

我国城市供水行业的客户服务现状及问题分析

常 杪, 彭丽娟

(清华大学 环境科学与工程系, 北京 100084)

摘 要: 供水客户服务因其行业自然垄断性而长期受到忽视,但随着城市水业改革的推进和行业绩效评估的开展,逐渐受到重视。通过问卷调查和案例调查等方式对我国供水企业客户服务的现状进行了深入了解,并从不同层面对客户服务目前存在的问题进行了分析。认为我国供水客户服务在行业定位、政府监管、企业管理、制度建设和公众意识上仍存在问题。该调查结果可对我国城市水业客户服务在企业管理和行业监管方面提供帮助。

关键词: 城市供水行业; 客户服务; 客户调查; 监管

中图分类号: TU991 **文献标识码:** B **文章编号:** 1000 - 4602(2007)08 - 0071 - 05

Current Situation and Problems of Customer Service in Chinese Urban Water Supply Industry

CHANG Miao, PENG Li-juan

(Dept. of Environmental Science and Engineering, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

Abstract: The customer service in water supply industry has been ignored for long time due to the natural monopoly of the industry, but it's gradually emphasized with the promotion of urban water supply innovation and beginning of industry performance evaluation. The current situation of customer service in Chinese water supply enterprises was discovered through the questionnaire and case study, and the present problems in the customer service were analyzed from different aspects. It is considered that there are the problems of customer service in the fields of the positioning of service, the governmental supervision and regulation, the enterprise management, the development of relevant institutions and public awareness. The result of this investigation can provide assistance in the enterprise management and industry supervision and regulation to the customer service in Chinese urban water supply industry.

Key words: urban water supply industry; customer service; customer investigation; supervision and regulation

在相当长的一段时间里,我国供水行业服务效率低下,客户服务业务发展缓慢。城市水业改革第三阶段对服务质量的重视以及供水绩效评估的开展和公众对服务质量要求的提高^[1],均在一定程度上促进了国内供水企业的客户服务质量,但目前客户服务体系仍不完善。由于国内在供水客户服务上研究甚少且国际上对这一领域的研究也不多,为此笔者通过问卷调查及案例调查等方式,从客户角度调

查了我国城市供水客户服务的现状并分析了目前所存在的问题,以促进城市供水客户服务质量的提高。

1 客户服务调查分析

1.1 调查样本及方法

由于我国供水行业客户服务尚处于起步阶段,问卷调查样本应基本代表服务中上水平,因此选择城市多为省会城市、自治区首府、直辖市、特别行政区以及东部一些经济较为发达的城市,具体包括:北

京、天津、济南、广州、大连、本溪、海口、呼和浩特、吉林市、焦作、南宁、沙河、芜湖、武汉、贵阳、乌鲁木齐和澳门。此次调查采用自填式问卷调查方式,共发放 1 828 份问卷。设定筛选标准为被调查者是否为自来水用户以及问题作答比例是否达到 75% 以上,经此标准筛选有效样本数为 1 535 份。问卷调查内容涉及水质、停水、信息公布、出现问题后首先联系的对象、水价、公众的敏感程度;有效样本的人口统计信息:男女比例为 1:1.3,职业和教育背景比例见图 1。以下的分析均基于已筛选的样本。

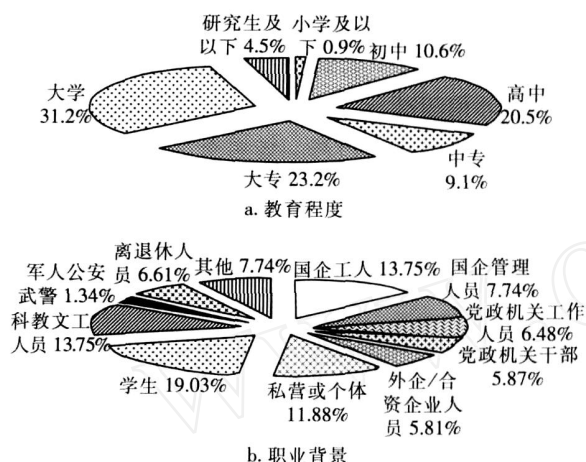


图 1 全样本职业和教育背景比例

Fig 1 Cake chart for proportion of vocation and education background of total sample

