

分类号：  
学 号：20232216032

密 级：  
单位代码：10759

# 石河子大学

## 硕 士 学 位 论 文



### K 公司干部教育培训服务质量提升策略研究

学 位 申 请 人	姜 莱
指 导 教 师	胡宜挺教授
申 请 学 位 类 别	专业硕士
专 业 名 称	工商管理
研 究 领 域	组织与战略管理
所 在 学 院	经济与管理学院

中国·新疆·石河子  
2026 年 5 月

分类号：  
学号：20232216032

密级：  
单位代码：10759

# 石河子大学

## 硕士学位论文



### K 公司干部教育培训服务质量提升策略研究

学位申请人	姜莱
指导教师	胡宜挺教授
申请学位类别	专业硕士
专业名称	工商管理
研究领域	组织与战略管理
所在学院	经济与管理学院

中国·新疆·石河子  
2026年5月

**Study on Service Quality Improvement Strategies for Cadre Education and Training of  
Qingdao Kuntu Education Technology Company Limited.**

**A Dissertation Submitted to  
Shihezi University**

**In Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of  
Master of Business Administration (Professional)**

**By  
Jiang Lai  
(Research Field: Organization and Strategic Management)**

**Dissertation Supervisor: Professor Hu Yiting**

**College: College of Economics and Management**

**Shihezi, Xinjiang, China  
September, 2025**

## 石河子大学学位论文独创性声明及使用授权声明

### 学位论文独创性声明

本人所呈交的学位论文是在我导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含其他个人已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中作了明确的说明并表示谢意。

研究生签名：姜莱

时间：2026年5月20日

### 使用授权声明

本人完全了解石河子大学有关保留、使用学位论文的规定，学校有权保留学位论文并向国家主管部门或指定机构送交论文的电子版和纸质版。有权将学位论文在学校图书馆保存并允许被查阅。有权自行或许可他人将学位论文编入有关数据库提供检索服务。有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

研究生签名：姜莱

时间：2026年5月20日

导师签名：胡晓松

时间：2026年5月20日

## 摘要

新时代背景下，干部教育培训的重要性日益凸显，《干部教育培训工作条例》与《全国干部教育培训规划（2023—2027年）》的实施，对培训机构服务质量提出了更高要求。K公司作为一家民营干部教育培训机构，在面临竞争加剧与政策门槛提升的背景下，其服务供给与干部多样化、个性化培训需求之间存在差距，亟待优化服务质量。

本文以K公司为研究对象，基于人力资本理论与服务质量理论，运用SERVQUAL模型，结合问卷、访谈与比较分析等方法，对其干部教育培训服务质量展开研究。通过五个维度（有形性、可靠性、保证性、响应性、移情性）的问卷与访谈，分析服务质量期望与感知之间的差距及成因，并提出相应对策。

通过研究得到如下结论：K公司已形成覆盖党性教育、业务能力提升等多领域的干部教育培训服务体系，具备一定的项目执行能力，在客户群体中积累了基础口碑与合作经验。但K公司整体服务质量尚未完全满足学员期望，主要受硬件设施适配性、服务个性化程度、资源合作稳定性、师资结构均衡性及需求响应效率等因素制约。具体问题表现为：有形性维度存在培训环境与干部教育培训专业性要求不适应、教学管理智能化应用深度不足；移情性维度凸显培训方案针对性不强、品牌建设不足；可靠性维度因依赖外聘师资与外部场地导致临时调课频发；保证性维度存在师资“强理论弱实践”、管理团队能力两极分化的结构性问题；响应性维度呈现需求敏感度低、被动响应的特点。据此，本文构建了多维度协同的服务质量提升策略体系，具体包括：有形性维度推进基地化运营，加强硬件设施标准化建设与配套服务精细化管理；移情性维度深化需求调研机制，优化课程个性化组合，打造“小而精、小而美”的差异化品牌特色；可靠性维度构建稳定的战略资源联盟，优化内部运营流程与应急处置机制；保证性维度推进全流程标准化建设，通过优化师资结构、建立分级培养与考核机制提升教员专业素养；响应性维度建立分层响应机制，提升服务调整的灵活性与主动性。

