

服务企业运作管理理论框架研究

徐宏毅¹, 聂 鹏¹, 赵迎红²

(1. 武汉理工大学 管理学院, 武汉 430070; 2. 武汉理工大学 图书馆, 武汉 430070)

摘 要: 本文通过概括国内外服务运作管理理论研究的现状, 提出了服务运作管理研究的理论框架, 并展望了未来的研究方向。

关键词: 服务运作管理; 服务业; 理论框架

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1002-980X(2009)02-0029-08

21 世纪, 市场竞争的重心已转移, 产品为王的时代已转为服务为王的时代, 服务业已非人们眼中的低端低档产业, 而是具有高附加值、高成长性的明星产业。在发达国家服务业占国民生产总值的比重超过 60%, 部分国家更是接近 80%, 服务业已成为全球经济增长的亮点。美国服务业的今天就是中国服务业的明天, 正如英国经济学家约翰·杜宁的预言:“世界经济将由服务经济主导。”

富克斯(V. Fuchs)于 1968 年在其经典成名作《服务经济学》一书中“宣布”美国在西方发达国家中率先进入“服务经济”, 其标准就是服务业的就业比重超过 50%, 即进入了“服务化”社会。2005 年, 中国服务业的就业比重为 31.4%, 同期美国则为 73%, 约为中国的 2.7 倍。丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)在于 1974 年出版的《后工业社会的来临》一书中提出了经济发展的三阶段论, 即前工业化社会、工业化社会和后工业化社会。后工业化社会的基础是服务, 因而后工业化社会是“人与人之间斗争”的社会。他认为:“后工业化社会是以服务和舒适——健康、教育、休闲和艺术——来定义社会质量。”1993 年德鲁克(Peter F. Drucker)在其著作《巨变时代的管理》中预言:“中国大陆可能是第一个通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。”

2006 年, 中国服务业增加值占国内生产总值的比重比世界平均水平低 28 个百分点, 就业比重比世界平均水平低 16 个百分点。为此, 2007 年 2 月 7 日国务院讨论并原则通过《国务院关于加快发展服务业

的若干意见》(以下简称为《意见》)。《意见》提到:服务业是国民经济的重要组成部分, 服务业的发展水平是一个国家现代化程度的重要标志。加快发展服务业, 提高服务业在三次产业中的比重, 尽快使服务业成为国民经济的主导产业, 是推进经济结构调整、加快转变经济增长方式的必由之路, 对于解决民生问题、增加就业、促进消费、减少能耗和污染具有重要意义。

我们与西方发达国家同处于一个“服务”无所不在的、网络化的“地球村”, 即经济全球化呈现服务化。2006 年世界服务出口总额达 2.74 万亿美元, 进口总额达 2.62 万亿美元, 服务业跨国投资流量比重超过了 64%, 服务全球化已成为全球化的主导力量和重要内容^[1]。全球化参与不足是我国服务业发展滞后的一个重要原因, 进一步分析其原因可知, 我国服务业企业的运作管理水平还相当低, 这严重制约着我国服务业快速发展和融入服务全球化。这种状况很不适应社会主义市场经济发展的要求。

从效率的角度分析, 当前我国服务业企业的生产率比制造业低得多, 而运作管理是提高生产率的关键, 因此开展服务运作管理(service operation management, 以下简称为 SOM)研究不仅十分迫切, 而且非常必要, 这对提高我国服务业企业的运作管理水平、进而提高服务业企业的生产率、最终促进我国服务业的经济增长、全面参与服务全球化竞争具有深远的现实意义。

1 国内外研究现状

1.1 国外服务运作管理研究的发展

服务运作管理的理论思考经历了一个演化过

收稿日期: 2008-12-19

基金项目: 国家自然科学基金项目(70471020; 70772075)

作者简介: 徐宏毅(1964—), 男, 浙江宁波人, 武汉理工大学管理学院教授, 管理科学与工程博士, 研究方向: 服务管理; 聂鹏, 武汉理工大学管理学院研究生; 赵迎红(1965—), 女, 浙江诸暨人, 武汉理工大学图书馆副研究馆员, 主要研究方向: 图书情报、产业经济学。

为叙述方便, 本文将“服务企业运作管理”与“SOM”视为同一概念, 因为大多讨论 SOM 的论文的研究对象均为服务业企业。

程:从服务与物品之间差异度的争论,到制造业运作管理中是否要区分出服务企业的运作管理,到如今对一些课题的深入细致的研究——这些课题涉及服务设计、服务传递、服务质量、服务接触、顾客保留及内部营销等。西方国家的学者们经过了几十年的持续研究,产生了许多关于服务运作管理理论与实践的重大成果,一批学者也因此而知名。回顾服务运作管理的研究发展进程,其大致可分为 4 个时期。