1.2 调查结果

水质

主要调查了用户对水质的整体满意度和因水质问题所造成的饮用水方式上的差异。结果显示,用户对水质的满意程度集中在“比较满意”和“一般”两个评价程度上,其中“比较满意”为 1/3;“一般”接近 50%;“比较不满意”和“非常不满意”的用户占 15%。造成用户对水质不满意的具体原因主要有硬度、混浊、味道等,其中北方城市的自来水中硬度是突出的水质问题;对于南方城市而言,自来水混浊有色是其突出的问题;澳门的水质问题以味道最为突出。由此反映出,自来水水质仍然与各地区的原水水质有很大的关系。另外,在占全部被调查者 45% 的桶装水用户(包括同时使用自来水的用户)中,认为自来水水质不好的为 29.8%,认为桶装水口感好的为 26.0%,这说明自来水水质问题已成为人们购买直饮水的主要原因之一。

停水

调查结果显示,经常停水的比例仅为 4.3%,不停水的比例达 25%。各地区不经常停水比例(偶尔停水和不停水的比例总和)均在 90% 以上,很多地区的不经常停水率接近 100%,这说明全国各城市供水在其连续性方面的表现普遍较好。在停水用户的比例基础上,82.9% 的停水用户对停水时段调查进行了回答:比较缺水的时段为做饭时间,此时间缺水用户占全部停水用户的比例为 27.6%,说明在用水高峰期仍需进一步加强水压调节;另外,一些用户住宅在固定时间停水,这主要是物业小区或其他主管单位使用限制性用水手段,而非供水公司造成。

信息公布

主要调查了有效传达到客户信息量的情况及信息的有效传播渠道,该信息主要指水费、水价调整、水价听证会、计划停水通知。有效样本的调查结果表明,用户不了解水费的平均比例为 45% 左右,说明不了解水费的比例相当高。在对水价听证会的了解程度调查中,有 40% 的用户表示不知道水价听证会,仅有 25% 的用户表示知道水价听证会并关心,可见水价听证会的宣传力度还有待于进一步加强。在对计划性停水通知的了解程度调查中,知道各地区计划性停水通知的用户所占比例平均为 88%,说明各城市供水企业对计划停水通知较为重视,宣传有效。

水价调整信息的主要宣传渠道(见图 2)为自来水公司通告、电视、小区物业管理通告。

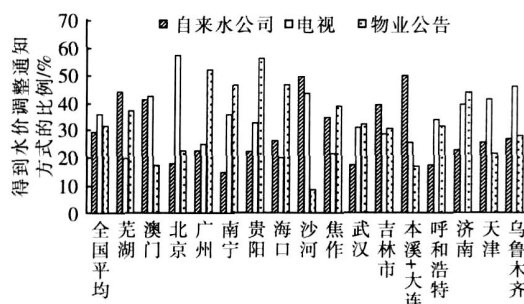


图 2 从不同渠道得知水价调整方式的比例

Fig 2 Proportion to know adjustment of water rate

由全国平均水平来看,从 3 个渠道获知水价调整的比例近似;但具体到不同城市则情况不同:澳门地区的物业公告比例较低;广州、贵阳、海口地区的物业公告比例较高,其比例 > 50%;北京地区的电视公告比例较高,接近 60%。从平均水平来看,计划

性停水信息最有效的渠道为小区物业管理公告通知,其平均比例高达 45% (见图 3),有些地区的比例可达 70% 以上。

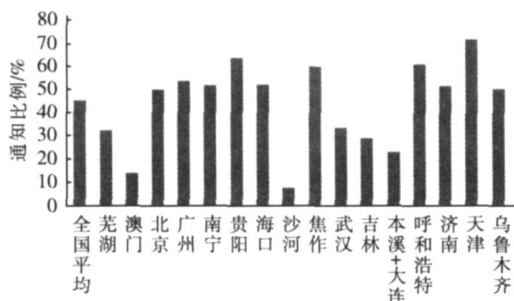


图 3 通过小区物业得到计划停水信息的比例

Fig 3 Proportion to know planned suspension of water supply through property corporation

