

一、引言

1.1 研究背景

在数字化时代的浪潮下，自助服务技术（**Self-Service Technology**，**SST**）得到了迅猛发展，深刻地改变了传统的服务交付模式。从金融领域的自动柜员机（**ATM**）到零售行业的自助收银系统，从交通枢纽的自助售票机到酒店的自助入住设备，**SST** 已广泛渗透到各个行业，为顾客提供了更加便捷、高效的服务体验。

以银行业为例，据相关数据显示，截至 **2023** 年，我国 **ATM** 机保有量虽然在互联网金融的冲击下有所调整，但仍维持在较高水平，达百万台以上，处理的交易金额高达数十万亿元。在零售行业，越来越多的大型超市和便利店引入自助收银设备，如永辉超市、家乐福等，自助收银通道的使用率逐年攀升，部分门店甚至超过了 **30%**。交通领域同样如此，机场的自助值机设备使用率不断提高，旅客通过自助值机办理登机手续的比例已超过 **70%**，大大缩短了排队等待时间。

尽管 **SST** 具有诸多优势，但由于技术故障、系统设计缺陷、顾客操作不熟练等多种因素，服务失误在 **SST** 情境中仍时有发生。例如，**ATM** 机出现吞卡、吐钞故障；自助收银系统扫码错误、价格识别异常；自助值机设备无法读取证件信息等。这些服务失误不仅会影响顾客的消费体验，还可能导致顾客产生不满情绪，进而引发顾客抱怨行为。

顾客抱怨是顾客对服务失误的一种反应，它不仅是顾客表达不满的方式，更是企业改进服务质量的重要信息来源。当顾客在 **SST** 情境中遭遇服务失误时，他们会根据自身的情况和偏好选择不同的抱怨渠道。有的顾客会直接向企业的客服人员反馈问题，期望得到及时的解决；有的顾客则会选择在社交媒体上吐槽，以发泄自己的不满情绪，并引起其他消费者的关注；还有的顾客可能会向第三方机构投诉，如消费者协会、行业监管部门等，寻求更公正的处理结果。

不同的抱怨渠道对企业和顾客都有着不同的影响。直接向企业抱怨，有助于企业及时了解问题所在，采取有效的补救措施，恢复顾客的满意度和忠诚度；而在社交媒体上抱怨，可能会迅速传播负面信息，对企业的品牌形象造成损害；向第三方机构投诉，则可能引发更严格的监管和调查，给企业带来更大的压力。因此，深入研究 **SST** 情境下顾客抱怨渠道的选择，对于企业制定有效的服务策略、提升服务质量、增强顾客满意度具有重要的现实意义。

1.2 研究目的与意义

本研究旨在深入剖析自助服务技术情境下顾客抱怨渠道选择的影响因素、动机以及行为差异，从而为企业提供有针对性的优化策略，具体研究目的如下：

- 1. 识别影响因素：**系统地梳理和识别在自助服务技术环境中，影响顾客选择不同抱怨渠道的关键因素。这些因素涵盖顾客自身的特征，如年龄、性别、消费习惯、技术接受程度、消费观念等；服务失误的性质，包括失误的严重程度、发生频率、可归因性等；以及外部环境因素，例如企业的品牌形象、口碑、服务承诺、沟通渠道的便捷性、社会文化背景等。通过对这些因素的精准识别，为后续的深入研究奠定基础。
- 2. 探究抱怨动机：**深入探究顾客在遭遇自助服务技术失误后，选择特定抱怨渠道背后的深层次动机。是为了寻求问题的解决、获得经济补偿、发泄不满情绪、维护自身权益，还是出于对其他消费者的责任，希望通过抱怨避免他人遭遇同样的问题。明确这些动机，有助于企业更好地理解顾客的需求和期望，从而采取更有效的应对措施。
- 3. 分析行为差异：**全面分析不同类型顾客在抱怨渠道选择上的行为差异。例如，年轻顾客可能更倾向于使用社交媒体等新兴渠道进行抱怨，因为他们对新技术更为熟悉，且社交媒体具有传播迅速、影响力大的特点，能够快速引起他人的关注；而年长顾客可能更习惯于传统的抱怨渠道，如直接向企业客服投诉，他们更注重问题的直接解决和与企业的面对面沟通。此外，不同消费场景、不同行业的自助服务技术应用中，顾客的抱怨行为也可能存在差异。通过对这些行为差异的分析，企业可以制定更加精准的营销策略。
- 4. 提出优化策略：**基于上述研究结果，为企业提供切实可行的优化策略。包括如何改进自助服务技术，减少服务失误的发生；如何完善沟通渠道，提高顾客抱怨的处理效率和满意度；如何根据顾客的特点和需求，制定个性化的服务补救措施，增强顾客的忠诚度和口碑。同时，也为企业在应对不同类型的顾客抱怨时，提供决策支持和参考依据。

