

虚拟电子政府对市民投诉服务补救的影响因素研究*

——基于重庆市县级虚拟电子政府的案例分析

李雪松^{1 2} 司有和² 孙卫平^{1 2}

¹重庆电子工程职业学院工商管理系 重庆 401331 ²重庆大学经济与工商管理学院 重庆 400030

(摘要) 首次提出“政府服务补救”概念,借鉴“企业服务补救”理论,运用访谈方法进行案例实证,探讨虚拟电子政府服务补救的影响因素。研究表明影响因素为谨慎、关注、及时性、简易性、补偿、道歉、解释等维度,其中谨慎维度是研究发现的新维度。

(关键词) 信息管理 虚拟电子政府 市民投诉 政府服务补救 案例

(分类号) D305

The Factors Impact on E-Government's Response to Citizens' Direct Complaints

——Study on the Basis of the E-Government Cases of Countries in Chongqing

Li Xuesong^{1 2} Si Youhe² Sun Weiping^{1 2}

¹Business Administration Department, Chongqing College of Electronic Engineering, Chongqing 401331

²School of Economy and Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400030

(Abstract) This study proposes the new theory of government service remedy to improve the response to citizen's complaints via interview case study. Handling citizen's complaints is consisted of seven dimensions including wariness, attentiveness, timeliness, facilitation, compensation, apology, explanation, among which wariness is the new found dimension per this study.

(Keywords) informance management e-government citizen's complaints government service remedy case study

1 问题提出

党的十七大报告提出了“健全政府职责体系,完善公共服务体系,推行电子政务,强化社会管理和公共服务”的重要论述。到2007年底,政府网站数量已经达到1.4万个,其中30%左右的地市级网站提供网上办事功能^[1]。很多市民投诉是通过虚拟电子政府的途径来实现的。那么,虚拟电子政府怎样对市民投诉进行服务补救?影响虚拟电子政府服务补救的因素有哪些?这些问题的探究,将会推进电子政府建设的进程。

当前,企业服务补救的研究成果颇丰,但政府服务补救却未有学者提出过。由于服务具有无形性、异质性、易逝性等特征,难免会出现未满足市民要求的情况,造成服务失误,引起市民不满。当市民对服务感到不满时,一般会有抱怨心理,在这种抱怨心理的驱使下,一部分市民会选择向政府负责单位直接投诉或向

第三方(即能管该负责单位的政府部门)投诉,现在通常是通过电子政府的渠道进行投诉。

因此,市民对政府投诉就是指对政府提供的服务不满意或者认为自己的合法权益受到侵害时,向负责单位或第三方表达不满以讨回公道的行为。当然,市民投诉并不全是真的。假的市民投诉是指政府的服务本身没有问题,市民也没有因为接受政府服务而受到损害,市民所提出的投诉理由并不是真实的,往往属于一些人无理取闹的行为。文中不讨论这种行为,只讨论反映市民真实感受的投诉行为。

市民投诉行为可以分为两类:一类是市民直接向引起不满的单位负责人(如负责该单位具体工作的人员以及该工作人员的上司等)进行的投诉;另一类是市民向相关组织(比如针对县民政局的服务不满向县信访办投诉)进行的投诉。前者称为市民直接投诉,后者称为市民第三方投诉。

本文只探究市民通过虚拟电子政府网络直接投诉

* 本文系国家自然科学基金项目“电子政务公共服务的公众接收问题研究”(项目编号:08BTQ031)研究成果之一。

收稿日期:2009-11-11 修回日期:2010-01-11 本文起止页码:124-127 本文责任编辑:高丹

及由此引发的政府反应,并借鉴企业服务补救的研究成果,运用跨个案研究来探究政府服务补救的影响因素,为虚拟电子政府更好的为公众服务提供理论指导。

2 文献回顾

2.1 政府服务补救

关于服务补救的定义,不同学者有不同的理解。Kelley & Davis 认为,服务补救是企业尝试改正服务中和产品中所出现问题的方法^[2]。Seungoo 认为服务补救是服务提供者面对服务失误所做出的一切努力行为^[3]。韦福祥认为服务补救是服务企业在出现服务失误时所做出的一种即时性和主动性的反应。其目的是通过这种反应,将服务失误对消费者感知服务质量、消费者满意度和员工满意度所带来的负面影响减少到最低限度^[4]。尽管学者们对服务补救的定义都有各自的见解,但总体说来都没有离开它的本质,即解决消费者在使用服务或者产品的过程中所出现的问题。

