

基于服务特性的 服务认证评价应用验证思考

◆谭平/文

近日市场监管总局、国家发展改革委联合印发《服务业质量提升专项行动方案》，开展服务业质量提升专项行动。《方案》要求：“加大服务认证力度；加强服务认证技术和规范研究，完善服务业重点领域认证认可制度；大力推行高端品质认证，在健康、教育、金融、电商等领域探索推进服务认证活动；建立健全社会第三方服务认证认可制度，鼓励企业积极参与服务认证，引导各类服务企业特别是中小型服务企业获得服务认证，帮助更多服务企业提升质量管理水平。”为此，加大服务认证力度，加强服务认证技术研究，将服务认证评价技术应用验证的结果进行应用推广显得尤为重要。

一、应用验证的背景概述

“十三五”国家重点研发计划

“国家质量基础的共性技术研究与应用”重大专项“服务认证关键技术研究与应用”项目，旨在针对服务业发展中的瓶颈问题，发挥认证的作用和功能，解决服务认证技术难点和盲点问题。其课题二“基于服务特性的服务认证评价指标选取及其信度和效度测量技术研究”之子任务一“基于服务特性的服务认证评价应用验证研究”，在课题总体研究成果基础上，选取餐厅餐饮、旅游景区、航空客运、汽车租赁、轨道交通、物流港服务等6个典型服务领域，开发服务认证方案并完成服务认证评价应用验证；课题二之子任务二“服务认证评价指标信度和效度测量技术研究”，帮助课题整体突破服务特性认证信度和效度评价关键技术，解决服务认证结果的有效性、可靠性和可信性问题。

二、基于服务特性的服务认证评价技术

随着服务在经济活动中的重要性和作用不断提升，信息和通信技术（ICT）的日益发展和成熟，人们对服务认证及其评价技术的认识发生了深刻变化。服务认证作为一种合格评定活动，需遵循合格评定特定要求和标准，如ISO/IEC 17065、ISO/IEC 17067、ISO/IEC 17000等。在ISO/IEC 17000给定的合格评定功能法的框架内建立并运用服务认证技术，需考虑：

- a) 服务业态多样、复杂，风险水平各异；
- b) 服务通常具有无形性、异质性、同时性和非存储性等基本特征；
- c) 服务特性实现的程度取决于顾客体验和互动的感知；
- d) 确保合理选取、客观评价特定服务的顾客体验、互动及其感知

的结果。

针对特定服务,服务认证还需遵循特定服务特性标准和服务管理标准。服务特性是由顾客服务体验感知的一项或一组可区分的特征,通常是无形的。服务特性可以是定性的或定量的。制定特定服务的认证准则应基于服务蓝图技术,确定特定服务接触过程,分析服务接触方式,识别服务特性,甄别并确定关键特性。一般来说,特定的服务特性宜从功能性、安全性、时间性、舒适性、生态性和经济性等特性展开,建立可测量的特性指标项目。

服务认证评价主要包含服务特性测评和服务管理能力审核两部分,考虑对服务特性测评和服务管理能力审核的技术需求和适宜性,建立、选择和应用适宜的服务认证模式。无论是服务特性测评,还是服务管理能力审核,应首选可测量的认证模式,降低服务认证过程及其结果的不确定性或风险水平,促进并便于认证结果的采信。

三、服务认证评价应用验证的思考

1. 关键技术的研发应用

服务认证技术要在充分理解服务的定义、机理和特征基础上,考虑服务业典型业态,有些服务含有较高的产品成分,有些服务几乎不含产品成分。由于服务业态的不同,服务及其认证的风险可接受水平不同,直接影响认证技术制度、规则的设计、建立和应用。课题选取了汽车租赁、餐厅餐饮、旅游景区、航空客运、轨道交通、物流港服务等6个典型服务领域,开发了“服务接触技术参考模

型”、“服务特性指标选取技术”及“服务特性指标测算模型”,并将该技术应用形成了6项用于特定服务的服务认证准则标准,包括:

(1) RB/T313-2017《汽车租赁服务认证要求》;

(2) RB/T309-2017《餐厅餐饮服务认证要求》;

(3) RB/T312-2017《旅游景区服务认证要求》;

(4) RB/T311-2017《公共航空旅客运输服务认证要求》;

(5) RB/T310-2017《城市轨道交通客运服务认证要求》;

(6) RB/T315-2018《物流港服务认证要求》。

上述6项标准为特定服务领域的服务认证要求,旨在为认证机构提供特定服务的认证要求及其评价准则和方法。运用服务蓝图(SB)技术和接触理论甄别并确定了特定服务的特性要求及其服务提供和交付过程的管理要求。在合格评定功能法框架下,对服务特性的测评采用直接判断法和李克特5点量表相结合的定量评价方法,管理要求的审核引入了定性成熟度评价方法,以保障认证结果有效性和可靠性。

2. 应用验证的主要发现和思考

1) 加快研制新兴服务领域标准,稳步提高服务标准水平。

认证以标准为技术支撑,同时,认证也为标准的更新提供信息支持。国家在标准制定方面做了很多投入,但在认证活动的开展中,却经常发现标准庞杂、标准内容落后于市场需求,导致标准难以落地实施的现象。服务认证作为一个新的认