本文的研究结论不仅为K公司优化资源配置、提升市场竞争力提供了实操支撑，也为同类市场化干部教育培训机构的服务质量改进提供了参考路径，同时丰富了SERVQUAL模型在干部教育培训领域的应用场景，填补了市场化干部教育机构服务质量评价细分领域的研究空白，为同类干部教育培训机构在服务质量提升方面提供一定的思考方向。

**关键词：**干部教育培训；服务质量；SERVQUAL模型；提升策略

## Abstract

In the new era, cadre education and training has become a fundamental and strategic undertaking for the Party and the state. With the implementation of relevant regulations and the national cadre education and training plan (2023–2027), higher standards have been set for training institutions. Qingdao Kuntu Education Technology Co., Ltd. (Kuntu Education), a private provider, offers customized training for Party and government agencies, enterprises, and public institutions nationwide. However, intensifying competition and rising policy requirements have led to a mismatch between its services and the diverse, personalized needs of cadres, calling for systematic improvement of service quality.

This study analyzes Kuntu Education’s service quality using human capital and service quality theories, the SERVQUAL model, and mixed methods (questionnaires, interviews, literature review, and comparative analysis). Based on the five SERVQUAL dimensions, it identifies gaps between expected and perceived service quality and their causes.

Findings show that overall service quality falls short of trainee expectations, constrained by issues including inadequate hardware, limited personalization, unstable partnerships, imbalanced faculty, and inefficient demand response. Key problems are: inadequate training environments and intelligent teaching support (tangibles); insufficiently tailored programs and weak branding (empathy); frequent schedule changes due to reliance on external resources (reliability); faculty imbalance between theory and practice and polarized management capabilities (assurance); and low demand sensitivity and passive service responses (responsiveness). Root causes include resource allocation imbalances, inconsistent processes, insufficient staff expertise, and unclear strategic positioning.

Accordingly, this study proposes a multi-dimensional improvement framework: advancing standardized base operations (tangibles); deepening needs assessment and building a “small yet refined” brand (empathy); establishing stable partnerships and optimizing operations (reliability); standardizing processes and improving faculty structure (assurance); and adopting a layered response mechanism (responsiveness).

This research provides practical guidance for Kuntu Education to optimize resources and enhance competitiveness, offers a reference for similar market-oriented institutions, and enriches the application of the SERVQUAL model in cadre education, filling a research gap in service quality evaluation in this field.

**Key words:** Cadre Education and Training; Service Quality; SERVQUAL Model; Improvement Strategies

# 目录

摘要.....	I
Abstract.....	II
第1章 绪论.....	1
1.1 选题背景及研究意义.....	1
1.1.1 选题背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 国内外研究现状.....	3
1.2.1 国外研究现状.....	3
1.2.2 国内研究现状.....	5
1.2.3 文献述评.....	8
1.3 研究内容与方法.....	9
1.3.1 研究内容.....	9
1.3.2 研究方法.....	10
1.4 主要创新点.....	10
第2章 概念界定与理论基础.....	12
2.1 概念界定.....	12
2.1.1 干部.....	12
2.1.2 干部教育培训.....	12
2.1.3 服务质量.....	13
2.2 理论基础.....	13
2.2.1 人力资本理论.....	13
2.2.2SERVQUAL 服务质量模型.....	14
2.2.3 感知服务质量.....	15
2.2.4 成人学习理论.....	15
2.3 干部教育培训服务的特殊性.....	16
2.3.1 服务对象的特殊性与复合性要求.....	17
2.3.2 服务属性的市场化与目标平衡要求.....	17
2.3.3 服务流程的全链条性与高协同性要求.....	17
2.3.4 客户需求的多元化与精准对接要求.....	18
第3章 K公司的干部教育培训服务质量现状分析.....	19
3.1K公司概况.....	19