政府和企业的本质都重在服务,有服务就必然会发生服务失误,因而就应该采取补救措施。本文首次提出“政府服务补救”的概念,并把它定义为政府对公共服务对象(企事业单位和市民个人)服务缺陷或失误所采取的反应和行动,是政府希望将抱怨不满的市民转化为满意市民的过程。政府服务补救直接关系到市民对政府的满意、信任和忠诚。当政府提供了令市民不满的服务后,这种不满给市民留下深刻的印象,但随即采取的服务补救会给市民留下更深的印象。尽管与有形产品不同,许多服务是不可以重新生产的,但恰当、及时和准确的服务补救可以缓解市民不满情绪,并部分恢复市民满意、信任和忠诚度,在极个别情况下甚至可以大幅度提升市民满意、信任和忠诚度。

2.2 市民直接投诉政府服务补救的内容

服务补救的维度问题被看作是对服务补救本质问题的研究,因为维度的确立是建立在对服务过失的认识,对顾客抱怨的分析,对服务质量、服务补救和顾客的关系以及员工与顾客关系的综合分析基础上的。

有效的服务补救应该包括哪些具体内容,现有的文献涉及服务补救的三维、四维、五维以及六维观点(见表 1)。其中,只有“道歉”和“补偿”两个维度被大部分研究者所认同,其它维度的内容还没有达成一致的结论。

以上均是针对企业来研究服务补救内容的,那么针对政府的服务补救应该包括哪些内容、哪些维度呢?以上理论归纳为基础,采用跨个案访谈方法,探究虚

拟电子政府对市民投诉的影响因素。从研究方法本身来看,案例研究更适合探讨“如何”和“为什么”之类的问题^[1],对本文的研究主题非常适合。

表 1 服务补救影响因素的理论归纳

代表人物	服务补救的维度
Bell & Zemke(1987)的五维观点	道歉、真诚理解、紧急修复、象征性弥补、跟进 ^[5]
Bitner 等人(1990)的四维观点	承认、解释、道歉、补偿 ^[6]
Bell & Ridge(1992)的五维观点	道歉、公平解决、真情对待、弥补、承诺 ^[7]
Boshoff & Leong(1998)的三维观点	归因、道歉、授权给员工 ^[8]
Boshoff(1999,2005)的六维观点	沟通、解释、补偿、授权、回复、有形情景 ^[9]
王勇、庄贵军和刘周平(2007)的六维观点	及时性、简易性、道歉、解释、关注和补偿 ^[10]

3 研究设计

首先,把县级电子政府的各服务部门作为分析单元;其次,在案例选择策略方面,同样选择县级电子政府的各服务部门,因为县级政府是一个相对独立的基层行政管理部门。它全面涵盖了工业、农业、财政、税务、土地城建、文教卫生等各行业,把它作为研究对象,一旦成功,推广应用范围广,社会意义也相当重大。为了遵循访谈结果的科学性,采用双向访谈方式,即对政府工作人员和投诉的市民均进行访谈。考虑到访谈的方便性及关系双方与我们开展合作研究的可能性,利用曾经在县政府工作结识的人员,在有关领导的支持下,选择重庆市东、西、南、北各一个有代表性的县作为研究样本。考虑便利性和代表性原则,从这 4 个县中各选取政府工作人员与投诉市民 30 人作为访谈对象。再次,在访谈过程方面:①通过他人引见与受访者认识,在数次互动后获得受访者的首肯和信任,并以轻松方式直接与受访者交谈。访谈过程中,事先征求受访人员的意见,在一个比较安静的地方进行并录音,避免访谈中做笔录,而影响访谈的进行。访谈内容紧紧围绕政府服务补救的内容展开,但对政府工作人员与市民投诉人员的提问方式和内容略有不同。在访谈同一政府的不同成员后,若能获得相同或相似的答案则予以采纳,同一议题意见有分歧时则持保留态度,以使本研究采用访谈法与文档资料的误差降至最低。②采用三角测量法,事先通过收集到的该政府关于服务补救的各类文档确认受访者数据的正确性,并通过其它政府与学者对该政府的了解做交叉访问,使资料不因受访对象主观判断而有所偏颇。最后,在数据处理方面,

采用语义内容分析和实证式内容分析相结合的方法,对访谈数据进行分析。在分析内容上,以访谈记录中的语句所含的信息意义为最小分析单元;在分析手段上,将访谈的内容划分为特定类目,计算每类内容元素的出现频率,描述明显的内容特征。

