



南开大学MBA
课程讲义

创新管理

第6章 服务创新管理

秦剑副教授
管理学博士/经济学博士后
南开大学

服务业

第三产业是不进行物质生产的部门，也被称为服务业。

按照国家统计局、国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会2013年最新联合颁布的《国民经济行业分类》，服务业主要包括三类。

服务业

第一类是基础性服务，包括通讯服务、金融服务及信息服务，信息服务又包含信息技术服务、信息咨询服务和信息内容服务等；

第二类是生产性和市场性服务，如物流、租赁、批发、商务服务、农贸支撑服务及中介、评估、经纪、代理等专业性服务；

第三类是个人和家庭消费服务，如教育、医疗、健康、餐饮、文体娱乐、旅游、商品零售、城市公共服务等。

现代服务业

根据2014年2月22日，国家科技部发布的第70号文件，现代服务业是指以现代科学技术特别是信息网络技术为主要支撑，建立在新的商业模式、服务方式和管理方法基础上的服务产业。它既包括随着技术发展而产生的新兴服务业态，也包括运用现代技术对传统服务业的改造和提升。

现代服务业

有别于商贸、住宿、餐饮、仓储、交通运输等传统服务业，以金融保险业、信息传输和计算机软件业、租赁和商务服务业、科研技术服务和地质勘查业、文化体育和娱乐业、房地产业及居民社区服务业等为代表。

服务经济的发展

二十世纪六、七十年代以来，以信息产业为主导的服务业迅速崛起，在经济系统中的作用逐渐占据了统治地位，在很多发达国家，服务业的从业人数和产值，都已经超过了第一和第二产业，同时也极大地带动了第一产业和第二产业的发展，特别是信息产业，给国民经济带来的增加值是难以估量的。

服务经济的发展

OECD（世界经济合作与发展组织）对美、英、法、日、德、瑞士、澳大利亚等17个国家的联合调查研究表明，在发达国家，服务业在GDP 和创造就业岗位中所占比重的均值分别达到了**64%和 69%（OECD,2012）**。

Fisher和Schutta(2013)主持的面向716家服务类企业历时3年的“最佳实践（Best Practice）调查项目”的研究表明，平均而言，最近三年内推出的新服务贡献了最佳成长企业45%的销售收入和33.3%的利润额。

服务经济的发展

考夫曼创业基金会（Kauffman Foundation）在“创业信心2015调查（Entrepreneurial Confidence 2015 Survey）”中关于服务创业的研究报告也指出，新兴顾客越来越多地希望获得对个性化产品和增值服务的完整解决方案，他们对贯穿整个产品生命周期的，可以带来更便捷、舒适和灵活的体验式服务表达出了更高的消费诉求，新服务开发已成为服务型创业企业降低创业风险并获取创业绩效的关键战略（Kauffman Foundation, 2015）。

服务业发展的一般规律

在初级产品生产阶段，以发展住宿、餐饮等个人和家庭服务等传统生活性服务业为主；在工业化社会，与商品生产有关的生产性服务迅速发展，其中在工业化初期，以发展商业、交通运输、通信业为主，在工业化中期，金融、保险和流通服务业得到发展，在工业化后期，服务业内部结构调整加快，新业态开始出现，广告、咨询等中介服务业、房地产、旅游、娱乐等服务业发展较快，生产和生活服务业互动发展。在后工业化社会，金融、保险、商务服务业等进一步发展，科研、信息、教育等现代知识型服务业崛起为主流业态，而且发展前景广阔、潜力巨大。

我国的服务业现状

当前我国服务业发展滞后的状况仍然较为突出，现代服务业总体规模偏小，服务产出占GDP的比重偏低，生产性服务业落后，有一定国际竞争力影响的服务性企业数量较少，企业新服务开发质量较弱，服务失败率高，也缺乏开展服务创新和新服务开发的经验和能力。

服务创新研究的兴起

- 过去人们认为服务业本身缺少创新，而仅仅是吸收利用制造业创新的成果，是受供应者驱动的创新落后产业，仅有少数的服务性产业是例外。
- 现在，由于信息技术的广泛采用，大多数服务业的技术含量有了显著提高，而服务业凭借新技术创造的新的服务方式所带来的影响是巨大的。

服务业的创新性

- 服务业在两层意义上是创新的集中点。
- 一方面，服务性企业可以进行自己的创新活动，当然这种创新与制造性企业有所不同；
- 另一方面，服务性企业及其所提供的服务在劳动分工中有重要作用，通过多种渠道支持了其他企业的创新活动。

服务创新研究的难点

- 服务的极度多样性和无形性等特点，使得服务创新难以定义和测度，原有的创新理论不完全适用于服务创新。
- 由于服务创新研究的冲击，原有的技术创新理论正在发生扩展和变革。

- **对服务的认识不断深化:**

- 行为或活动 → 过程 → 体验过程

- 局限于“可出售”的商业活动 → 一种提供有益的行为

- 有限产品 → 人或有形设施 → 服务提供系统

- 目的: 提供利益满足顾客需求 → 能为顾客解决问题

服务的特性

- 无形性_____服务在很大程度上是抽象的和无形的。
- 异质性_____服务是不标准的和非常可变的。
- 不可分割性_____典型服务的生产和消费在同时完成。
- 无法储存性——不可能象存货那样保存服务。

• 无形性

一有利的一面：服务往往带有某种特殊或专门的技艺性、知识性，该种技艺性、知识性越强，**对消费者的市场吸引力越强**

-营销中应充分利用，如加入知识介绍、使用演示；**利用专家咨询，解决顾客的问题**

-不利的一面：购买前对服务质量难于感知、不满意产品的投诉难于有证据，从而**影响顾客的购买**

-克服不利一面的方法：

- 设定服务质量标准
- 建立服务等级
- 注重服务场所建设
- 重视服务品牌

• 异质性

- 顾客的服务体验会随服务提供者的差异及时间的不同而变化。
- 利用有利因素的思路：大力发展特色服务、激发人员的创造力、发挥服务人员的示范作用，加强服务人员的角色培训、充分考虑顾客参与
- 加强服务规范性的营销策略：
 - 建立服务保证制度
 - 制定服务规范
 - 加强一线人员的管理

- **不可储存性**

- 生产和消费同时进行，进而不可储存，也不能通过存货来调节需求

- 调节需求方面的策略：

- 高峰期和非高峰期的价格调节
 - 非高峰期的销售高峰推广
 - 实施预约制度

- 调节供应方面的策略

- 使用临时人员
 - 对员工进行多工种培训
 - 加强顾客参与

服务创新模式

- 1) **服务创新的驱动模式：重在识别驱动企业开展服务创新的内外部要素，提炼服务创新驱动机制。**
- 2) **服务创新的维度模式：重在阐述服务企业创新的构成维度，探讨实现不同维度创新的企业各职能的发展与整合。**
- 3) **服务创新的参与者模式：重在阐释各参与者（供应商、服务企业、顾客等）在创新中的不同角色和相互之间的关联关系。**

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/416054153155010125>