1) 第一阶段:服务运作管理研究的起步时期。

1980 年以前是服务运作管理研究的起步阶段,而服务运作管理研究的出现可以追溯到 20 世纪五六十年代。1980 年以前,商业学者主要关心实物商品的生产、营销和管理。1955 年英国服务业增加值占国内生产总值的比重开始超过 50%,超过了以产品为基础的行业的该比重。直到 20 年后,在工业化国家中,2/3 的人从事服务业工作,GDP 的 70%来自服务业,这一深刻变化使得对服务运作管理研究的需求快速增长,并引起了一些从事生产运作管理(production and operation management, POM)研究的学者的关注,他们认为 SOM 的研究前景将十分诱人。较早讨论服务运作管理的两名学者是 Robert Johnson^[2]和 Buffa^[3],他们在其具有相同书名的《运作管理》(Operations Management)一书中讨论了服务运作的概念及技术。

服务运作管理研究的一个重大突破是 1976 年发表在《哈佛商业评论》的 Earl Sasser 的论文《服务行业供给与需求的匹配》(Match Supply and Demand in Service Industries)^[4];两年后,他出版了教科书《Management of Service Operations》。Levitt 是市场营销研究领域里程碑式的偶像人物,他的文章《营销短视症》(Marketing Myopia)成为《哈佛商业评论》历史上引用最多的文章之一,他发表于《哈佛商业评论》的 26 篇文章中有 4 篇获得了“麦肯锡奖”,而其 70 年代的两篇作品《Productionline Approach to Service》^[5]和《The Industrialization of Service》^[6]成为 SOM 研究的经典文章,他也因此获得了麦金锡奖。Levitt 提出的主要理论是,将制造业企业的方法用于服务业企业的管理,使服务业的运作活动“工业化”。但是,实际上,该理论只是对于一些技术密集型、标准化的服务类型企业有重要意义。

Christopher Lovelock 是美国服务营销领域著名的学者与实践者,其论文和案例多次获奖,包括世界最顶尖的营销专业学术杂志《市场营销月刊》一年一度的 Alpha Kappa Psi 奖,以及 1993 年、1994 年、1995 年和 2000 年 4 次获得的《商业周刊》ECCH

欧洲案例年度奖;其专著《服务营销》^[7]被译为十多国文字,影响十分广泛,该书论述涵盖了服务营销学科发展至今所有重要人物的思想和观点,主要内容涉及服务设计、服务传递、顾客接触、顾客满意以及关系营销、内部营销、后勤支持等领域,与主流营销学及网络营销所关注的焦点自然融合并相互补充和促进,为 SOM 的发展奠定了基础。

2) 第二阶段:服务运作管理研究的探索时期。

20 世纪 80 年代,服务运作管理研究进入探索时期。关于服务运作的研究开始摆脱制造业管理理论的框架,拓展到其他学科,营销、人力资源管理、运作管理三个领域实现了交叉融合,如 Nomann^[8]从组织理论角度提出了将营销和作业结合在一起的“服务管理系统”,而 Parasuraman 等撰写的《服务质量的概念模型及其对今后研究的影响》成为具有里程碑意义的一篇论文^[9]——该文认为服务质量涉及营销与运作两个领域,这是服务管理跨学科发展迈出的重要一步,也使 Parasuraman 成为这一时期服务运作管理研究的代表性人物。

以 Schmenner、Lovelock 和 Grönroos 等为代表的学者从服务的特征着手,开展了以服务质量、顾客定制、服务接触、服务设计及服务提交等为主题的研究。著名的芬兰学者 Grönroos 根据认知心理学的基本理论,提出了顾客感知服务质量,强调管理者应该从顾客的角度来理解服务质量的构成,并创建了差异分析法,从而为服务质量评价方法的产生奠定了基本的理论框架^[10]。1985 年 Parasuraman、Leonard Berry 和 Valarie Zeitham 三人合作完成了美国营销科学院资助的服务质量研究项目,并提出了差异模型,发展和完善了 Grönroos 的顾客感知服务质量模型,认为服务质量就是顾客期望和顾客体验的差距。Cronin 和 Taylor^[11]开发的只测量服务绩效(顾客感知)的 SERVPERF 量表比 SERVQUAL 量表在测量服务质量方面具有更好的效果。EP 感知质量模型(evaluated performance perceive quality model)和 NQ 质量(normed quality gap)模型是对 SERVQUAL 模型进行的修正。

20 世纪 80 年代末期,SOM 作为研究各种服务业企业运作管理的一个专门分支开始被承认。如:1987 年美国的决策科学学会将 SOM 正式列为一个学术分支;这一时间涌现了许多关于服务管理研究的专门期刊,如《服务行业月刊》(The Service Industries Journal)(1980)、《专业服务营销月刊》(Journal of Professional Services Marketing)(1985)、《服务营销月刊》(Journal of Service Marketing)(1987)、《服务业企业管理国际月刊》(Inter-

national Journal of Service Industry Management) (1989) 等陆续创刊;1990 年,世界上第一次关于 SOM 的国际学术会议在巴黎召开^[12]。

3) 第三阶段:服务运作管理的发展时期。

进入 20 世纪 90 年代,服务运作管理进入发展时期。信息和通讯技术的进步使得 Internet 商业模式、服务全球化出现,并使得顾客需求复杂化,这些变化进而使得服务产品和过程发生了深刻的变化,极大地加速了服务运作管理领域的发展步伐。