4 访谈数据分析

4.1 访谈内容分类

在回顾以往文献研究的基础上,结合实际访谈过程中访谈对象对虚拟电子政府应该怎样处理市民投诉以及投诉市民对虚拟电子政府服务补救的满意度方面的理解,依据类目系统的完备性、相关性、互斥性和可信性标准,建立虚拟电子政府对市民投诉服务补救的分类系统,如表2所示:

表2 虚拟电子政府对市民投诉服务补救谈话内容的分类

概念	类别 (维度)	定义
政府态度反应	谨慎	政府在处理市民投诉问题时,考虑到全局诸多原因而持小心决策的意图
	道歉	政府向市民就已经发生的事情所表达的歉意
	关注	市民从政府或者政府工作人员那里得到的关心和注意,包括尊重、努力、同情和倾听意愿等
政府行为反应	及时性	市民所感知的政府答复或对投诉反应的速度
	简易性	政府所制定的市民投诉政策和在网上投诉程序的难易程度
	补偿	市民从政府对投诉的反应中得到的物质利益及其大小
	道歉	政府向市民就已经发生的事情所表达的歉意
	解释	政府工作人员就市民投诉问题向市民做出的说明

在虚拟电子政府服务补救的两大类中,及时性、简易性、补偿、道歉、解释和关注与以往文献一样,谨慎是研究访谈材料中呈现出来的新维度。对这7个维度进行归类,道歉既是行为反应也是态度反应,当政府不需对市民进行补偿就可以解决问题时,道歉就是行为;当政府需要对市民做出补偿才能解决问题时,道歉就是态度。

4.2 访谈材料编码与统计

访谈记录中的语句为最小分析单元。在语句的归类上,存在单重归类和多重归类的问题,本研究采用常用的单重归类法,即把每个分析单位归入最合适的内容类别中,即使某个分析单位同时带有其他类别的属性,如果某个分析单位的含义模糊,就放弃分析。对编码结果进行统计分析,如表3、表4所示:

表3 虚拟电子政府对市民投诉服务补救影响因素内容

概念	类别 (维度)	排序	典型语句	频次	频率
政府态度反应	谨慎	1	①对市民投诉的问题,有时不能就事论事,需全盘考虑,不然会牵一发而动全身,处理起来很棘手 ②对市民投诉的问题,我们总是小心的查找处理该事情的依据,怎样既使投诉市民满意,又得到一般市民对该事情处理的理解和支持	51	98%
	关注	2	①我们总是要求工作人员在网上和投诉市民沟通时,尽量保持克制的态度,耐心和对方进行交流 ②有时我们也面对面的约见投诉人,沟通时语气和肢体语言(动作、表情等)都表现出对市民的礼貌和耐心倾听等	23	44%
	道歉	3	我们有时也向投诉市民表示歉意,但常常是口头表示,对网络这种书面回复的道歉,我们有时也采用	11	32%
政府行为反应	及时性	1	我们总是要求工作人员在规定的时间内回复,甚至提前处理市民所投诉的问题	60	95%
	简易性	2	我们想方设法把网上投诉的程序制作的简单,甚至有时直接告诉对方一个邮箱地址	43	93%
	解释	3	我们有时也会给市民阐述服务失败的原因	32	43%
	补偿	4	我们会对市民做出适当的物质和精神补偿	21	35%
	道歉	5	我们有时也向投诉市民表示歉意,但常常是口头表示	13	16%

注:此表基于4个县级政府120位人员的访谈

表4 虚拟电子政府对市民投诉服务补救影响因素内容

概念	类别 (维度)	排序	典型语句	频次	频率
政府态度反应	关注	1	①希望政府工作人员在网上耐心的和我们交谈 ②有时,也希望政府工作人员面对面的约见我们,真诚的和我们沟通	57	97%
	道歉	2	希望政府服务失误的工作人员或相关领导向我们表示歉意,哪怕是口头的也行	36	56%
政府行为反应	及时性	1	希望政府工作人员处理这类问题时间越快越好	82	98%
	简易性	2	希望政府处理这类事情不要一级一级的走所谓的管理程序,应该建立绿色通道,手续尽量简化	75	84%
	补偿	3	希望政府给我们做出适当的物质和精神补偿	64	52%
	解释	4	希望政府给我们阐述服务失败的原因,并表示下次不再有类似事件发生	46	35%
	道歉	5	希望政府向我们表示歉意,即使口头表示也行	32	24%

