第一图书网, tushu007.com

<<互动质量及其对关系质量的影>>

图书基本信息

书名：<<互动质量及其对关系质量的影响>>

13位ISBN编号：9787500496816

10位ISBN编号：7500496818

出版时间：2011-3

出版时间：中国社会科学出版社

作者：官翠玲

页数：277

字数：228000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

服务质量包括互动质量、环境质量和结果质量（Brady et al.，2001）。
互动质量是服务质量的重要组成部分，随着服务业在国民经济中地位的日益突出，互动质量将会越来越受到人们的重视。
但是，学者们多是以整体服务质量作为研究对象，独立地研究互动质量的文献不多，而且关于互动质量的研究比较零散，没有构建一个互动质量的整体模型。
国内对互动质量的研究也不多见，更缺乏实证研究。
医疗服务的基本特征决定患者必须参与诊疗过程，与医生面对面接触，而且由于就诊时的特殊心情和医疗信息的不对称性，患者不仅重视医疗服务给他们带来的技术质量，更重视服务过程中所获得的符合自己心理需要和偏好的特定体验（Hausman，2004）。
患者与医生之间的互动时刻——“真实瞬间”的管理和控制，已经成为医疗服务质量管理的新焦点。
因此，官翠玲编著的《互动质量及其对关系质量的影响——以医疗服务为背景》以医疗服务业为背景，对互动质量开展独立研究，以期更多学者和管理者关注互动质量。

《互动质量及其对关系质量的影响——以医疗服务为背景》在回顾国内外相关文献的基础上，以互动质量为研究对象，探讨互动质量及其形成作用机制。
首先，从顾客一员工界面阐明服务互动质量的含义、维度和测量方法。
然后，依据人际相互依赖理论和相关文献，构建服务互动质量的概念模型。
模型涉及五个重要变量：感知风险、顾客参与、顾客导向行为、互动质量和关系质量。
模型路径为：顾客参与和顾客导向行为是影响互动质量的重要因素，关系质量是互动质量的重要影响结果，顾客参与和顾客导向行为会受到感知风险这种情景因素的影响。
最后，采用实证研究方法检验该模型，综合分析研究结论及其管理意义，并指出研究局限性和对未来研究建议。

全书分为导论、理论发展、实证研究和总结四大部分共九章。
第一部分为第一章导论，主要介绍本书提出的背景、选题意义、研究目的、基本研究方法和研究框架。
第二部分是理论发展，包括第二章至第六章，对研究主题的相关概念、理论和观点进行梳理和分析，提出本书的视角和理论基础。
第三部分是实证研究，包括第七章至第八章，在理论发展的基础上，提出本书的概念模型、研究假设和研究方法，通过访谈和问卷调查发展互动质量等五个变量的量表，验证假设和模型。
第四部分为第九章，综合分析研究结论及其管理意义，并指出了研究的局限性和对未来研究建议。
各章概要如下：
第一章导论主要阐述了研究背景、方法和主题。
首先，从互动质量对于社会、组织和个体三个方面的意义层层剖析了本书的现实和理论背景。
其次，对于互动质量的相关研究进行了简要综述，指出了以往研究中存在的缺口。
最后，在此基础上明确研究主题、范围、方法和框架，即采用规范和实证相结合的研究方法，以医疗服务业为背景，以人际相互依赖理论为理论基础，从员工一顾客界面探讨互动质量及其形成作用机制。

第二章主要对医疗服务、服务质量和互动质量的研究进行回顾和总结。
文献梳理结果显示服务质量和互动质量已经引起了众多学者的关注，并且学界对于整体服务质量的形成和作用机制进行了较为深入的研究。
但是，对于互动质量的形成和作用机制开展独立研究的文献不多，还没有形成一个研究互动质量的整体框架。

因此，本书认为应该引入人际相互依赖理论构建互动质量的概念模型，探讨互动质量的形成和作用机制。

第三章阐述了人际相互依赖理论的主要内容，并用此理论解释了服务接触中的员工顾客互动。
根据人际相互依赖理论，服务接触中的员工与顾客双方为了收到满意的服务结果（互动质量），都必须付出成本，实施协调行为。
结合服务背景，这种寻找满意且需支付成本的协调行为可以理解为是顾客实施顾客参与，员工实施顾客导向行为，员工顾客的行为方式和程度会影响他们对互动质量的感知。
顾客参与和顾客导向行为的方式和程度不仅会受到员工与顾客自身倾向的影响，还会受到互动情景的影响，即人际倾向与特殊情境共同影响互动行为。
员工顾客之间发生互动是在收到满意结果的基础上达到最终目的，即建立良好的互动关系。