对于服务企业运作管理发展的第三阶段, Brown^[13]称之为“直立行走”阶段。在此阶段,服务研究的跨学科性是其特点,服务研究是多种学科的聚合。来自 Aix-Marseilles 大学的 Langeard 和 Pierre Eiglier 主持召开了三个跨学科会议,而瑞典与美国则轮流举行质量服务会议。这一阶段的研究主要是以行业为基础的案例研究、实证研究以及定量研究方法^[14-17]。同时,概念框架和思路不断涌现,形成新颖的经验工作。这一时期所取得的成果可以说是具有里程碑意义的。Chase^[18]将此阶段称为“理论测试/实证时代”。这一时期涉及的研究主题十分广泛,如客户关系^[19]、失效预防服务^[20]、内部服务^[21]、管理顾客^[22]、服务 JIT^[23]、性能测试^[16]、过程控制^[24]、质量测量^[25]、顾客满意度^[26]、服务能力^[27]、服务设计^[28]、服务接触^[14]、服务环境^[29]、服务保证^[30-31]、服务运作策略^[32]、服务流程^[33]、服务质量^[17,34]、服务补救^[35]、服务的全面质量管理^[36]、收益管理^[37]、服务缺陷管理^[38]等。Reichheld 在《哈佛商业评论》上发表过 12 篇有关顾客保留方面的论文,其中部分涉及服务业。

此外,服务管理和运作也许可以向面向生产运营管理领域的核心做出一些新的贡献,如发挥服务在产品结构设计中的作用、发展以服务为主的策略,这些都会对制造业产生重大影响,所谓的服务/制造混合系统、服务型制造企业等也应运而生^[39-40]。

4) 第四阶段:服务运作管理的新纪元。

进入 21 世纪,服务企业运作管理研究开始进入新纪元^[41]。

Boyer^[42]、Heim^[43]等认为,E-service 已成为 SOM 研究的重要领域,许多传统的服务管理的理念和方法已不适合以电子网络为基础的市场,以顾客导向(Business-to-Customer, B2C)的 E-service 研究主要集中于在线体验^[44]、服务质量^[45]、顾客选择^[46]、顾客效率^[47]等方面。

Robert Johnston^[12]归纳了服务业运作管理理论 20 多年来的发展,认为服务业运作管理的研究内容涉及顾客关系、网络服务、服务中的 JIT(just-in-

time)、质量测度、服务能力和容量、服务生产率、服务中的 TQM(total quality management)、服务技术等,并将这些研究以时间为序划分为 4 个阶段,即服务业的觉醒(1970—1980 年)、从制造业中分离(1980—1985 年)、服务管理时代(1985—1995 年)、回归(1995—1999 年),并提出服务企业运作管理的 9 个问题,包括服务设计与技术、服务运作的改进、服务质量的管理等。

Mei Xue^[47]探讨了服务产品和服务传递中顾客的角色在电子商务中的作用,提出了顾客效率的概念,并运用 DEA 方法研究了顾客性别、年龄、收入水平、教育水平、地区、种族等因素对电子商务(E-Business)的影响。

2003 年,Aleda V. Roth^[41]对服务业运作管理研究前沿进行了综述,认为世界顶级杂志 POM(*Production and Operations Management*)所刊载的关于 SOM 研究的文章很少,并提出了未来 SOM 研究的 5 个方向:进一步扩大服务运作的战略范畴;对运作资源重新定义;重点研究顾客“体验”;扩大服务运作的范围;推行服务技术和电子服务(E-service)。

近年哈佛商学院副教授 Frances Frei 在服务运作方面的研究受到 SOM 领域学者的关注,其 2006 年发表于《哈佛商业评论》的一篇文章^[48]指出:服务性企业的管理者常常认为自己面临一个艰难抉择——要么以高成本适应顾客的不同渴望和行为,要么拒绝适应顾客变数,冒着顾客流失的风险。但事实上,还存在着其他的选择:以低成本高度适应顾客变数,或在不损害服务体验质量的情况下减少变数,即服务管理中存在五大变数,包括顾客到达变数(arrival variability)、顾客要求变数(request variability)、顾客投入变数(effort variability)、主观偏好变数(subjective preference variability)。

信息技术(IT),即电子技术在信息储存、信息访问、信息处理和信息交流中的应用。关于 IT 在服务中的应用还有很多的研究空间。首先,由于 SOM 策略与较多的技术中介服务有关,因此它们需要被检验。IT 在服务提交过程中的作用是多种多样的^[49]。目前很多企业采用自助服务技术,虽然现在有很多关于成功应用这类技术的事例研究,但与之有关的 SOM 理论仍然需要被验证。Froehle 和 Roth^[50]对将顾客接触应用到技术中介服务中的研究做了进一步的延伸,并提议需要在服务设计中把面对面接触和虚拟的电脑对人的接触做一个区分。其次,服务管理者们对个性化服务的提供越来越有兴趣。现在,设计的问题和需求在“高接触”和“高技术”一体化的服务提交系统中已被充分检验^[51]。再

次,一个近期的服务管理公理表明,网上生意使得企业成为一个服务提供者。E-service 正成为 SOM 研究越来越重要的一个部分^[43,52-53],并且很多传统的服务管理观念和其经济性在电子市场中已不能被证明是正确的。E-service 的研究主要集中于网上体验^[44]、服务质量和顾客选择^[46]这几个方面。这些研究已专业化,研究从顾客效率到新服务过程的组合,无论是知识观、E-service 还是与 E-service 策略有关的运作规律等,都还没有被严格检验过。