3.1.1K 公司简介 .....	19
3.1.2K 公司组织架构 .....	19
3.2K 公司干部教育培训服务质量现状 .....	21
3.2.1 有形性现状 .....	21
3.2.2 移情性现状 .....	22
3.2.3 可靠性现状 .....	22
3.2.4 保证性现状 .....	23
3.2.5 响应性现状 .....	24
第 4 章 K 公司干部教育培训服务质量评价及问题分析 .....	26
4.1 服务质量评价设计与实施 .....	26
4.1.1 调查问卷 .....	26
4.1.2 员工访谈 .....	29
4.2 评价结果分析 .....	30
4.2.1 问卷数据分析 .....	30
4.2.2 评价结果的归因分析 .....	33
4.3K 公司干部教育培训服务质量存在的问题 .....	34
4.3.1 有形性维度：硬件设施专业化不足与智能化应用薄弱 .....	34
4.3.2 移情性维度：培训方案个性化欠缺与品牌辨识度不足 .....	35
4.3.3 可靠性维度：外部资源依赖导致服务稳定性不足 .....	36
4.3.4 保证性维度：师资队伍结构失衡与专业能力不足 .....	37
4.2.5 响应性维度：需求响应滞后与市场敏感度不足 .....	37
第 5 章 K 公司干部教育培训服务质量提升策略 .....	39
5.1 有形性维度：强化设施建设与配套 .....	39
5.1.1 加强硬件设施建设 .....	39
5.1.2 完善配套设施 .....	40
5.2 移情性维度：强化需求导向与品牌建设 .....	40
5.2.1 提高培训的针对性和有效性 .....	40
5.2.2 树立品牌特色 .....	41
5.3 可靠性维度：强化运营流程与资源配置 .....	42
5.3.1 构建稳定的战略资源联盟 .....	42
5.3.2 优化内部运营流程 .....	42
5.4 保证性维度：强化服务标准与专业素养 .....	43
5.4.1 推进流程标准化建设 .....	43
5.4.2 提升教员专业素养 .....	44

5.5 响应性维度：强化响应时效与服务灵活性 .....	44
5.5.1 建立分层响应机制 .....	44
5.5.2 提升服务调整的灵活性 .....	45
第 6 章 研究结论和未来研究展望 .....	46
6.1 研究结论 .....	46
6.2 未来研究展望 .....	47
参考文献 .....	48
附录 .....	52
致谢 .....	58
作者简介 .....	59

## 第1章 绪论

### 1.1 选题背景及研究意义

#### 1.1.1 选题背景

干部作为一个特殊群体，是党和国家的核心资源，是治国理政的基础和保障。干部队伍素质是决定中国革命、建设和发展事业成败的关键。高素质的干部队伍离不开在各项事业发展中的锻炼，更离不开教育培训。中国共产党历来高度重视干部教育培训工作，党的十八大以来，习近平总书记就加强和改进干部教育培训工作提出了一系列新理念新思想新要求，将干部教育培训当作一项事关党和国家全局的基础性、先导性、战略性任务，明确要求加大新时代干部教育培训力度，使广大干部政治素养、理论水平、专业能力、实践本领跟上时代发展步伐。党的二十大明确提出，“建设堪当民族复兴重任的高素质干部队伍”，面临新时代新征程的使命任务，要求干部具备应对各种复杂形势、处理各类挑战问题、领导各方面建设的综合能力，这对干部教育培训工作提出了新任务。

2023年9月，随着《干部教育培训工作条例》（以下简称《条例》）和《全国干部教育培训规划（2023—2027年）》（以下简称《规划》）的正式印发，党对新时代干部教育培训工作进行了新的重大部署，注重和加强干部教育培训是现代化建设的迫切需要。同时，明确了干部参加教育培训的时间量要求，保证全体干部都有接受教育培训的权利和义务<sup>[1]</sup>。

作为对干部进行教育培训的重要组织，干部教育培训机构在提升干部素质和能力方面发挥着重要作用，通过多样化的培训方式和内容，为新时代中国特色社会主义事业培养造就高素质干部队伍。特别是后疫情时代，干部教育培训不再局限于本地的培训资源，而是充分利用全国各地红色资源、党性教育资源、现场教学点及优秀师资，丰富培训内容和形式，鼓励分段式教学，即本地课程+外地课程。越来越多的干部教育培训机构如雨后春笋般蓬勃发展，集合各地优质资源，开发出多个专题方向及培训线路，为全国党政机关、政府部门和企事业单位的各层级干部提供教育培训服务工作，协助组织方（即客户）在异地办班。

