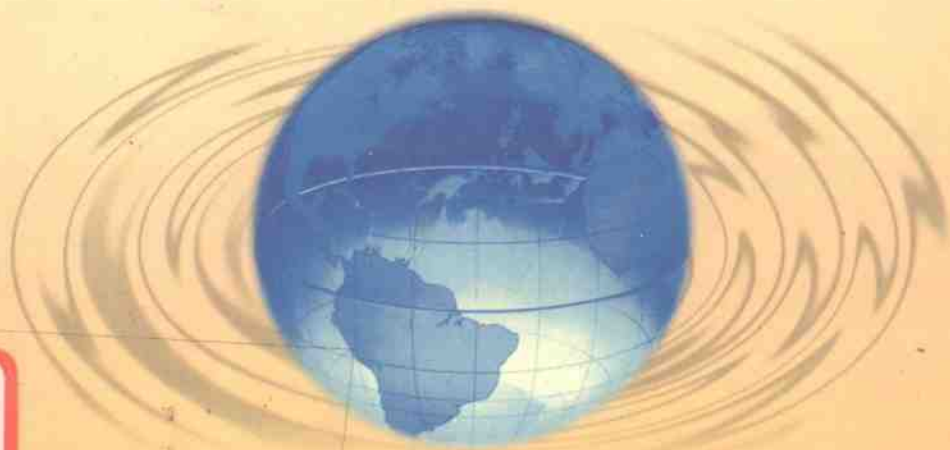


陈 渭 主 编

国际服务质量管理 标准实施指南

ISO 9000族标准
在服务业的应用



中 国 标 准 出 版 社

F719-65

2

F719-65

2

国际服务质量管理标准 实施指南

ISO 9000 族标准在服务业的应用

陈渭 主编

中国标准出版社

国际服务质量管理标准 实施指南

ISO 9000 族标准在服务业的应用

陈渭 主编

中国标准出版社出版

北京复兴门外三里河北街 16 号

邮政编码:100045

电 话:68522112

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

版权专有 不得翻印

开本 850×1168 1/32 印张 13¼ 字数 385 千字

2000 年 3 月第一版 2000 年 3 月第一次印刷

ISBN 7-5066-2169-X/Z·369

印数 1—2000 定价 40.00 元

标目 403-002

编委会名单

主 审 李忠海

主 编 陈 渭

副主编 郑 力

编 委 郑金华 侯兰锡 刘 明

于丽平 刘亚民 于 敏

宋立秋 赵润生 吕 妍

朱贞爱 崔庚宇 邱兆军

沈 平

序

随着世界经济科学技术的发展,特别是全球经济一体化进程的加速,服务产业已成为世界经济的新的增长点。80年代以来,全球的服务业发展迅速,增长幅度远远高于整个经济增长,如欧洲联盟许多国家的服务业增长率已为经济增长率的1.5倍,服务业产值占50%以上;西方一些发达国家的消费者的服务消费支出已占其总消费的1/2以上。由于服务产业的发展,为劳动者提供了大量就业机会,美国3/4的劳动人口和日本的2/3劳动者都投入了服务业。我国香港特别行政区的劳动人口中每四人便有三人从事服务产业,服务业在1995年就占香港生产总值的83.8%,近十年来服务业提供了约90万个就业机会,整个服务行业1996年就雇用了235.8万人。有人毫不夸张的估计,在21世纪中服务业将代替制造业形成重要的世界经济支柱。

改革开放以来,我国的服务业也取得了显著发展,据世界贸易组织(WTO)统计资料,服务贸易出口增长率就大大超过国际同期平均水平。党和国家领导人非常重视服务业的发展,江泽民主席在党的十五大报告中要求:“鼓励和引导第三产业加快发展”。但应认识到服务产业还远远不能适应我国国民经济发展的需要,特别是服务质量极不尽人意,是近年来质量投诉的焦点,也是影响服务产业高速发展,提高国内外服务产品竞争力的难点。提高服务质量,将是我国“鼓励和引导第三产业加快发展”的一项十分重要工作,它关系到进一步对外开放和推进国民经济高速发展;关系到“礼仪之邦”的全民素质的提高;关系到促进精神文明建设和社会风气的端正;更关系到社会主义市场经济体系的有序化和国内外服务市场的竞争。为此,国务院颁布的《质量振兴纲要》(1996~2010年)提出:“经过5至15

年的努力,使我国的服务质量跃上一个新台阶”,“到 2000 年全面推行服务质量国家标准,初步实现服务质量的制度化、程序化、标准化。到 2010 年,服务质量基本达到国际标准”。