Lovelock^[7]认为,新技术特别是信息技术正在剧烈地改变着许多服务性组织同顾客交易的方式,以信息为基础的服务公司,如金融服务企业,其业务的本质和范围由于全国性甚至全球性的 Internet 技术服务而被完全改变。信息技术不断推动服务创新、改变服务业流程(服务提交),通过自助服务,顾客可更多地参与到企业的业务活动中来,从而使服务企业的生产率得以提高。

总而言之,西方发达国家的管理学界已开始将 SOM 作为一个新的学科分支进行研究,但研究工作还有些零散,体系也很不完善,SOM 研究仍得不到足够的重视,甚至有学者^[54]认为没有必要采用不同的方法和技术来研究 SOM,因此 SOM 研究还有很长的路要走。

1.2 国内服务运作管理研究的概况

在中国,由于服务业发展较为落后,关于 SOM 的研究仍处于起步阶段。20 世纪 90 年代末期开始我国引进翻译了一批专著,如 Roger Schmenner 的《服务运作管理》、Fitzsimmons《服务管理——运作、战备与信息技术》、Lovelock 的《服务营销》等。陈荣秋和马士华在其《生产与运作管理》中简单讨论了 SOM,并提出,由于 SOM 与制造业的 OM 不同,因此需要专门对 SOM 进行研究,一些国内学者也根据教学需要编写了有关服务运作管理的教材。

随着研究的深入,近几年一些国内学者开始尝试开展 SOM 的细分研究,如陈玲^[55]认为服务企业应结合具体情况在服务传递系统中设计适宜让顾客参与的时间段和参与程度,鼓励或授权顾客参与,从而提高顾客的满意度——她强调的是顾客参与的体验性。国内关于服务质量方面的研究相对较多,但大多研究是结合行业(如医疗、通信、航空等)来开展的,并且引入了国外流行的研究方法,如 SERVQUAL、差距分析方法和质量机能展开(quality function deployment, QFD)等。如:以汪纯孝为代表的一批学者探讨了服务质量与顾客满意度的关系;在服务产品设计方面,马钦海等^[56]提出了服务

产品的结构化规范概念;李江帆在其代表作《第三产业经济学》的基础上,在发表于 2005 年的论文中进一步表述了其对服务产品概念的理解;刘丽文^[57]在服务运作管理及供应链管理上进行了较深入的研究,提出了服务运作管理研究的框架。

国内关于服务提交、服务补救以及服务外包设计等方面的理论与实证研究相对较少,一些学者将制造业中的方法应用到服务业中。如:孟宪华^[58]借用制造业中的系统布置和质量机能展开技术,提出了适用于服务作业系统的技术路线和方法体系;邹慧萍^[59]借鉴国外灵活、精简、柔性生产系统的思想,提出对旅游服务作业流程进行再造,建立起一种灵活、快速反应的生产服务系统;刘丽文^[60]根据服务本身的特点,提出了新的服务设计概念,即把完整服务产品和服务提供系统作为一个有机整体来考虑,并分析比较了现有的几种服务设计方法,在此基础上提出了一种新的服务设计方法;韦福祥^[61]、汪纯孝^[62]等学者对服务补救管理进行了研究;还有学者对国内外服务管理研究进行了综述^[63]。

截至 2007 年,国家自然科学基金委员会已批准了若干与服务运作管理相关的课题,主要涉及服务接触(唐晓芬)、服务补救(范秀成)、顾客保留(徐宏毅)等。如:唐晓芬(2006—2008 年)以服务接触过程为主要研究对象,对服务接触及服务系统保证顾客满意的能力进行了研究,探讨了服务接触对顾客服务感知的影响,明确了服务接触对服务质量的作用机制,建立了服务接触指数等;范秀成(2006—2008 年)研究了在关系营销范式下服务补救的有效性,该有效性体现为服务补救后顾客满意度和忠诚度是否得到改善;徐宏毅(2008—2010 年)研究了如何在服务运作管理中吸收大规模定制的思想以及如何运用顾客保留理论来提高现代服务业的运作效率。

然而,以服务运作或 SOM 为主题开展的专题系统研究还较少,针对具体的服务业企业运作问题尚没有展开系统研究,自然也谈不上理论框架和方法体系的建立。也正因如此,国家自然科学基金委员会才将这一课题列为 2008 年管理科学重点项目。

2 服务运作管理研究的理论框架

国内外对服务企业运作管理问题进行了大量研究,且取得了很多成果,同时也提出了很多新概念、新理论和新方法,开阔了人们的眼界,并已在一些管理先进的服务企业中得到应用。但同时,我们也应该看到研究所存在的一些不足,如,服务业的“四性”、复

即无移性、差异性、同步性和不可存储性。

杂性、难以标准化等特性以及信息技术的发展,使得许多新的服务行业(如互联网业务)产生,并改变了许多传统行业(如网上银行、网上购物),同时催生了新的服务业态(第三方服务),这使 20 多年来的服务