本研究的意义主要体现在以下几个方面：

- 5. 理论意义：**
 - **丰富顾客抱怨理论：**当前关于顾客抱怨行为的研究主要集中在传统服务领域，对自助服务技术情境下的顾客抱怨研究相对较少。本研究将填补这一领域的空白，丰富和拓展顾客抱怨理论的研究范畴，为后续相关研究提供新的视角和思路。

- **深化对顾客行为的理解**：通过对顾客抱怨渠道选择的研究，可以深入了解顾客在自助服务技术环境下的行为模式和决策过程。这有助于进一步揭示消费者行为的内在规律，为市场营销、消费者行为学等学科的发展提供实证支持。

6. 实践意义：

- **提升企业服务质量**：帮助企业更好地了解顾客的需求和期望，及时发现自助服务技术中存在的问题，从而有针对性地进行改进和优化。通过提高服务质量，减少服务失误，提升顾客的满意度和忠诚度。
- **优化顾客抱怨管理**：为企业提供有效的顾客抱怨管理策略，指导企业如何建立完善的抱怨处理机制，提高抱怨处理效率，降低顾客流失率。同时，通过积极应对顾客抱怨，将负面事件转化为提升企业形象和品牌价值的机会。
- **增强企业竞争力**：在激烈的市场竞争中，良好的顾客关系是企业赢得竞争的关键。通过有效管理顾客抱怨，企业可以增强顾客的信任和支持，提高市场份额，从而在竞争中脱颖而出。

1.3 研究方法与创新点

本研究综合运用多种研究方法，以确保研究的科学性、全面性和深入性，具体如下：

- 7. **文献研究法**：系统地梳理国内外关于自助服务技术、顾客抱怨行为、消费者行为学等相关领域的文献资料。通过对学术期刊论文、学位论文、行业报告、书籍等多种文献的研读，全面了解已有研究的现状、成果和不足，明确本研究的切入点和方向。例如，深入分析前人在顾客抱怨渠道选择影响因素、不同行业顾客抱怨行为特点等方面的研究，为本研究构建理论框架和研究假设提供坚实的理论基础。
- 8. **案例分析法**：选取多个具有代表性的自助服务技术应用案例，如银行 **ATM** 服务失误导致的顾客抱怨、超市自助收银系统故障引发的顾客不满等。通过对这些实际案例的详细分析，深入了解顾客在不同情境下的抱怨行为和渠道选择，总结其中的规律和特点。同时，分析企业对顾客抱怨的处理方式和效果，为提出有效的优化策略提供实践依据。

9. 问卷调查法

：设计科学合理的调查问卷，针对使用过自助服务技术且遭遇过服务失误的顾客进行调查。问卷内容涵盖顾客的基本信息、使用自助服务技术的经历、服务失误的类型和感受、抱怨渠道的选择及原因等方面。通过大规模的问卷发放和数据收集，运用统计分析方法，如描述性统计、相关性分析、回归分析等，对数据进行深入挖掘和分析，验证研究假设，揭示顾客抱怨渠道选择的影响因素和行为差异。

本研究的创新点主要体现在以下几个方面：

10. **多理论融合视角**：将自助服务技术理论、顾客抱怨理论、消费者行为理论等多学科理论有机融合，从多个角度深入剖析顾客抱怨渠道选择的问题。这种跨理论的研究方法能够更全面、深入地理解顾客在自助服务技术情境下的行为决策过程，为该领域的研究提供了新的思路和方法。
11. **多维度影响因素分析**：不仅关注顾客个体特征、服务失误性质等常见因素对顾客抱怨渠道选择的影响，还将企业因素、社会文化因素等纳入研究范畴，进行多维度的综合分析。通过这种全面的分析，能够更准确地识别影响顾客抱怨渠道选择的关键因素，为企业制定针对性的策略提供更丰富的依据。
12. **实证研究与实践结合**：在理论研究的基础上，通过大规模的问卷调查和实际案例分析进行实证研究，使研究结果更具可靠性和说服力。同时，将研究成果与企业的实际运营相结合，提出切实可行的优化策略和建议，具有较强的实践指导意义，能够帮助企业更好地应对顾客抱怨，提升服务质量和顾客满意度。

二、理论基础与文献综述

2.1 自助服务技术相关理论

2.1.1 自助服务技术的定义与分类

自助服务技术是指借助先进的信息技术，顾客能够自主完成原本需要服务人员协助的服务流程，而无需直接与服务人员进行面对面交互的技术形式。这一概念最早由 Meuter 等人在 2000 年提出，他们通过对文献的梳理、行业实例的研究以及实际工作经验的总结，对自助服务技术进行了系统的阐述。在当今数字化时代，自助服务技术得到了广泛应用，其涵盖范围十分广泛，包括电话语音应答、互联网互动式设备、视频客户服务等多种形式。

电话语音应答系统是自助服务技术的早期应用之一，常见于各类客服热线。例如，当顾客拨打银行客服电话时，系统会通过语音提示引导顾客完成账户查询、业务咨询等操作。顾客只需按照语音提示进行按键选择，即可获取所需信息，无需等待人工客服的接听。这种方式不仅提高了服务效率，还能在一定程度上缓解人工客服的压力。