第四章是关于员工顾客的互动行为：即顾客参与和顾客导向行为的相关研究。
本章主要对顾客参与和顾客导向行为的含义、测量及其相关研究进行了综述，文献显示顾客参与和顾客导向行为对于互动质量具有重要影响，这为后面的实证研究提供了理论基础。

第五章是关于互动情景：感知风险的文献综述。
本章主要对感知风险的含义、测量及其相关研究进行了综述。
文献显示感知风险这种情景因素对于顾客参与和顾客导向行为都有着重要影响，这些结论为后面的实证研究提供了理论基础。

第六章是关于互动的最终目标：关系质量的文献综述。
主要综述了关系质量的含义、成分、前因、后果和测量。
大部分学者都认为关系质量是由满意、信任和承诺构成的。
文献所提出的影响关系质量的因素比较广泛，既有顾客方面的，也有员工方面的，虽然有些因素属于互动质量的成分，但是直接研究互动质量与关系质量关系的文献尚不多见。
关系质量在服务接触中是一个重要的变量，对于顾客的忠诚和购后行为，以及员工的绩效都有着重要影响，关系质量应该引起学者和实务界的关注与深入研究。

第七章是关于研究方法的陈述。
包括设计研究架构、提出研究假设、设计样本、定义变量、发展问卷和前测。
首先，在文献综述的基础上，归纳出本研究的概念模型；其次，根据文献回顾和概念模型，提出研究假设；再次，在文献阅览和访谈的基础上，设计样本，定义变量，发展问卷；最后，开展前测，结合前测结果进一步修订量表。

第八章是对实证研究结果的分析。
共发放500份调查问卷，回收有效问卷390份。
多元回归分析结果表明：本书提出的概念模型在医疗服务业的医患互动层面基本得到检验，即顾客参与和顾客导向行为是影响互动质量的重要因素；互动质量对于关系质量有显著的正向影响；感知风险这种情景因素对于顾客参与有显著的正向影响，对顾客感知的顾客导向行为有显著的负向影响；顾客导向行为一方面以互动质量为中介影响关系质量，另一方面又直接影响关系质量。

第九章是对研究结论的总结。
本章在归纳理论和实证研究结果的基础上，提出相应的管理建议和未来的研究方向。
针对以前的研究结果和本研究结论，本书对医疗服务业提出了以下管理建议：实施关系营销，引导顾客适度参与；加强内部营销，促使医生实施顾客导向行为；降低患者的感知风险，提高互动质量；以患者为中心，树立治病与关爱并重的理念。

总之，本书综合来自心理学、社会学和市场营销学等学科的相关理论，以医疗服务业为背景，以人际相互依赖理论为理论基础，构建了员工一顾客界面的互动质量模型，对互动质量及其形成作用机制进行了初步探索，旨在丰富和发展互动质量研究，为服务组织更好地加强服务接触互动管理提供一定的指导和建议。

作者简介

官翠玲，湖北中医药大学管理学院副教授、副院长,武汉大学管理学博士。
主要承担《医药市场营销学》和《服务营销学》等课程的教学任务。
研究方向为医药市场营销，曾担任新世纪全国医药院校创新教材《医药市场营销学》主编，《医药市场营销学》和《湖北省中医现状调查》等教材著作副主编，发表论文三十余篇，兼任湖北省市场营销学会常务理事。