企业运作管理理论研究面临新的挑战。目前针对信息技术(IT)对服务企业运作管理影响的系统研究还较少,为此,笔者提出如下服务运作管理理论研究框架,见图 1。

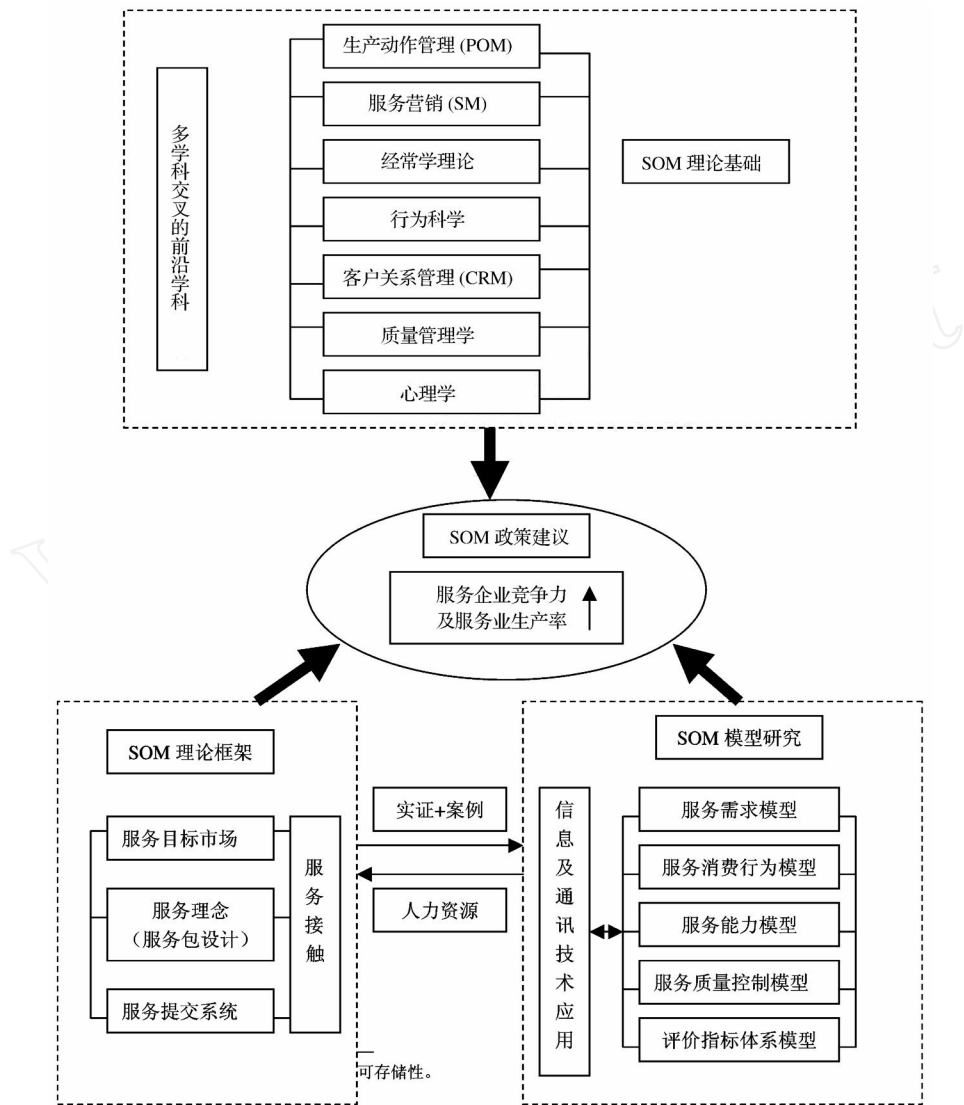


图 1 服务运作管理理论研究框架图

2.1 服务产品的消费需求研究

根据服务运作对象的属性来细分顾客市场,如服务客户的年龄、收入(大众型、中产型、高消费型)、教育(低、中、高)、顾客的接触度(低、中、高)、顾客定制(大规模定制)以及从顾客心理学角度考虑顾客的消费行为、想法及情感等因素。具体有以下几方面:

- 1) 服务企业需求模型理论研究(针对服务的“四性”),包括服务需求影响因素的研究;
- 2) 服务运作管理与制造业生产管理需求的比较研究;
- 3) 服务产品消费需求特征的理论研究;
- 4) 服务消费行为特征的理论研究,体验服务与服务需求的关系研究;
- 5) 服务能力与服务需求关系模型研究。

2.2 服务包的设计研究

- 1) 服务理念产生模式的研究(包括服务元素:有形与无形);
- 2) 服务新产品开发与服务需求关联性研究;
- 3) 服务新产品开发模型与形成机理研究(包括设计与开发),探讨服务新产品出现的规律;
- 4) 服务新产品的评价系统研究(包括指标体系研究);
- 5) 开发新服务战略研究。

2.3 服务提交系统研究

服务提交系统是 SOM 中进行战略选择、服务利润创造及服务竞争力体现的关键,主要的研究内容有:

- 1) 服务企业服务提交系统设计及执行的调查研究;
- 2) 顾客参与服务提交系统设计的研究,包括建立顾客参与服务的一般商业成功模式和研究顾客参与

程度与服务效率间的关系;3) 服务质量控制模型研究,包括服务质量测度模型研究和服务质量模糊评价模型研究;4) 服务提交系统从设计到实现的过程的研究,包括资源整合、科技应用以及提交标准建立等;5) 服务提交系统的执行、更新及评价的研究,更新研究主要涉及服务失败与服务补救体系的建立,评价研究包括评价指标体系的建立和服务提交系统的效率测度模型研究;6) 基于时间和人力资源的企业竞争力与服务提交系统的关系的研究。

2.4 信息技术对服务企业运作管理的影响研究

1) 运用 IT 的服务企业与传统服务企业的运作管理模式的比较研究;2) IT 对服务传递过程及服务设计影响的研究(自助服务技术);3) IT 对服务质量控制模式影响的研究;4) IT 对服务满意度影响的定量定性研究;5) IT 对服务企业运作管理效率影响的定性、定量研究;6) IT 对服务运作成本影响的研究;7) IT 催生新的服务业态的模式的研究。

在上述研究成果的基础上,应进一步探讨如何解决服务运作管理中的问题,为企业提出解决方案或途径,并为政府制定服务企业相关的激励政策、从而有效提高我国服务企业的运作管理水平和增强服务企业的国际竞争力提供理论依据。

3 结束语

由于服务业具有“四性”——无形性(服务不能以感知实体商品的方式被看到、被感觉到、被品尝到或触摸到,这是产生其他三种特性的基本原因)、同步性(生产过程需要消费者参与,服务供给和消费同时同地发展)、差异性(服务供给和需求的个体差异很大)和不可储存性(服务是一个过程,“随生随灭”,生产和消费不能错期),因此服务业企业所产出的物质形态产品与制造业企业有很大不同,所以制造业与服务业在运作管理上存在 3 个不同点:

第一,服务业企业的产出是无形的、不可触的,因而是不可储存和运输的——这决定了服务业企业的产品设计、产出评价和质量控制等方面的方法与制造业企业完全不同,也决定了服务业不能用制造业的库存管理作为过程控制的主要手段之一。第二,服务提交过程中有顾客的参与,生产与销售(甚至与消费)是同时进行的,这决定了制造业企业的生产与营销的职能划分和管理不能照搬到服务业企业中,而制造业企业以产品为中心的管理方法也难以应用到服务业企业的以人为中心的运作过程中。所以,在服务业企业的管理中,“运作”、“营销”和“人力资源管理”三者是密不可分的,其含义与制造业完全不同,必须用一种新的、集成的思路和观念来看待和

研究。第三,服务需求包括时间相关需求、地点相关需求,而服务设施能力管理具有很强的时间性,这决定了服务业企业在设施能力、人员能力规划上的独特性和设施地点分布的独特性,也决定了服务业企业在某种程度上难以利用制造业企业中的规模生产效益,必须寻求另外的方法降低成本、提高效率。因此,现有的以制造业企业管理为主的生产管理、营销管理等方面的理论和方法对很多服务业企业的运作管理并不完全适用,必须用新的思路、新的方法来研究、创立新的服务运作管理理论。

虽然笔者的研究具有一定的探索性,但还仅停留在一些概念和框架上,尚需开展大量的实证研究。希望本研究的思路表述能起到抛砖引玉的作用。

参考文献

- [1] 江小娟. 服务全球化的发展趋势和理论分析[J]. 经济研究, 2008(2): 4-18.
- [2] JOHNSTON R. Operations Management [M]. Boston, MA: Houghton Mifflin, 1972.
- [3] BUFFA E S. Operations Management: The Management of Production System [M]. New York, NY: Wiley, 1976.
- [4] SASSER W E. Match supply and demand in service industries [J]. Harvard Business Review, 1976, 54(6): 133-140.
- [5] LEVITT T. Production-line approach to service [J]. Harvard Business Review, 1972(9/10): 41-52.
- [6] LEVITT T. The industrialization of service [J]. Harvard Business Review, September - October 1976(9/10): 63-74.
- [7] 克里斯托弗·H·洛夫洛克. 服务营销 [M]. 陆雄文, 庄莉, 等, 译. 3 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2001.
- [8] NOMANN R. Service Management [M]. Chichester: Wiley, 1984.
- [9] PARASURAMAN A, ZEITHAML VA, BERRY L L. A conceptual model of service quality and implications for future research [J]. Journal of Marketing, 1985, 49: 41-50.
- [10] GRÖNROOS C. A service quality model and its marketing implications [J]. European Journal of Marketing, 1984, 18(4): 36-44.
- [11] CRONIN J J Jr, TA YLOR S A. Measuring service quality: a reexamination and extension [J]. Journal of Marketing, 1992, 56(6): 59.
- [12] JOHNSTON R. Service operations management: return to roots [J]. International Journal of Operations & Production Management, 1999, 19(2): 104-124.
- [13] BROWN S W, FISK R P, BITNER M J. The development and emergence of services marketing thought [J]. International Journal of Service Industry Management, 1994, 5(1): 21-48.
- [14] BITNER M J, BOOMS B H, TETREAULT M S. The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents [J]. Journal of Marketing, 1990, 54(1): 71-84.
- [15] COLLIER D A. A service quality process map for credit card processing [J]. Decision Sciences, 1991, 22: 406-420.
- [16] FITZGERALD L, JOHNSTON R, BRIGNALL T J, et