K公司是一家总部设在青岛的干部培训中心，培训方向遍及全国各个省份，既包括北京、天津、杭州、南京、上海等一线培训城市，同时也覆盖井冈山、延安、遵义、古田、百色等十八个党性教育主题方向。从前期培训计划落实，个性化培训方案制作，到后期的培训班次落地，执行过程中会务服务，班次结束后的培训效果评估，形成可视化、可量化、可评估、闭环、互动式、渐进式服务监督流程，为组织方提供安全可靠全方位

的培训服务。但随着近年来干部教育培训工作进一步要求制度化、规范化、科学化，干部教育培训机构的规范管理和质量提升也有了新的标准。一方面《条例》中明确了干部培训机构主要包括党校（行政学院）、干部学院、社会主义学院、部门行业培训机构、国有企业培训机构、干部教育培训高校基地<sup>[2]</sup>，并根据这6类培训机构的各自特点和优势分别规范其职责定位，构建分工明确、优势互补、布局合理、规范有序的培训机构体系，对干部培训机构作出的限制性规定，使干部培训机构的资质及专业化水平成为K公司的“门槛”；另一方面，全体干部“应培尽培”已是大势所趋，越来越多的高校继续教育学院也加入到干部教育培训的队伍中，推出一系列课程体系和教学路线，极大地增加了干部教育培训行业的竞争压力。同时，传统的培训模式和服务内容已经难以满足干部在新环境中所面临的多样化挑战，教师配备不足、课程内容不够丰富以及后续服务跟进欠佳等情况关乎培训效果，进而影响了组织方的忠诚度和满意度。因此，打造高质量的干部教育培训服务，提出切实可行的提升策略是K公司迫切需要解决的问题。

鉴于此，本文以K公司为例，对干部教育培训服务质量现状进行深入分析，以期能够进一步探索提升干部教育培训服务质量的有效路径，为更多相关企业提供决策依据及参考建议，满足企业长远发展的需求。

### 1.1.2 研究意义

（1）理论意义。国内外关于教育机构服务质量管理的研究已有不少积累，但聚焦市场化干部教育培训机构的针对性研究相对匮乏。本文以K公司这一市场化干部教育机构为典型案例，以人力资本理论、服务质量理论为支撑，采用SERVQUAL模型，从有形性、可靠性、保证性、响应性、移情性五个维度开展学员调研，测度其对培训服务的期望与实际感知差异。本研究既进一步丰富了市场化干部教育机构服务质量评价这一细分领域的研究成果与理论内涵，也能为SERVQUAL模型在干部教育培训场景的具体应用提供案例支撑，进而为该领域的服务质量理论研究补充实践经验。

（2）现实意义。从实践层面看，一方面，本文的研究首先能直接助力K公司优化服务质量、提升市场竞争力。通过SERVQUAL模型分析，帮助其理清干部教育培训服务质量的核心影响因素，精准定位运营中易被忽视的隐性问题，进而在资源投入、流程管理等方面针对性优化，提升学员满意度与品牌辨识度。另一方面，研究结论也能为同类型干部培训机构提供实践参考，通过剖析K公司的服务质量问题及优化策略，可帮助行业内机构更清晰地把握市场化干部教育培训的服务痛点与改进方向，为行业整体的服务规范与市场拓展提供可借鉴的实操思路。

## 1.2 国内外研究现状

## 1.2.1 国外研究现状

### (1) 干部教育培训相关研究

“干部”一词是舶来词，并非汉语固有词汇，但在我国的政治与社会语境中，其内涵已形成鲜明的本土特色。在我国现行制度框架下，“干部”具体指在国家各级党政机关、企事业单位、人民团体等机构中担任公职，或承担领导、管理、专业技术等职责的人员。这一特定定义，与国外相比已形成了契合我国体制特点的差异化内涵。结合本文研究内容，我国的“干部”与国外公务员所指相近。在国外，杰伊·M·谢夫利兹（1997）曾将培训活动比作人事管理大家族中的非亲生子。伴随着现代管理理念的深入人心，培训活动已经成为职能管理过程中最重要的内容<sup>[3]</sup>。相关研究集中在以下几个方面：