供水出现问题后首先联系的对象

对供水出现问题后首先联系对象的调查结果如图 4 所示。

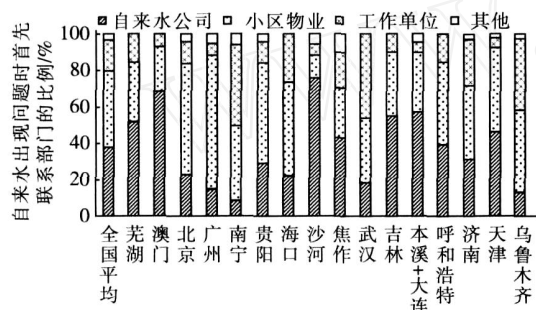


图 4 自来水出现问题时首先联系的单位所占比

Fig 4 Proportion of first contacted units during suspension of water supply

由图 4 可知,除南宁、武汉、乌鲁木齐 3 个城市首先联系对象为其所在工作单位的比例 > 40% 外,其他城市首先联系对象的两个首要选择主要为自来水公司和小区物业。澳门首选自来水公司的比例 > 60%,北京、广州两地首选小区物业的比例 > 60%,这表明对于处理自来水问题的做法各地区有所不同。其中澳门自来水公司提供给市民的联系渠道较为便利,说明澳门自来水公司较多地承担了居民供水及服务保障的责任,同时公司及物业对承担责任的宣传也比较到位。而北京和广州两地由于其城市的快速发展、人口的迅速膨胀,小区物业大量建立,导致供水企业与物业及其他相关单位的责任划分困难。调查结果表明,对用户直接服务的主体呈现多元化态势。

水价结构、水价上调及水价感知

从调查结果来看,能够完全答对水价结构的用户仅为 3.8%,说明对水价结构的宣传还不到位。对于水价上调的了解程度,97.6% 的样本可以得知水价的调整信息,说明用户对价格仍然比较敏感。但根据对水价的感知,已有近 50% 的人对供水价格上调采取理解的态度,认为可以实现两步制水价或阶梯制水价。

用户的敏感程度

用户对某因素的敏感程度以用户拨打热线电话是否以该因素为首要原因表征,并据此进行调查。结果显示,用户对停水和水质敏感程度较高,对水压和水费的敏感程度较低。对水压的敏感度较低可能有两个原因:a 目前城市供水企业在水压控制方面做得不错;b 水压的暂时不足未影响自来水的正常使用,造成的不便不会引起居民的强烈不满。对水费的敏感度较低可能是由于各地制定的水费普遍较合理所致;另外对不了解水费比例的调查表明,有 50% 的居民认为水费在家庭支出中的比例较小,对此不太关心。

2 案例调查

为更深入地了解供水企业客户服务供求中存在的问题,在北京地区采用简单抽样方法对客户进行了深入访谈。样本采集点为北京市 4 个地点:清华大学近春园、北京图书城、首都博物馆附近、部分居民住宅。访谈对象为使用北京市自来水公司自来水的居民,年龄为 20 ~ 80 岁,男女比例为 1 : 1.3,职业为在职人员、待岗人员、退休人员和学生。案例调查主要了解了自来水公司与其他部门的责任划分、水价感知、服务信息宣传情况。

责任划分

从信息公布渠道、联系对象以及供水服务提供方的调查中了解到,各地区供水企业与物业公司、媒体宣传之间存在不同关系,其责任和义务也有所不同。但由于各方对供水及相关责任的宣传不到位,造成用户无法及时有效地得到相应服务,致使很多居民对自来水公司的服务认识不足。同时部分自来水公司将居民作为间接服务客户,思想上存在惰性,造成服务意识不到位。

水价

由于公众节水意识的不断提高以及对水资源的珍惜,公众逐渐理解水价上调并开始支持实行两部制或阶梯制水价,认为此举有利于公众节约用水。

但对水价上调后的供水,用户存在以下两种顾虑:a 水价中上调部分的用途不明,水价上调原因的相关信息不公开透明,获知困难;b 水价虽然上调,但相应服务质量(如水质及其他服务)的提升较慢。