- al. Performance Measurement in Service Businesses[M]. London: CIMA, 1991.
- [17] RUST R T, OLIVER R L. Service Quality: New Directions in Theory and Practice[M]. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994: 241-268.
- [18] CHASE R B. The mall is my factory: reflections of a service junkie[J]. Production and Operations Management, 1996, 5(4): 298-308.
- [19] STORBACKA K, STRANDVIK T, GRÖNROOS C. Managing customer relationships for profit: the dynamics of relationship quality[J]. International Journal of Service Industry Management, 1994, 5(5): 21-38.
- [20] CHASE R B, STEWART D M. Make your service fail-safe[J]. Sloan Management Review, 1994: 35-44.
- [21] GREMLER D D, BITNER M J, EVANS K R. The internal service encounter[J]. International Journal of Service Industry Management, 1994, 5(2): 34-56.
- [22] JOHNSTON R. The customer as employee[J]. International Journal of Operations & Production Management, 1989, 9(5): 15-23.
- [23] DUCLOS L K, SIHA S M, LUMMUS R R. JIT in services: a review of current practices and future directions for research[J]. International Journal of Service Industry Management, 1995, 6(5): 36-52.
- [24] HAYNES R M, DUVAL P K. Service quality management: a process control approach[J]. International Journal of Service Industry Management, 1992, 3(1): 14-24.
- [25] BABAKUS E, BOLLER G W. An empirical assessment of the SERVQUAL scale[J]. Journal of Business Research, 1992, 26(6): 253-268.
- [26] JOHNSTON R. The determinants of service quality: satisfiers and dissatisfiers[J]. International Journal of Service Industry Management, 1995, 6(5): 53-71.
- [27] LOVELOCK C H. Strategies for managing capacity-constrained services [M]// LOVELOCK C H. Managing services 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall International, 1992.
- [28] FITZSIMMONS J A, MAURER G B. A walk-through audit to improve restaurant performance[J]. The Cornell HRA Quarterly, 1991, 31(4): 95-99.
- [29] BITNER M J. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees[J]. Journal of Marketing, 1992, 56(2): 57-71.
- [30] HART C W L. The power of unconditional service guarantees[J]. Harvard Business Review, 1988(7/8): 54-62.
- [31] HART C W L. The power of internal guarantees[J]. Harvard Business Review, 1995(1/2): 64-73.
- [32] ARMISTEAD C G. Service operations strategy: framework for matching the service operations task and the service delivery system[J]. International Journal of Service Industry Management, 1990, 1(2): 6-17.
- [33] JOHNSTON R. The zone of tolerance: exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service[J]. International Journal of Service Industry Management, 1995, 6(2): 46-61.
- [34] ZEITHAML V A, PARASURAMAN A, BERRY L L. Delivering Quality Service [M]. New York, NY: Free Press, 1990.
- [35] ARMISTEAD C G, CLARK G. Service quality and service recovery: the role of capacity management [M]// ARMISTEAD C G. The future of services management. London: Kogan Page, 1994.
- [36] DESLER G, FARROW D L. Implementing a successful quality improvement programme in a service company: winning the Deming Prize[J]. International Journal of Service Industry Management, 1990, 1(2): 45-54.
- [37] KIMES S E. Yield management: a tool for capacity-constrained service firms[J]. Journal of Operations Management, 1989, 8(4): 348-363.
- [38] REICHHELD F F. Learning from customer defections[J]. Harvard Business Review, 1996(3/4): 56-69.
- [39] FRY T D, STEELE D C, SADDIN B A. A service-oriented manufacturing strategy[J]. International Journal of Operations & Production Management, 1994, 14(10): 17-29.
- [40] QUINN J B, DORLEY T L, PAQUETTE P C. Beyond products: services-based strategy[J]. Harvard Business Review, 1990(3/4): 58-67.
- [41] ROTH A V, MENOR L J. Insights into service operations management: a research agenda[J]. Production and Operations Management, 2003, 12(2): 145-164.
- [42] BOYER K K. E-service: operating strategy-a case study and a method for analyzing operational benefits[J]. Journal of Operations Management, 2002, 20(2): 175-188.
- [43] HEIM G R, SINHA K K. Service process configurations in electronic retailing: a taxonomic analysis of electronic food retailers[J]. Production and Operations Management, 2002, 11(1): 54-74.
- [44] NOVACK T P, HOFFMAN D L, YUNG Y F. Measuring the customer experience in online environments: a structural modeling approach [J]. Marketing Science, 2000, 19(1): 22-42.
- [45] ZEITHAML V A, PARASURAMAN A, MALHOTRA A. A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice: Marketing Science Institute Report, # 00-115 [R]. 2000.
- [46] IQBAL Z, VERMA R, BARAN R. Understanding consumer choices and preferences in transaction-based e-services[J]. Journal of Service Research, 2003, 6(1): 51-65.
- [47] XUE Mei, HARKER P T. Customer efficiency: concept and its impact on e-business management[J]. Journal of Service Research, 2002, 4(4): 253-267.
- [48] FREI F. Breaking the trade-off between efficiency and service[J]. Harvard Business Review, 2006(9/10): 93-101.
- [49] DABHOLKAR P A. Technology in service delivery: implications for self-service and service support [M]// SWARTZ T A, IACOBucci D. Handbook of Services Marketing and Management. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2000.
- [50] FROEHLE C M, ROTH A V. New measurement scales