一是针对培训内容的实用性研究。近年国外学界对公共部门人员（对应我国干部）培训内容的实用性设计关注度较高。Smith（2020）聚焦欧洲多国公务员培训的多元主体运作模式，指出这些国家通过搭建政府、市场、社会协同参与的培训机制，将市场领域的客户导向理念融入培训全流程——从项目竞标规则的明确、培训内容与岗位职能的匹配，到培训对象的层级分类，均围绕履职需求展开细化设计，以此解决培训市场化推进中内容与实际脱节的问题<sup>[4]</sup>。Jones（2019）则从履职能力提升的角度切入，认为公共部门人员作为公共服务的核心执行者，其政治鉴别、危机处置、统筹协调等能力中，领导能力与基础统筹能力是履职的核心支撑，因此培训内容应重点向沟通协作、组织执行等实操模块倾斜，通过理论讲解+岗位场景模拟的形式强化能力转化<sup>[5]</sup>。Moqvist（2012）则是结合公务员实际工作设置培训内容。他认为，由于公务员都是国家政府部门的工作人员，在政治鉴别、科学领导、统筹协调、危机处理、开拓创新等方面的能力中，科学领导能力和统筹能力是公务员需要基本具备的，所以公务员培训的内容着重点应该放在公务员沟通能力与组织能力的培养上<sup>[6]</sup>。针对我国干部教育培训的特色载体，Hansen（2021）在其研究中提及，我国党校作为干部培训的主渠道，既承担党员干部的政治素养培育职能，同时也是国家政策宣传与解读的重要平台，这一观察也体现了国外学界对我国干部培训特色机制的关注<sup>[7]</sup>。

二是针对培训活动的实效性研究。Steve W. J. KDzlawski（2001）表示，只有从垂直与水平两个方面入手，才能有效提高培训水平<sup>[8]</sup>。水平培训，是指在同一个层面上传播知识、培养技能；垂直培训，主要指培训机构、培训对象两方面内容，只有两项内容都产生明显的培训效果，才能提升培训活动的有效性。因此，培训活动不仅会使培训对象受益，也会对组织发展起到积极促进作用，理应得到组织的理解与支持。这样的有效性与组织发展结合起来，当组织出现问题时，就能够意识到个人培训对于组织的重要性。Winfred Arthu 等人（2004）专注于这方面的研究长达三十多年，认为要想增强培训效果，需要注意如下问题：准确把握培训需求、合理确定培训内容、选择适宜的培训方法等。

多年来, 培训行业从无到有、从简单到专业, 培训的质量逐渐受到重视, 如何提升质量需着重思考<sup>[9]</sup>。Tom W Goad (2010) 通过现实案例研究, 总结成人教育应当遵守的原则, 即学会在工作过程中学习, 习惯循序渐进、反复练习, 消除对学习的恐惧心理, 养成启发式学习的良好习惯<sup>[10]</sup>。