互联网互动式设备在现代生活中更是随处可见。以自动柜员机（**ATM**）为例，它是金融领域自助服务技术的典型代表。顾客可以通过**ATM**机进行取款、存款、转账、查询余额等多种操作。在取款时，顾客只需插入银行卡，输入密码，按照屏幕提示选择取款金额，即可快速完成取款流程，无需在银行柜台排队等待。再如，酒店的自助入住机也是互联网互动式设备的一种应用。顾客在抵达酒店后，可通过自助入住机输入预订信息、刷身份证进行身份验证，完成入住登记手续并获取房卡，大大节省了办理入住的时间。

视频顾客服务则为顾客提供了更加直观的服务体验。一些电商平台推出的视频客服功能，顾客在购物过程中遇到问题时，可以通过视频与客服人员进行面对面沟通。客服人员能够实时了解顾客的需求，并通过视频指导顾客解决问题，如如何操作产品、如何进行退换货等，增强了服务的互动性和针对性。

此外，自助服务技术还包括自助售货机、自助点餐机、自助值机设备等。自助售货机广泛应用于公共场所，如学校、医院、写字楼等，顾客可以通过投币、扫码等方式购买饮料、零食等商品；自助点餐机常见于餐厅，顾客可以自主选择菜品、下单支付，减少了与服务人员沟通的时间，提高了点餐效率；自助值机设备在机场、火车站等交通枢纽得到了大量应用，旅客可以通过自助值机设备办理登机牌、选择座位等，简化了出行流程。

2.1.2 自助服务技术在各行业的应用现状

自助服务技术凭借其高效、便捷、低成本等优势，已在金融、交通、零售等多个行业得到了广泛应用，并且呈现出持续增长的发展趋势。

在金融行业，自助服务技术的应用极为广泛。除了前文提到的**ATM**机，网上银行和手机银行也是自助服务技术的重要体现。根据中国银行业协会发布的数据，截至**2023**年底，我国网上银行交易笔数达到数百亿笔，手机银行交易笔数更是超过了千亿笔。越来越多的客户选择通过网上银行和手机银行进行转账汇款、理财购买、贷款申请等业务操作。以工商银行为例，其手机银行的用户数量已突破数亿，用户通过手机银行办理的业务种类不断丰富，涵盖了账户管理、支付结算、投资理财等多个领域。此外，智能柜员机（**STM**）在银行网点也得到了大量部

署。智能柜员机集成了多种功能，能够办理开卡、激活、挂失、签约等复杂业务，有效分流了柜台业务，提高了银行的服务效率。

交通行业同样是自助服务技术的重要应用领域。在航空领域，自助值机设备已成为机场的标配。旅客通过自助值机设备办理登机手续的比例逐年上升，许多机场的自助值机使用率已超过70%。一些机场还引入了自助行李托运设备，旅客可以自行完成行李称重、贴标签、托运等流程，进一步提升了出行体验。在铁路领域，自助售票机和自助取票机在火车站广泛应用，方便旅客购买车票和换取纸质车票。同时，电子客票的推广也使得旅客无需取票，直接刷身份证即可进站乘车，实现了全程自助化出行。城市交通方面，地铁和公交的自助售票机、自动充值机为乘客提供了便捷的购票和充值服务。部分城市还推出了共享单车和共享电动车，用户通过手机APP即可完成车辆的查找、解锁、骑行和归还，实现了自助式出行。

零售行业的自助服务技术应用也在不断深化。自助收银系统在大型超市和便利店越来越普及，如沃尔玛、家乐福等大型连锁超市都设置了自助收银通道。消费者可以自行扫描商品条码、支付货款，减少了排队等待结账的时间。一些便利店还引入了无人值守的自助便利店，消费者通过手机扫码进店，选购商品后自动结算，实现了24小时不间断营业。此外，智能试衣镜、自助查询终端等自助服务设备也在零售行业得到了应用。智能试衣镜可以让消费者无需试穿，即可通过虚拟技术看到服装上身的效果；自助查询终端则方便消费者查询商品信息、库存情况等。

医疗、餐饮、酒店等行业也在积极应用自助服务技术。在医疗行业，自助挂号机、自助缴费机、自助打印检验报告设备等减少了患者排队等待的时间，提高了就医效率。在餐饮行业，自助点餐机、自助取餐设备等提升了餐厅的服务效率和顾客体验。在酒店行业，除了前文提到的自助入住机，一些酒店还推出了自助退房服务，顾客无需前往前台办理退房手续，直接通过手机APP即可完成退房操作。

总体而言，自助服务技术在各行业的应用不断拓展和深化，为企业降低了运营成本，为顾客提供了更加便捷、高效的服务体验。随着人工智能、物联网、大数据等技术的不断发展，自助服务技术将在未来展现出更为广阔的应用前景和发展潜力。

2.2 顾客抱怨理论

2.2.1 顾客抱怨的概念与内涵

顾客抱怨是顾客在购买或消费产品及服务过程中，当感知到产品或服务未达到自身期望，未能满足需求时，所表达出的不满与责难情绪及行为。

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/838121036027007033>