书籍目录

前言
中文摘要
Abatract
第一章　导论
　第一节　研究背景及选题意义
　　一　研究背景
　　二　研究意义
　第二节　研究问题、目的和范围
　　一　研究问题
　　二　研究目的
　　三　研究范围
　第三节　研究方法和研究框架
　　一　研究方法
　　二　技术路线
　　三　研究框架
第二章　医疗服务、服务质量和互动质量
　第一节　医疗服务的特征
　　一　服务的含义
　　二　医疗服务与一般服务的相似之处
　　三　医疗服务的特征
　第二节　服务质量
　　一　服务质量
　　二　医疗服务质量
　第三节　互动质量
　　一　服务接触
　　二　互动质量的含义
　　三　互动质量的测量
　　四　互动质量研究述评
第三章　建立互动质量模型的理论基础：人际相互依赖理论
　第一节　人际相互依赖理论
　　一　人际相互依赖理论的提出
　　二　人际相互依赖理论的主要内容
　　三　对人际相互依赖理论的评价
　第二节　人际相互依赖理论与服务互动
　　一　人际相互依赖理论对服务接触的解释
　　二　人际相互依赖理论对服务互动质量的形成作用机制的解释
第四章　员工顾客的互动行为：顾客参与和顾客导向行为
　第一节　顾客参与
　　一　顾客参与研究的演进
　　二　顾客参与的含义
　　三　顾客参与的动机
　　四　顾客参与的影响因素
　　五　顾客参与的影响结果
　第二节　顾客导向行为
　　一　顾客导向的含义

二　顾客导向行为的特征
三　顾客导向行为的测量
四　顾客导向行为的相关研究
第五章　员工顾客互动的情景因素：感知风险
第一节　感知风险的概念
一　感知风险的定义
二　感知风险的维度
三　服务中的感知风险
第二节　感知风险与顾客参与和顾客导向行为
一　感知风险与顾客参与
二　感知风险与顾客导向行为
第六章　员工顾客互动的最终目标：关系质量
第一节　关系质量的含义
一　关系质量的定义
二　关系质量的内涵
第二节　关系质量的维度
一　顾客满意
二　信任
三　承诺
第三节　关系质量的相关研究
一　关系质量的相关研究
二　互动质量与关系质量的关系
第七章　研究设计
第一节　概念模型及其相关假设
一　研究模型的提出
二　相关假设的建立
第二节　调研设计
一　调研过程设计
二　样本设计
三　问卷设计过程
四　数据分析方法
第三节　变量的操作性定义及量表设计
一　变量的操作性定义及测量项目
二　变量代码及测量量表来源
第四节　前测
一　前测数据分析方法
二　前测数据分析结果
三　前测评述
第八章　数据分析与结果
第一节　数据收集和样本概况
一　数据收集情况
二　样本概况
第二节　信度与效度分析
一　信度分析
二　效度分析
第三节　描述性统计分析
一　互动质量前因的描述性统计分析

二　互动质量的描述性统计分析
三　互动质量后果：关系质量的描述性统计分析
第四节　相关分析
一　顾客参与与互动质量的关系
二　顾客导向行为与互动质量的关系
三　感知风险与顾客参与的关系
四　感知风险与顾客导向行为的关系
五　互动质量与关系质量的关系
六　感知风险与互动质量和关系质量的关系
七　顾客参与和顾客导向行为与关系质量的关系
第五节　回归分析
一　回归分析概述
二　验证顾客参与和顾客导向行为中介作用的回归分析
三　验证互动质量中介作用的回归分析
第六节　研究假设和模型检验情况
一　研究假设检验情况
二　模型检验情况
第九章　研究结论与展望
第一节　研究结论
一　顾客参与和顾客导向行为是影响互动质量的重要因素
二　感知风险对顾客参与和顾客导向行为有显著的影响
三　关系质量是互动质量的重要影响结果
四　顾客导向行为对于关系质量有显著的正向直接影响
五　发现了两个中间传导机制
六　控制变量有部分影响
第二节　理论创新和管理意义
一　理论创新
二　管理意义
第三节　研究局限性及未来研究方向
一　研究局限性
二　未来研究方向
参考文献
附录　正式调查问卷
后记

编辑推荐

《互动质量及其对关系质量的影响：以医疗服务为背景》综合来自心理学、社会学和市场营销学等学科的相关理论，以医疗服务业为背景，以人际相互依赖理论为理论基础，以互动质量为研究对象，构建了员工-顾客界面的互动质量模型，对互动质量及其形成作用机制进行了初步探索。
首先，从顾客-员工界面阐明服务互动质量的含义、维度和测量方法。
然后，依据人际相互依赖理论和相关文献，构建服务互动质量的概念模型。
模型涉及五个重要变量：感知风险、顾客参与、顾客导向行为、互动质量和关系质量。
模型路径为：顾客参与和顾客导向行为是影响互动质量的重要因素，关系质量是互动质量的重要影响结果，顾客参与和顾客导向行为会受到感知风险这种情景因素的影响。
最后，用实证研究方法检验该模型，综合分析研究结论及其管理意义。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com