## (2) 服务质量相关研究

20 世纪 70 年代末至 80 年代初期, 服务质量的研究进入蓬勃发展期, 大量专家及学者涌入该领域中, 使得相关理论得到进一步的发展。

一是针对服务质量定义的研究。Sasser (1978) 明确指出服务质量与有形商品质量的区别。他认为, 服务质量不同于有形商品质量, 不仅仅要关注于结果, 服务的过程也需要强调<sup>[11]</sup>。20 世纪 80 年代初期, 芬兰学者格朗鲁斯(Grönroos)根据认知心理学的基本理论, 首先提出了顾客感知服务质量模型。他认为顾客期望质量和顾客实际感知质量存在的区别, 并且服务质量应分为功能质量和技术质量两种。前者是指顾客获得服务的内容及方式, 是一种服务性质判断; 后者是指顾客评价服务的过程及结果, 是一种满意程度的判断。Grönroos (1982) 认为服务质量是一个主观感知结果, 取决于顾客期望和实际感知的高低对比。若前者高于后者, 说明服务水平低于顾客预期, 顾客对于服务水平相对不满意; 反正则说明服务质量较好, 超越了顾客期望<sup>[12]</sup>。此模型一经提出, 便引起了广泛和持续的讨论, 对后续服务质量理论的研究具有重大的基础性意义。Parasuraman、Zeithaml 和 Berry (1985) 与 Grönroos 观点有所差异, 他们认为顾客对服务的衡量不仅涉及到服务本身, 也包括服务过程。顾客对服务质量的感知是多维度的, 而不是单一维度的, 他们将服务质量定义为顾客感知服务与期望服务之间的差距<sup>[13]</sup>。

二是针对服务质量内容的研究。Grönroos (1984) 提出了可感知的服务质量模型, 同时把服务质量进行了划分, 即分为技术性质量和功能性质量<sup>[14]</sup>。在此基础上, Lehtinen (1982) 提出将服务质量分成设计质量、交互质量和企业质量三个方面<sup>[15]</sup>。Gummesson (1988) 又进一步将服务质量细分, 即设计质量、生产质量、过程质量和产出质量四大要素<sup>[16]</sup>。Parasuraman、Zeithaml 和 Berry (1988) 基于已有学者研究成果, 提出 SERVQUAL 量表, 并在 1988 年将服务质量维度总结为五个方面: 有形性、可靠性、响应性、保证性和移情性<sup>[17]</sup>。后续 Brady & Cronin (2001) 将服务质量总结为交互、环境、结果三个维度<sup>[18]</sup>。Magnuson (2010) 认为服务质量是交互体验、环境体验和结果体验的集合。交互体验是接受服务过程中感受到的态度, 流露出的情感, 员工的专业程度, 个人能力等组成; 环境体验是服务过程中所处的布置、氛围等要素; 结果体验包含等待服务耗时, 性价比感受等组成<sup>[19]</sup>。

## (3) 教育培训服务质量相关研究

国外教育培训服务质量研究已从传统模型的套用转向情景化的适配, 近年更聚焦实用性与技术融合, 形成了分领域递进的研究格局。

一是在高等教育领域，早期研究以经典模型为核心。Kwan 和 Paula（1999）和 Ham（2003）直接采用 SERVQUAL 模型五维度，仅修订测度问项以适配教育场景<sup>[20]</sup>；Owlia（1998）则突破传统框架，提出“学术资源、服务能力、服务态度、服务内容”四维度模型<sup>[21]</sup>。近年来更侧重公平性与包容性，OECD（2011）在报告中新增“资源可及性”维度，强调通过数字化手段缩小不同群体的教育服务差距<sup>[22]</sup>。

二是在职业教育培训领域，始终以岗位适配为核心。European Commission（2020）通过实证研究指出，课程与岗位需求匹配度、实训实操占比、就业指导有效性是服务质量关键要素，企业参与课程设计的项目学员就业率显著提升<sup>[23]</sup>。同时，Cedefop（2021）证实师资实践经验与企业合作深度对服务质量具有显著影响，具备丰富实践经验的教师能够将理论知识与实际操作有效结合，而深度的校企合作则确保了培训内容与产业技术发展同步，共同构成了高质量职业教育的基石<sup>[24]</sup>。

三是在数字化教育场景下，服务质量维度持续拓展。Seyed Danesh（2018）认为在线学习是网络科技在知识服务领域中的扩展，这种新型的教育方式，在传统线下教育的基础上，融合了互联网科技功能<sup>[25]</sup>。