服务信息宣传

此服务信息包括自来水公司反馈给用户的信息以及用水教育宣传信息两部分。自来水公司反馈给用户的信息情况分别见图 5、6。

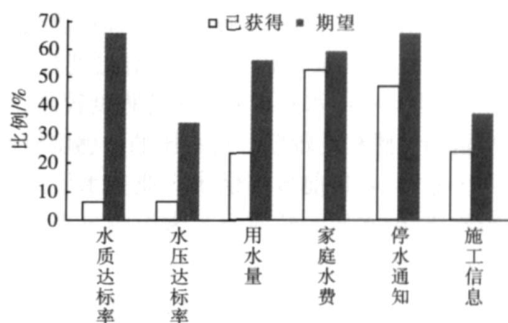


图 5 获得与期望的反馈信息

Fig 5 Comparison between acquired and expected feedback information

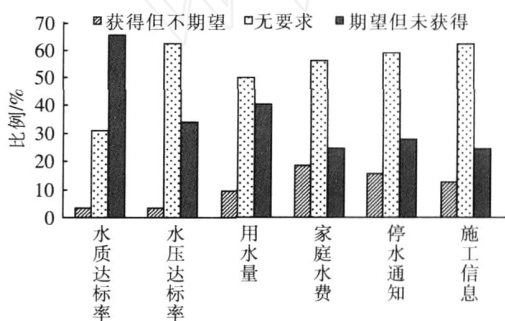


图 6 个人期望或冗余的反馈信息比较

Fig 6 Comparison between personal expected and redundant feedback information

从总体来看,在水质达标率、用水量及其他服务质量反馈方面,信息的期望比例均超过 50%,且公众期望获得的反馈信息比已获得反馈信息的比例高得多。这说明公众对此类信息的需求较高。

由图 6 可知,就个人而言,自来水公司反馈给用户信息的情况可分为冗余信息(已经获得但并不十分期待获得的信息)、一般信息(期望与获得的程度持平)和期望信息(未获得但期望获得的信息)。其中期望信息中水质达标信息是个人最为关注的方面,所占比例为 65.6%。

对教育宣传信息的调查结果表明,从总体上看对于水价构成、自来水水源地的情况信息,公众期望

获取的比例均超过 50%,该比例要远远高于已获取的比例。这说明公众比较关心水价构成和自来水水源地情况,但在这两方面的信息也是最为欠缺的。从个人来看,用户认为水价上涨信息的冗余比例仅为 20%,而水价构成信息的期望比例近 50%,这说明个人对水价上调比较关注,但对水价的构成不清晰。

3 客户服务存在的问题

通过问卷调查和案例调查,从水业定位、政府监管、制度、企业客户服务管理以及公众意识来分析城市供水客户服务存在的问题,以对我国供水客户服务质量的提高提供借鉴。

3.1 城市水业服务意识薄弱,行业定位不明

水作为生活必需品,用户无法对供水进行选择,造成了城市供水企业长期以来对顾客需求的忽视及其服务意识的淡化。尽管城市供水改革从 2000 年开始大规模地展开,目前已进入改革的第三阶段,但城市供水由于缺乏竞争,不享有服务业具有的特性,即顾客不是服务业的“方向盘”,其服务质量仍不是城市供水企业的决定因素。因此城市水业服务定位不清晰,服务意识较薄弱。

3.2 地方政府监管不足,对公众的了解缺位

尽管《城市供水水质标准》(CJ/T 206—2005)的颁布及《生活饮用水卫生标准》(GB 5749—2006)的升级促进了城市供水客户服务质量的提高,但水质并不能代表完善的客户服务体系,地方政府应对城市供水客户服务采取全方位的监管措施。

此外,地方政府并未给予公众相应的发言权,在公众的需求和要求上了解缺位,无法通过公众的感受和需求对行业进行指导。尽管目前已经实施水价听证会,但其宣传和功能尚不完善,同时对于完整的客户服务体系而言也是远远不够的。

3.3 相关制度仍不完善

水价定价机制仍不完善

城市供水的公用品属性决定了制定水价不能光从商品特性出发,应实施在政府对运营企业进行监管下的一种定价制度。但就引导供水企业通过提升服务质量来提高用户对价格的满意程度而言目前在国内是行不通的。尽管从部分用户调查中显示加强服务质量尤其是供水水质,可以使用户体会到“物有所值”,但目前的水价定价法为成本核算法,非优质服务定价法;而在成本核算法中,净资产利润率实

