来越模糊，电信与传统媒体等传统产业正在加速融合。

经过近 30 年的高速发展，我国电信业从最原始的摇把子电话、架空明线铜缆，到国际先进水平的程控交换机、大通路宽带光缆、移动通信和卫星通信；从单一的电报、电话语音业务服务，到基本可以做到在任何时间、任何地点，为任何个人提供多样化、个性化的电信服务。今天的中国电信业已经拥有了世界第一的网络规模和现代化的先进通信能力，一跃成为世界电信大国，我国的电信企业也成长为世界数一数二的行业巨头。2008 年，我国电信企业经过新一轮的重组并购，形成了中国移动、中国电信、中国联通三家全业务电信运营商为基础的新的格局。2009 年初，随着三家运营商分别获得了正式的 3G 牌照，我国移动通信业真正跨进了 3G 时代。截至到 2008 年底，我国电话用户总数达到 9.8 亿户，互联网用户达到 3 亿户，数量均居世界第一。

一切表明，在技术和市场两个方面因素的驱动下，传统电信业的商业模式、运营模式、管理模式都将发生历史性重大变化，我国电信业将迎来一个由电信大国向电信强国发展的新的历史阶段。

1.1.2 电信服务质量问题

从当今各发达国家的普遍规律看，市场对信息服务的需求将超过单纯的语音服务，通信行业正在向“信息服务大行业”转变，信息服务的地位和作用也越来越突出，提供信息的内容和提供信息服务的行为对社会产生的影响也非常突出，在这一过程中也出现了越来越多的质量问题。

在我国这一规律也正在演绎。随着电信运营格局的改变，竞争的加剧，以电信增值和移动互联网业务为代表的信息服务业务大量涌现，我国的通信行业也正朝着“信息服务大行业”转变，与此同时，关于信息服务质量的问题也毫不例外地日益显现，并呈现越发严重的趋势。

(1) 垃圾短信。随着电信服务的多元化发展，特别是以“存储转发”为标志的信息类电信增值服务的不断推出，电信服务对客户的影响范围进一步延伸，以“垃圾短信”为标志的质量问题已经严重影响到了广大手机用户的正常使用，并造成了

消费者对服务提供商 (Service Provider, SP) 整体行业的不信任感,“垃圾短信”在中国已经成为人人喊打的公害之一,严重地影响了信息网络的和谐发展,而且这些新业务产生的质量问题(如欺诈信息)甚至已经威胁到了客户的生命和财产安全。

2005 年发布的《零点移动通信服务指数——中国公众移动通信服务传播指数 2005 年度报告》中显示,2005 年公众给中国移动通信行业总体服务水平打了 72.24 分,处于刚刚过关的分数,公众满意度与移动通信行业垃圾问题处理情况仅给了 47.6 分,远低于及格分数。消费者对移动通信服务感受最不好的是“被尊重感不足”,而经常不期而遇的垃圾短信是让消费者感到不受尊重的主要原因。

在 2008~2009 年连续两年的 3.15 晚会上,中央电视台都对垃圾短信事件进行了曝光,直指短信业务开展中存在的问题以及由此给客户带来的伤害。

(2) 垃圾邮件。据《网络问题报告》一书披露,美国一项最新研究显示,企业员工平均每天要用一个多小时收阅电子邮件,而其中有 34% 的邮件是重复信息、各种笑话等无聊内容,不但对员工做好本职工作没有任何帮助,而且占用大量时间,影响工作。

中国互联网反垃圾邮件中心的统计数据显示,2005 年 11 月到 2006 年 2 月,中国互联网用户平均每周收到垃圾邮件数量为 19.33 封,较 2005 年 10 月的每周 17.25 封上升了 2.08 封,平均每个网民每周处理垃圾邮件时间为 13.15 分钟。经过综合计算,垃圾邮件给中国的 GDP 每年造成的损失多达 60.69 亿元。中国互联网协会 2006 年 11 月发布的一项调查显示,约 42.72% 的用户每周收到的垃圾短信数量集中在 5 条以内,34.95% 的用户每周收到 5~10 条垃圾短信,每周收到 10~20 条垃圾短信的用户占 14.19%,6.25% 的用户每周收到多达 40 条以上的垃圾短信。

(3) “响一声就断”骚扰电话。陌生的来电只响一声就断线,回拨过去听到的却是语音信箱播放的广告,更可气的是用户还要为此支付高额的语音费用。对这类“响一声电话”,手机用户都深恶痛绝。

面对信息网络上日益泛滥的信息垃圾,各国政府和电信监管部门都高度关注,有些国家已经通过立法、设立监控、投诉机构和制定相关制度以及采取技术手段来解决。如美国联邦电信委员会曾制定法规,要求短信发送人必须事前取得收信人的同意,才能发出商业或其他宣传短信。英国政府在 2003 年立法规定,将兜售产品的垃圾信息视为一种犯罪行为。德国国会在 2003 年通过了“联邦反垃圾邮件法案”(包括短信),规定向用户推销商品和服务的手机短信均要征得用户的书面同意。在日本有设置“网络警察”、通信企业自身设置“过滤器”的手段。

从我国的实践来看,政府以及工业和信息化部都提出了明确的指示,主要包括各电信业务经营者在业务流程的设计和服务提供过程中,应始终遵循用户至上的原则,把自觉维护消费者利益与企业可持续发展紧密结合起来。同时,政府颁布了一系列的电信服务质量管理条文,开展了一系列的专项活动,以求达到提高电信服务