## 1.2.2 国内研究现状

### （1）干部教育培训相关研究

国内学界围绕干部教育培训的研究已形成较为丰富的成果，主要集中在行业发展环境与形势、培训模式与质效提升、以及新时代背景下的新要求与路径三个方面。

在干部教育培训行业所处形势层面，学者们普遍注意到，随着我国经济社会发展和干部队伍建设需求的多元化，干部教育培训的市场化与开放性成为不可忽视的趋势。栾盈菊（2008）在分析中指出，干部培训活动的普及推动了市场化进程，但现阶段供给结构仍滞后于多层次、多类型的学习需求，尤其在专业化、定制化课程方面存在明显缺口<sup>[26]</sup>。程波（2011）进一步强调，市场机制将在资源配置中发挥更大作用，需要在政府引导下培育良性竞争环境，逐步培育市场化的培训主体，探索建立与中国国情相适应的办学体制与管理模式，同时完善行业竞争规则以构建公平的市场环境，这一方向也成为此后较长时期内干部培训行业的核心发展导向<sup>[27]</sup>。部分研究还从历史经验与发展规律的维度展开，特别是对中国共产党干部教育的历史脉络与经验总结开展了持续研究。郑曦（2023）基于中国共产党百年干部教育培训实践，系统梳理了其历史脉络，提炼出“坚持政治引领、聚焦能力提升、分层分类施教”的核心经验，并指出新时代干部教育培训需进一步强化需求导向、优化资源配置，为当前培训机构提升服务质量提供了重要的历史借鉴<sup>[28]</sup>。陈燕楠（2012）则结合干部教育培训相关政策要求与实践需求，聚焦方式方法创新这一核心实操环节，深入剖析了培训方式方法创新的核心趋势与实践路径。他指出，随着时代发展，干部教育培训方式方法正朝着更加多元化、个性化、实践化的方向发展，其中

强调要重视直观体验的价值，通过现场教学等体验式形式强化党性教育与实践认知，切实提升培训的针对性与实效性<sup>[29]</sup>，这些创新趋势对于提升干部教育培训服务质量具有重要意义。结合新时代背景下的新要求，伴随《条例》的修订与干部队伍建设目标的升级，学界开始更多关注培训机构如何在服务党和国家事业发展中提升综合能力，并围绕治理现代化、高质量发展、数字化赋能等展开探讨。徐志伟（2024）结合《条例》精神指出，干部教育培训机构应着力提升服务力、支撑力与贡献力，聚焦补短板、强弱项、固底板、扬优势，加快培训体系现代化建设。他强调，高质量培训不仅要满足干部能力提升的直接需求，更要在服务国家战略、推动地方发展中彰显价值，并在贡献社会中增强自身综合实力与品牌影响力<sup>[30]</sup>。

在培训模式和质效提升方面，王静毅（2013）将我国干部教育培训归纳为党校培训模式、行政学院培训模式和干部学院培训模式三类，指出这些模式普遍存在内容同质化、方法偏重讲授、机制衔接不畅等问题。培训方法多采用讲授式，互动式、体验式教学应用不足；培训机制缺乏动态评估与反馈环节，导致培训效果难以量化落地，因此他提出要在传承传统培训模式政治引领优势的基础上，构建开放型培训体系，引入市场化的培训资源竞争机制，以此推动培训质量的系统性提升，这一观点也为后续行业的多元化发展提供了理论参考<sup>[31]</sup>。刘庆斌（2015）则从“理念迭代”的角度提出，随着数字化转型、国家治理现代化等时代背景的变化，干部培训需跳出传统思路，及时更新培训理念，适配时代需求，顺应信息化与治理现代化的趋势，从单向灌输转向互动参与，并持续优化课程结构与案例选取，使之更贴近干部履职实际<sup>[32]</sup>。陈一鸣（2015）则从个性化需求切入，强调教学设计须依据岗位职责与个人发展阶段量身定制，通过模块化课程与差异化辅导增强培训的针对性、实效性和精准性，也为培训机构在设计服务方案时提供了理论指引<sup>[33]</sup>。

总体来看，上述研究从政治引领、能力生成、数字化赋能、质量评估等不同维度，剖析了新时代干部教育培训机构的发展方向与实现路径，体现了学界对服务党和国家战略、提升综合贡献力的高度共识，为培训机构在复杂多变的环境中找准定位提供了多维参考。然而，针对市场化培训机构在服务质量各维度的测评与改进策略研究仍较有限，尤其缺乏将学员感知差距与机构管理实践相结合的深入剖析，这恰是本文以 K 公司为案例进行探索的出发点与价值所在。