国家质量技术监督局为加强服务质量标准化管理,在 1994 年就及时等同转化 ISO 9000 族标准中的 ISO 9004-2:1991,制定颁发了 GB/T 19004.2—1994(idt ISO 9004-2:1991)《质量管理和质量体系要素 第 2 部分:服务指南》,并在全国范围组织宣贯和实施试点。但由于服务类产品面宽而广,它涉及的接待、交通、通讯、健康服务、维修、公用事业、贸易、金融、行政管理、技术服务、采购合同、科学等的服务特性和提供过程控制要求各异,需要在试点的基础,区别对待,分别指导。历经多年的研究探索,跟踪试点,包括及时跟踪 ISO 9000:2000 版的发展,结合一些商贸、旅游、宾馆、饭店、勘探、科技服务等服务行业建立服务质量体系、加强服务质量管理,开展合格评定等方面积累经验和资料的基础上,由原《宣贯指南》主编陈渭同志主持编写了本《国际服务质量管理标准实施指南》,内容具体详实,操作性强,可供各服务产业,包括加工产品售后服务,实施 ISO 9000 族国际标准,建立服务质量体系,开展服务质量管理,开展合格评定,进行宣贯培训的参考和指南之用,为实现国务院《质量振兴纲要》(1996~2010 年)有关“服务质量跃上一个新台阶”的要求做出贡献。

李忠海

99.12.26

前 言

改善和提高生活质量,是人类推动经济发展永恒的动力。随着生产力和科学技术的发展,到 21 世纪,与人类生活质量密切相关的服务产业将进入一个唱主角的崭新世代。事实上,20 世纪的后期,世界各国,特别是发达国家的服务产业和产品高速发展,已成为各国新的经济增长点和支柱,如:

1. 80 年代以来,国际间服务贸易每年都超过 1 万亿美元,已占全球贸易总额的 20%~25%;

2. 欧洲联盟各国的服务业经济增长率是经济平均增长率的 1.5 倍,1996 年服务业产值实际已占欧盟统一市场的 50%;

3. 美国等西方发达国家每消费 100 美元,就有 50 美元以上用于服务(产品);

4. 美国劳动人口的 3/4,日本劳动人口的 2/3 都是从事服务业的员工;

5. 我国的香港和台湾地区的从业人员也是 3/4 从事服务产业。据统计,香港的服务业 1995 年产值就占其生产总值的 83.8%;过去的 10 年中香港的服务业就为当地提供了约 90 万人就业机会,1996 年统计,香港服务产业从业人员高达 235.8 万;台湾从服务产业发展的实践中已认识到:“服务业将决定今后的竞争力”,事实上制造业已开始转化,主动地把资源(人和投资)向服务产业转移。

为了适应全球经济发展的总趋势,世界贸易组织(WTO)为了规范国际间的服务贸易,于 1994 年制定了《服务贸易总协定》并已于 1995 年 1 月生效,它与《关贸总协定》、《知识产权总协定》共同构成世界贸易组织(WTO)协调国际贸易、保障自由贸易、维护公平竞争、发展全球经济的三大武器。但是,《服务贸易总协定》基本上还只是

一个框架,许多内容有待补充。国际标准化组织(ISO)认识到 21 世纪将开始一个革命化的经济力量转型,人们将生活和工作在一个服务业占主导经济地位的社会,需要规范化的“游戏规则”,不失时机地把服务产品列为产品通用类型,在 ISO 9000 族《质量管理和质量保证》国际标准中制定了 ISO 9004-2《质量管理和质量体系要素 第 2 部分:服务指南》国际标准。改革开放以来,我国对发展服务产业极为重视,到 1997 年为止,我国商品贸易已有国营批零网点 110 多万个,从业人员 3000 万;民用航空运输共有运输飞机 485 架,运营机场 140 个,开通国际航线 100 多条,通向 30 余个国家近 70 多个城市,国内航线 700 余条,运输总周转量 86.5 亿吨公里,旅客运输量 5600 多万人,中国民航在世界排名已上升为第五位,铁路已开通旅客列车 1100 对;我国已有旅游、涉外饭店 3700 余家;通讯电话网络总容量超过 1 亿门,程控比例高达 98.5%,移动电话用户近 300 万户,无线寻呼高达 2500 万户。这些事例充分说明我国服务产业已有一定的发展规模。

但是,在评价我国服务产业成绩的同时,也要冷静地看到,和发达国家相比,无论在规模上还是在服务质量上还存在不小的差距,主要表现在服务管理上的无序。为加强服务质量标准化管理,国家质量技术监督局在 1994 年等同转化了 ISO 9004-2 为国家标准 GB/T 19004.2—ISO 9004-2《质量管理与质量体系要素 第 2 部分:服务指南》(以下简称 ISO 9004-2)并及时认真地跟踪 ISO 9000:2000 版的新发展,在统一认识、转变观念基础上,积极组织实施,努力做到服务质量管理与国际接轨。