施的困难和水价体系的混乱挤压了以成本为基准的工程水价的承受空间^[2],造成供水企业抱怨无“利”可收,同时公众却抱怨服务与水价价值不符。

公众交流与信息公开制度不完善

我国城市供水企业对企业信息透明化认识不足,而监管部门对此也无明文规定,使得信息的公开无论在企业营运或政府监管中都成为一个薄弱环节。另外由于城市供水涉及到公共安全和社会稳定,其中关于水质达标信息的发布也成了敏感话题之一。部分地区的水质达标信息不是由供水企业向外公布,而是由当地卫生防疫站或其他政府机构对外公布。公众甚少获知关于供水水质信息,信息发布渠道较为闭塞。供水行业目前关于信息公布的制度建立仍不完善,监管部门对信息公布的重视程度也不够。

供水企业与其他相关单位的权责不明

在供水企业对居民用户进行多项服务时,都会涉及其他相关部门或者直接用户,如物业公司等。这些服务涉及向高层住宅进行二次加压供水、其他部门或单位采用的限制性用水措施、停水信息或须公布的其他用水信息等。

目前我国供水行业的权责划分不清,尤其是涉及城市供水企业与其他部门或单位之间的二次供水、限制性用水、维修服务等,易造成服务断档,且无法追究责任;同时对于明确的责任划分,无有效的宣传手段,也无法提供有效的服务。

3.4 供水企业的服务管理问题

供水质量问题

供水质量主要包括水质和供水稳定性两方面。其中水质是用户最为关注的一个方面;对水质的提高可以增强用户对水价价值的认知,减少用户对水价不断上调的抱怨、降低舆论的压力。因此供水企业应给予水质充分的重视。从此次调查结果看,除极少数地区的用户对水质满意程度达到 70%外,其他地区的用户对水质的满意程度均较低。但就目前而言,大部分供水企业的设施仍然停留在原标准基础上,亟需更新。

供水稳定性包括水压和停水两个方面。此次调查反映出供水稳定性无论是从整体还是从地区来看,都是用户最为满意的方面。其中停水是用户最敏感且较重要的方面,也是用户最满意的方面。对

于水压的调节,供水企业应做到分时段及时调节,进一步增强水压稳定性。由于水压与漏损相互影响,因此在提高供水质量的基础上应加强漏损控制。

企业服务单一,终端服务意识不到位

目前城市供水服务仍较单一,部分供水企业虽已建立客户服务中心,但其主要业务是收缴水费。投诉处理正在建立中,其他的特殊性服务则较少。另外,由于供水企业为便于企业管理将居民用户作为间接服务对象,造成企业思维惯性——对居民用户服务需求的忽视,因此其终端服务不能有效地向公众传递。

3.5 公众享受服务意识薄弱

供水作为特殊服务,其供给弹性很小,公众对此无选择性。同时由于公众长期接触供水,已经对供水的客户服务质量形成习惯,敏感性弱。这说明公众对客户长期存在的问题已经习惯,对供水客户服务的感知薄弱,公众享受服务的意识还不强烈,公众的教育程度还有待于加强。

4 结语

随着城市水业改革第三阶段——加强监管时期的到来,注重供水服务质量的提高也被提上日程。通过此次对 18 个城市的问卷调查和北京地区的案例调查,发现我国城市供水企业客户服务存在问题:城市供水企业的服务定位仍不明确,政府的监管仍不到位,水价的定价制度、企业的信息公开制度以及多方责任主体的责权划分仍不完善,水厂设施距新标准仍有差距,企业服务内容单一、终端服务意识不强,公众享受服务的意识较弱。针对以上问题,地方政府应加强对企业的监管,尽快完善制度建设;同时供水企业应加强服务管理,提高服务意识,以切实提高对城市供水客户的服务质量。

参考文献:

- [1] 周令,张金松,刘茜. 中国供水企业绩效评价系统研究[J]. 中国给水排水, 2006, 22(2): 75 - 78
- [2] 傅涛,陈吉宁,常杪,等. 城市水业改革的十二个问题[M]. 北京:中国建筑工业出版社, 2006

电话: (010) 62797771

E-mail: changniao@tsinghua.edu.cn

收稿日期: 2006 - 08 - 02