注:此表基于4个县级政府120位投诉市民的访谈

4.3 编码统计结果的信度分析与效度检验

信度分析最常用的方法是计算编码者的一致性程度。一般编码者的一致性程度达到0.80以上为可接受水平;达到0.90以上为较好水平^[2]。对三位编码员之间的编码结果一致性进行计算,编码结果的一致性系数都在0.80以上,说明研究的信度较高。效度检验最常用的方法是检验从概念到结构维度具体含义的经验推演是否符合逻辑、是否有效^[2]。本研究的政府服务补救概念的维度划分基于文献,三位编码员对初始的维度划分意见一致,在具体语句内容归类发生不

同意见时,经过讨论达成一致意见,使得编码归类的语句能够准确反映所属构思要素类别的涵义,说明本研究具有较高的内容效度。

4.4 编码统计结果的解释与讨论

首先,从态度方面来分析,根据编码统计结果,无论是政府方还是投诉市民方,在态度方面虽然关注、道歉两个维度都被提及、编码者的一致性系数也高达 0.98,但政府对市民投诉持“道歉”态度被提及的频率仅为 32%;而投诉市民方,他们希望政府“道歉”被提及的频率却为 56%。为什么会出现这样大的差距,一方面,部分政府官员“官本位”思想严重,以民为本思想没落到实处;另一方面,投诉市民对政府服务要求过高,认为政府为民办事,服务不到位首先应该道歉。

另外,政府往往对市民投诉持“谨慎”的态度,这是在访谈中新发现的维度,而且被提及的频率高达 98%。为什么投诉市民方没出现这种维度,主要是因为投诉市民与政府各处于被服务与服务的角色,那么投诉市民从态度方面,没有“谨慎”也就不言而喻了。关键是为什么会出现这个不同于企业的新维度,这可能与政府追求社会效益第一而企业追求自身利润最大化有关。

其次,从行为方面来分析,政府和投诉市民都首选“及时性”和“简易性”,但其余三个维度政府的排序为解释、补偿、道歉;而投诉市民的排序是补偿、解释、道歉。从一定角度来说,投诉市民首先需求的是物质方面的补救,其次才是精神上的补救。但政府方为什么把道歉排在最后,原因有二:①政府人员服务意识没到位,官本位思想仍很严重,在补救方面宁愿先物质补救,再进行精神补救,宁可赔偿,也不认错;②政府工作人员认为道歉很容易失去政府威信,其实,从企业服务补救的经验来看,如果主动道歉反而能增加政府威信。

5 结 语

就虚拟电子政府对市民投诉服务补救的影响因素

(作者简介) 李雪松 男,1974 年生,副教授,博士,发表论文 12 篇。

司和有 男,1945 年生,教授,博士生导师,发表论文 20 篇。

孙卫平 男,1964 年生,教授,发表论文 15 篇。

进行探索性研究,得出影响因素为谨慎、关注、及时性、简易性、补偿、道歉、解释等维度,其中谨慎维度是研究发现的新维度。这些因素对政府补救有多大的影响,它们之间的关系怎样? 这些都有待进一步深入探讨。

参考文献:

- [1] 张维迎. 中国电子政务研究报告(2006). 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [2] Kelley S W, Davis M A. Antecedents to customer expectations for service recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1994, 12(22): 52-61.
- [3] Seungoo W, Sharon E B, Michael A J et al. The impact of service failure severity on service recovery evaluations and post-recovery relationships. *The Journal of Services Marketing*, 2004, 18(2): 133-147.
- [4] 韦福祥. 对服务补救若干问题的探讨. *天津商学院学报*, 2002, 11(1): 24-26.
- [5] Bell C R, Zemke R E. Service breakdown: The road to recovery. *Management Review*, 1987, 76(10): 32-35.
- [6] Bitner M J, Booms B H, Tetreault M S. The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 1990, 54(1): 71-84.
- [7] Bell C R, Ridge K. Service recovery for trainers. *Training and Development*, 1992, 27(5): 58-63.
- [8] Boshoff C, Leong J. Empowerment, attribution and apologizing as dimensions of service recovery: An experimental study. *International Journal Of Service Industry Management*, 1998, 9(1): 24-47.
- [9] Boshoff C. A re-assessment and refinement of Recovery: An instrument to measure satisfaction with transaction-specific service recovery. *Managing Service Quality*, 2005, 15(5): 410-425.
- [10] 王勇, 庄贵军, 刘周平. 企业对顾客直接投诉的反应及其影响. *管理学报*, 2007(4): 318-327.
- [11] Yin R K. 案例研究: 设计与方法. 周海涛, 李永贤, 张蘅, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2004: 2-8.
- [12] 李本乾. 描述传播内容特征, 检验传播研究假设——内容分析法简介(下). *当代传播*, 2000(1): 47-51.