编者

于 2000 年春节

目 次

第一章 概论	(1)
第一节 服务(产品)与质量	(1)
第二节 质量管理和质量保证国际标准	(10)
第三节 GB/T 19000—ISO 9000 族标准的基本结构	(16)
第四节 GB/T 19000—ISO 9000 族标准的一般原则	(18)
第五节 服务业实施 GB/T 19000—ISO 9000 族标准的意义	(20)
第二章 GB/T 19000—ISO 9000 族标准的选择和使用	(22)
第一节 服务业质量管理和质量保证的有关术语定义	(22)
第二节 GB/T 19000.1—ISO 9000-1 质量管理和质量保证标准的选择和使用	(26)
第三节 可供服务业选择的质量保证模式——GB/T 19001—ISO 9001 和 GB/T 19002—ISO 9002 标准	(30)
第三章 质量管理和质量体系要素	(38)
第一节 概述	(38)
第二节 质量体系要素	(40)
第三节 质量体系的建立和运行	(58)
第四节 质量体系文件	(62)
第五节 质量体系的持续改进——管理评审	(73)
第四章 服务业的质量管理和质量体系要素——GB/T 19004.2—ISO 9004-2《服务指南》	(75)
第一节 概述	(75)
第二节 服务(产品)特性及其控制	(76)
一、基本概念	(76)

二、服务特性	(77)
三、服务特性的控制	(79)
第三节 服务质量体系要素	(81)
一、概述	(81)
二、最高管理者的职责	(84)
三、人员和物质资源	(87)
四、质量体系要素与结构	(89)
五、与顾客接触	(92)
第四节 服务质量体系的运作要素	(93)
一、市场开发过程	(93)
二、设计过程	(96)
三、服务提供过程	(103)
四、服务业绩的分析和改进	(106)
第五节 服务质量体系的建立与实施运行	(109)
一、服务质量体系的建立	(109)
二、质量体系文件的编制	(114)
三、质量体系的实施和运行	(119)
第五章 服务质量体系的审核	(126)
第一节 体系审核的一般原则	(126)
第二节 内部体系审核的策划和实施	(131)
第三节 内部审核员的资格与培训	(157)
第六章 旅游服务质量管理和质量体系	(162)
第一节 概述	(162)
第二节 旅游服务的质量特性及其控制	(164)
第三节 旅游服务的质量体系要素	(172)
一、旅游服务质量体系的结构	(172)
二、旅游服务质量体系的运作要素	(178)
三、旅游服务质量特性的过程控制	(204)
四、旅游服务质量体系文件的编制	(206)
第四节 旅游服务质量体系的建立和运行	(214)

一、旅游服务质量体系的建立	(214)
二、旅游服务质量体系的运行	(226)
三、质量体系和星级评定	(238)
第七章 关于 ISO 9000:2000 的发展概要	(243)
第一节 ISO 9000:2000 族标准体系结构概要	(243)
第二节 ISO 9000:2000 建立的若干新概念	(245)
第三节 ISO 9001:2000 质量管理体系要素概述	(249)
附录	(262)
附录一 认证机构认可业务范围	(262)
附录二 审核所用时间表(建议)	(264)
附录三 ×××科学技术服务中心建立与实施 GB/T 19001(2) idt ISO 9001(2) 质量体系工作计划 (实例)	(265)
附录四 商贸(批发及零售)ISO 9000 质量体系建立与实 施指南	(282)
附录五 ××勘察设计研究所《质量手册》(实例)	(307)
附录六-1 旅游服务一般过程分析与 ISO 9001 相关要素 对照表(实例)	(333)
附录六-2 客户委托设计并提供的旅游服务与 ISO 9001 相关要素对照表(实例)	(335)
附录七 旅游业实施 GB/T 19001(2)—1994 idt ISO 9001 (2):1994 国家标准实施意见(实例)	(336)
附录八 饭店服务 GB/T 19002 idt ISO 9002 标准实施指 南(实例)	(366)
附录九 GB/T 19001 idt ISO 9001 与 GB/T 19004.1~2 idt ISO 9004-1~2 质量体系要素对照表	(392)
附录十 旅游涉外饭店星级划分与评定标准(摘要汇编)	(393)

附录十一 《旅游涉外饭店星级的划分及评定》设备设施

评定标准..... (413)

附录十二 ××质量体系认证中心质量体系认证申请书

..... (429)