质量，维护消费者权益。

针对电信服务质量，近年来我国有关部门发布了一系列的管理条文。2004年4月19日，原信息产业部出台了《关于规范短信息服务有关问题的通知》，对短信息服务的提供流程，提出具体要求，进行了严格规范。2004年10月，原信息产业部下发《关于规范电信服务协议有关问题的通知》（信部电[2004]381号），要求电信业务经营者要注意提供电信服务的规范性，增加用户使用电信服务的透明度，保障电信业务经营者和用户双方的合法权益。2004年10月，原信息产业部发布《关于规范电信业务推广和服务宣传工作有关问题的通知》，用来规范电信业务经营者业务推广和服务宣传工作。2005年3月，原信息产业部发布《关于治理当前电信服务热点问题的指导意见》，主要提出对深化“不对等协议”整治工作、巩固“短信陷阱”治理成果和强化电信卡监督管理这三个方面问题的治理整顿指导意见。2005年3月，原信息产业部颁布的《电信服务规范》中设定了有关信息服务的通信质量指标，如“短消息发送时延”、“IP包丢失率”、“预受理时限”、“入网开通时限”等，对信息服务业务提出具体要求，文件从不同的侧重点出发，对信息服务质量中关于服务功能（服务过程）方面的质量制定了明确的测评和监管指标，其具体内容正日渐完善，制度体系也日趋健全。

针对电信服务质量，我国电信部门开展了一系列专项活动。2006年2月21日，原信息产业部正式启动了“阳光绿色网络工程”系列活动，活动包括集中治理垃圾邮件、推广“绿色邮箱”、手机短信息治理等活动，持续一年时间。这次系列活动不仅涉及互联网、固定通信网，还包括移动通信网等多个网络，通过政府监管、企业服务、行业自律、群众参与等多个环节，有效地促进电信业向信息服务行业的健康转型，保护广大青少年身心健康，在全社会的共同参与下，构建一个和谐的网络社会。作为“阳光绿色网络工程”主题系列活动的重要环节之一，2006年4月，正式启动移动不良信息专项治理活动。本次专项治理活动将针对利用移动通信网络传播违法和不良信息问题，集中开展以下6个方面的内容：①以社会主义荣辱观教育为契机，广泛开展主题宣传教育活动；②建立健全专门投诉处理平台与监督报告制度；③建立行业自律机制，倡导经营者提高信息安全责任意识，加强自律行为；④针对社会反映移动不良信息问题较为严重的重点服务项目，组织开展专项治理；⑤组织开展相关社会调查活动，接受社会监督；⑥研究并建立完善移动信息服务管理的长效机制。

为巩固“阳光绿色网络工程”的工作成果，构建和谐的电业，促进社会诚信建设，2006年12月，原信息产业部通信行业行风建设指导小组、中国消费者协会及全国电信用户委员会决定在电信行业联合发起“诚信服务放心消费”行动，倡议各电信业务经营者将2007年定为“诚信服务放心消费”年，采取务实措施，规范经营、诚信服务，自觉维护电信用户合法权益，不断提升电信服务质量水平。

尽管政府与原信息产业部采取了一定措施，颁布了一系列条文，开展了众多专项活动，但是电信服务质量的问题仍没有得到根本的改善，据我国原信息产业部的统计

报告显示,近年来关于电信服务质量的申诉一直居高不下,并呈不断上升的趋势。

1.2 研究的意义、内容与方法

1.2.1 研究意义

在全球经济一体化的推动下,我国电信业向“信息大服务”转变已成为不可逆转的趋势,我国电信业将进入新的历史发展阶段,在这一转型的重要时期重新系统地审视和研究电信服务质量,具有重要的理论和现实意义。

第一,电信服务质量的问题已经成为消费者关注的核心问题,影响用户对电信服务的感知和评价。通过对电信服务质量以及形成过程的研究,可以有效地找出影响电信感知服务质量评价的关键要素,从而找到提高电信服务质量的途径和方法,提高电信用户的满意度,解决现实问题。

第二,影响客户对电信服务质量产生感知不好的原因是多方面的,但如果从感知服务质量的定义来理解,可以归结为客户期望质量的上升和实际服务质量下降两个方面。基于此,电信服务质量的提升也对应有两个着力点:一是科学管理客户期望,二是提高现有的服务质量水平。有效开展这两项工作的前提都是对客户感知服务质量(期望质量、实际质量)能够进行客观、准确的度量和评价。只有建立科学的服务质量评价体系,才能为服务质量管理的提升提供有效依据。

第三,随着电信服务的多元化发展,电信服务质量的内涵不断丰富和发展(如信息内容质量的提出),目前已有的评价体系(如基于 SERVQUAL 模型的电信服务质量评价体系、电信客户满意度指数等)由于指标的完备性缺失、客户感知视角的动态性变化等原因,已经很难真实、客观地对电信服务感知质量进行评价。因此,进行电信服务质量的研究,重新思考电信服务质量的内涵,并以全新视角构建能够衡量电信服务全过程、客户全方位感知的服务质量评价体系是极具理论意义的,同时也为解决电信服务质量的现实问题提供理论依据。

第四,随着电信业的快速发展,将会有更多的问题出现,特别是有关电信服务质量的问题。电信服务质量是与用户切身相关的,如果电信服务质量问题没有得到解决,将会直接影响用户对电信服务的感知,导致用户不满意,制约电信业的持续发展。同时,用户对电信服务质量的要求是随着电信行业的发展而变化的,电信服务质量的内容也可能随之而延伸和扩充。对电信服务质量的研究,特别是建立动态完整的电信服务质量评价体系,将有效地促进电信业的持续发展,解决更多的现实问题。

1.2.2 内容与思路框架

本书将研究的焦点集中于电信服务质量,在前人研究的基础上,结合我国电信行业的具体情况,给出基于客户全面感知的电信服务质量评价体系构建原理和思路,并