证领域,面临着机遇与挑战并存的局面。因此,服务认证的开展需要政府、认证机构以及市场的共同合作,制定真正贴合市场需求的相关服务标准,加快研制新兴服务领域标准,稳步提高服务标准水平。一方面,要推广和实施质量领先、企业参与、社会认可的服务领域行业标准和团体标准,鼓励企业制定和实施高于国家标准或行业标准的企业标准,导入优秀质量管理模式,对标国内外同行业先进水平,持续开展竞争性绩效对比,改进服务质量水平。另一方面,在之后的服务认证活动中,共同探索服务认证模式的创新,建设专业化服务平台,为企业提供更专业的认证服务,企业竞争力不断增强。

2) 鼓励企业积极参与服务认证,帮助更多服务企业提升质量管理水平。

大多数服务类企业具有强烈的提升服务水平的需求,部分企业已引入了以ISO 9001标准为代表的质量管理体系认证。虽然ISO 9001:2015新版标准强化了“服务”这一概念,增强了质量管理体系标准对于服务组织的适用性,但由于管理体系标准针对的是组织自身的内部管理,对于服务提供的是一种支撑和保障,处于服务可视线的下方(即后台支持的位置),无法完整地体现顾客和服务提供者在接触过程中产生的体验感知,即便是顾客满意度的测评,获取的也仅仅是服务的结果。由此导致服务类企业管理体系运行有效性的评价往往和顾客实际的服务体验感知评价相脱节,这也是为何诸多服务类企业产生“在管理方面投入巨大,但是顾客往往感受不到,

收效甚微”这一困惑的主要原因。服务类企业进行了大量资金、人员等资源的投入,但在硬件设施投入达到一定水平以后,遇到了“边际效应递减”的情况。因此,服务类企业若想要实现其在服务管理方面的诸多投入和改进向顾客方进行有效传递,从而改善和提升顾客的服务体验感知,就需要引入服务认证。针对服务相关管理体系开展成熟度评价,在确保自身管理体系有效运行并能支持相应水平服务的持续提供的基础上,以顾客的体验感知为核心、服务特性为对象,对服务要求进行评价,从而有效支撑顾客体验感知目标的提升。

3) 目前以顾客满意度为代表的服务测评手段获得的结果性指标和顾客的真实体验感知差异较大,难以反映顾客的体验感知,且在认识和使用上存在误区。

通过课题应用验证发现,目前大多数服务企业仍将顾客满意度作为服务测评的主要手段。随着ICT技术在服务业的应用,顾客满意度相关数据的获取,无论从抽样覆盖范围还是样本量都有了显著的进步。但顾客满意度测评依靠顾客事后回忆的方式对调查问卷进行回答,测得的是服务

结果和部分服务的体验,仍然无法反映出顾客在服务接触过程中真实、瞬间的体验感知,测量结果并不准确。同时,在满意度的测量和使用方面存在认识误区,有的将“满意率”和“满意度”两者相混淆。由于社会上“评奖”、“评级”的打分设置中,将满意度水平的门槛设置为80分甚至90分以上,企业为了获得奖项,只有在数据上迎合,没有对满意度数据进行效度和信度的检验。“虽然顾客满意度高,但顾客说不出好在哪里”。另一方面,服务类企业开展满意度测评的初衷是好的,绝大多数企业致力于加大投入、加强管理等手段,希望以此改善顾客满意,然而这些努力往往是站在服务提供者的角度进行,未能站在顾客的角度对服务质量的影响因素进行识别,导致了部分企业的服务改善未能有效传递至顾客,测量结果和顾客实际的体验感知距离较大。

4) ICT技术在服务过程中的新应用,在创新服务模式的同时,对服务认证技术也带来了变革。

随着ICT技术,尤其是移动通信技术的飞速发展,ICT技术在服务提供全过程中的渗透率不断增加,在创新服务模式的同时,给现有的服务接

触方式、主要接触过程、接触点和关键接触特性等带来了极大的改变,进而极大地影响了顾客对服务的体验感知,对服务管理过程也带来了变革。这些ICT技术在服务过程中的新应用,有利于服务类企业进一步降低成本,提升服务效率,但在改善顾客体验方面,若企业未能很好地处理新技术,那么顾客体验感知往往会事与愿违,反而造成顾客不便甚至引发抱怨。因此,ICT技术在服务过程中的应用,需要在未来服务认证准则的建立过程中特别加以专注并予以体现。随着ICT技术的发展,新型服务模式层出不穷,服务体验相关数据的动态、实时采集成为了可能。随着服务体验者数据样本库的不断扩大,服务提供者对于顾客需求的识别将更为精准,而给顾客带来的服务体验也将不断改善,从而促进获证服务更加规范有效。

在服务认证开展过程中,服务特性指标的信用以及服务体验过程中采集数据的效度,均要纳入服务评价结果的计算之中。服务认证评价的结果,也应关注指标采集的过程中数据的信用和效度。在可预见的未来,对服务认证技术的研究将进一步深入结合行为科学开展,服务认证的评价活动将逐步实现动态化和智能化,期望为消费者、用户以及更为广泛的利益相关方树立关于特定服务满足规定要求的信心,提升我国服务认证整体能力和水平,在国家、区域和国际层面上促进服务贸易活动。

参考文献(略)

(作者单位:上海质量体系审核中心)