- for evaluating perceptions of the technology-mediated customer service experience[Z]. University of Cincinnati Working Paper, 2003.
- [51] HUETE L, ROTH A V. The industrialization and span of retail banks' delivery systems[J]. International Journal of Operations and Production Management, 1988, 8(3): 46-66.
- [52] OLIVEIRA P, ROTH A V, GILLAND W. Achieving competitive capabilities in E-services[J]. Technological Forecasting and Social Change, 2002, 69(7): 721-731.
- [53] HILL A V, COLLIER D A, FROEHLE C A, et al. Research opportunities in service process design[J]. Journal of Operations Management, 2002, 20: 189-202.
- [54] NIE W, KELLOGG D L. How professors of operations management view service operations? [J]. Production and Operations Management, 1999, 8(3): 339-355.
- [55] 陈玲. 企业服务传递系统中顾客参与程度的设计[J]. 商业经济文荟, 2005(1): 60-62.
- [56] 马钦海. 基于全顾客经历的服务产品结构化概念[J]. 管理评论, 2004(1): 45-49.
- [57] 刘丽文. 服务运作管理的理论框架[J]. 清华大学学报: 哲学社会科学版, 1998(2): 58-62.
- [58] 孟宪华. 服务作业系统设计技术路线及方法体系的研究[J]. 工业工程, 2002(5): 50-52.
- [59] 邹慧萍, 汪应洛. 对旅游市场需求的灵活快速反应与管理创新[J]. 系统工程理论与实践, 1996(10): 56-63.
- [60] 刘丽文. 完整服务产品和服务提供系统的设计[J]. 清华大学学报: 哲学社会科学版, 2002(2): 39-45.
- [61] 韦福祥. 对服务补救若干问题的探讨[J]. 天津学院学报, 2002(1): 24-26.
- [62] 汪纯孝, 温碧燕. 实施补救性服务: 赢得忠诚的顾客[J]. 上海质量, 2000(5): 30-32.
- [63] 刘月, 罗利. 服务管理理论研究进展[J]. 管理评论, 2004(4): 33-44.

Research on Theory Framework of Service Operation Management

Xu Hongyi¹, Nie Peng¹, Zhao Yinghong²

(1. Management School, Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China;

2. The Library of Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China)

Abstract: This paper summarizes the status of theoretical research on service operation management (SOP) at home and abroad, and puts forward a research framework on SOP, and points out the research direction on SOM in the future.

Key words: service operation management; service industry; theoretical framework

(上接第 28 页)

- [3] SUNDBO J, GALLOUJ F. Innovation in services[R]. SI4S Project synthesis Work package, 1998(3/4): 19.
- [4] 姜彦君. 中外行政性垄断与反垄断立法比较研究[J]. 政法论坛, 2002(3): 31-36.
- [5] 保罗·萨缪尔森, 威廉·诺德豪斯. 经济学[M]. 萧琛, 等, 译. 17 版. 北京: 人民邮电出版社, 2005.
- [6] 胡鞍钢. 在社会主义市场经济体制下反行政垄断也是反腐败[N]. 经济参考报, 2001-07-11.
- [7] BILDERBEEK R, DEN HERTOOG P. The interactiveness and innovative role of technology-base knowledge-intensive business services (T-KIBS): TSERSI4S-project, TNO-SI4S report No. 3, Apeldoorn, 1997[Z]. [S I]: [s n.], 1997.
- [8] MILES I, KASTRINOS N, BILDERBEEK R, et al. Knowledge-intensive business services: their role as users, carriers and sources of innovation: Report to the EC DG XIII Sprint EIMS Programme, Luxemburg[R]. Manchester, 1995.
- [9] 陈凯. 中国服务业发展的体制问题及对策[J]. 经济学家, 2008(1): 126-128.
- [10] PREISSEL B. Barriers to innovation in services: SI4S Topical Paper 02, 1998[Z]. [S I]: [s n.], 1998.
- [11] ANTONELLI C. New information technology and the knowledge-based economy: the European evidence: SI4S Topical Paper 08, 1998[Z]. [S I]: [s n.], 1998.
- [12] HOWELLS J. Intellectual property rights, the firm and service innovations: shaping systems of innovation: Paper presented at the Seventh International Forum for Technology Management, Kyoto, Japan, 3-7 November 1997[Z]. [S I]: [s n.], 1997.
- [13] GALLOUJ F, WEINSTEIN O. Innovation in services[J]. Research Policy, 1997(26): 537-556.

Barriers to Service Innovation in China

Yang Guang

(School of Management, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, China)

Abstract: This paper studies barriers to service innovation in China which includes high proportion of state-owned enterprises in service sectors, administrative monopoly, lack of cooperation between enterprises, uncertainty of innovation and backward innovation environmental construction. According to these, it puts forward some suggestions for overcoming these barriers to service innovation.

Key words: service innovation; innovation barrier