## （2）服务质量相关研究

国内关于服务质量方面的理论研究相对起步较晚，在结合国外研究成果的同时，也形成了一些新颖独到的观点和良好的应用。

在服务质量定义方面，郑秉治（1995）从顾客感知的角度提出，服务质量的核心在于服务组织通过信息传递，引导消费者形成对服务水平的合理预期，凸显了顾客主观感知在质量定义中的核心地位<sup>[34]</sup>。这一观点揭示了服务质量形成的认知交互性，即服务质

量的最终评判权归属于顾客，且依赖于组织与顾客间的信息对称程度。朱沆、汪纯孝、岑成德等（1999）则立足中国企业实践场景，从企业发展价值的视角切入，将服务质量界定为影响企业经营收益、销售效果及竞争优势的关键因素。并进一步细化其构成属性，提出服务质量应涵盖环境质量、技术质量、情感质量、关系质量和沟通质量五个核心维度<sup>[35]</sup>，弥补了单一顾客视角定义的局限性，丰富了服务质量的内涵界定。昭靖、石平川、郭政（2011）对服务质量的构成要素进行了研究，提出交流感受、实体环境、最终结果三个核心内容，其中交流感受可以阐述为在服务过程中的亲和度、行为感知；实体环境可以解释为产品设计、社会环境；最终结果是感知有效、有形性和及时度。另外，也有学者提出服务质量的技术要素、职业要素、外形要素和真实瞬间，技术要素依然代表结果和体验、职业要素是服务人员仪容仪表、言谈举止等一切体现专业性和态度的集合；外形要素则指企业软实力的集合；真实瞬间是描述顾客和企业员工提供服务的过程<sup>[36]</sup>。综合来看，服务质量既是顾客心理预期的满足程度，也是企业通过多维度要素配置实现价值传递的综合能力。

在提升服务质量方面，学者们作了有效性探索。范秀成（1999）从服务交互过程的视角分析了如何提高交互质量。他认为服务是企业竞争的重要工具，高质量的交互不仅能直接改善顾客体验，更能通过正向反馈转化为企业的绩效优势，而提高服务质量的关键一环是做好服务交互<sup>[37]</sup>。在服务质量的评价维度上，伍小秦等人（2000）提出了不同的观点。他通过实证研究提炼出服务质量的五大关键影响要素，即功能性、经济性、舒适性、安全性、文明性<sup>[38]</sup>。提升服务质量需围绕这五个要素进行系统优化，尤其是要平衡功能性与经济性的性价比关系，同时关注非功能性要素对顾客满意度的隐性影响。这一研究为服务质量提升提供了可操作的要素清单，为相关实践进一步明确方向。在顾客层面上，学者们逐渐从客观指标测量转向顾客主观感知，强调评价应紧扣顾客的真实体验与心理需求。洪志生等人（2012）基于对感知服务质量是主观评价的共同认可上，明确提出服务质量研究需以顾客心理角度为切入点，即服务质量的高低最终由顾客的主观感受决定，而非单纯依赖客观标准<sup>[39]</sup>。这一观点要求研究者和实践者应该在开展服务质量研究时，将顾客的心理角度作为切入点，更关注顾客的需求层次、认知偏差以及心理机制。

SERVQUAL 模型在教育相关的服务行业的应用方面，严毅坚（2007）针对考研辅导机构的服务营销方面展开调查，并发现存在师资、诚信和质量等方面的问题。通过对评判维度的调整和模型的应用，发现调查对象最看重的是指导质量，包含移情性和响应性两个维度，其次才是有形性和可靠性<sup>[40]</sup>。韩彩云（2012）提出影响考研辅导机构感知服务质量的四个因子，并按重要程度依次排序为：教学质量、管理水平、教学环境和师生关系<sup>[41]</sup>。汤慧莹（2019）对我国服务质量评价体系进行了深入研究，她对体系内容构成进行了详细介绍，并提出了未来的发展方向以及具体的优化建议<sup>[42]</sup>。陈香未（2022）基