第一章 概 论

第一节 服务(产品)与质量

服务是一种范围非常广泛的活动和过程结果,是与人类社会和生产发展不可分割的共生体,为了建立服务(产品)和服务业及其质量特征的基本概念,必须把握服务本身的内涵和外延以及在社会经济生活中的作用。

1. 人类生产、经济的发展要求服务(产品)和服务业与之相适应

(1) 社会生产的专业化分工对服务业的发展起了促进作用。

社会化分工和专业化生产是生产力发展的必然结果,随着社会生产力的发展需要,使得相当一部分在社会发展初始阶段时只是为生产过程服务的劳动或为生产劳动提供附带性的服务劳动开始从直接生产劳动中分离出来,如通讯业、金融业以及接待、旅游业等。随着社会经济的发展,物质生产企业对服务的需求迅速上升,从中分化出来的直接或间接为物质生产和社会服务的行业会分化愈细,越来越多。

(2) 为了人类生存和发展的需要,随着社会生产率不断提高的需求,推动了各种服务行业的产生和发展:

如仓储服务、金融服务、保险服务、运输服务、动(电)力服务、维修服务、销售服务等直接为物质生产过程服务业务的发展,有助于劳动生产率的提高,同时也对诸如信息处理、广告宣传、营销策划等间接为社会、经济服务的行业日益发达。

(3) 科学技术作为第一生产力,在当今经济生活中以独特性、战略性和风险性的特征进入市场,以新的服务业形式对社会经济生活产

生巨大的推动力。

①科学技术发展提高了服务业的生产力,加速了服务现代化,如:

A. 先进的服务设施有利于改进服务质量和条件,如大型、高速、舒适的交通工具,快捷安全的通讯手段;

B. 先进的服务设施改善了人类的生活,工作条件;

C. 先进的服务设施缩短了人类活动所需要的时间、空间,从而也大大提高了人类生活质量和劳动生产率。

②科学技术的发展促进了新的服务行业的不断产生。

科学技术发展,大大提高了人类的生活质量和工作质量,不仅有会计、法律、咨询等提供各种需要的服务,而且使得大量的劳动力转向服务行业,不仅改变了产业结构,也对原有产业的改革提供了机会和保障,有利于社会生产力进一步发展。

科学技术发展改变了为顾客提供服务的方式,尤其是电子、航天、生物、材料等新技术的应用,给生产带来了一场革命,大大提高了物质生产过程的效率,推动了服务由劳动密集性向知识密集型、技术密集型转化,从而使服务业能更好地提供优质服务,改变了人类的传统生活方式。

(4) 商品流通的数量增加、流通半径的扩大,要求运输、通讯等服务业的发展,从而也推动了与运输、通讯业有关的金融、邮电、广告、商贸、旅馆、餐饮等服务行业的迅速发展。

(5) 商品生产和服务在经济发展中形成相辅相成的关系,要求在发展商品生产的同时必须有相应的服务提供,构成国民经济整体:

①制造业和其他商品生产,即物质商品生产为服务业提供了广阔的基础,为服务业的开拓和发展提供了可能。如有现代化的交通工具才有现代的旅游业。

②服务业的发展为制造业的现代化提供了条件。制造业的现代化离不开金融业、保险业、法律保证、会计事务、广告形象、信息咨询、资料处理、公共关系等条件的支持和配套。

(6) 随着生产率提高,人民生活富裕,要求大幅度提高生活质

量,要求在卫生保健、旅游娱乐、教育培训等方面从社会得到高质量的服务,客观上要求服务业从深度和广度上有更大的发展。

2. 社会生活和消费是服务业发展的原动力

(1) 人口数量的不断增加是推动服务业发展的客观动力。

人类社会活动中,人口数量、性别、年龄、文化程度等因素,直接构成对社会服务需求,决定了服务业的结构和规模。当前的趋势是:

①世界总人口数量的迅速增加,他们的衣、食、住、行必然客观上要求一定结构、规模的服务业满足其需求。

②人口年龄层次变化,也制约着服务业的结构特征,如近年来许多国家人口趋于老龄化,为了满足老年人健康长寿的需要,必然为诸如卫生保健、医疗、保险、旅游、娱乐、文化等服务业发展提供机会和要求。

③家庭结构随着人口增加发生的变化,对服务产业的发展提出了新要求,如:

A. 家庭小型化趋势使家庭单位数量增加,给家庭保险、金融、维修、商贸、旅游、餐饮、文化、教育、娱乐、医疗保健、邮电、通讯等的发展提供了广大的市场;

B. 妇女就业人数的增多,家庭收入增长,不仅为服务消费提供更大的市场,同时由于妇女大量从家务劳动中摆脱出来,需要建立社会化服务满足诸如托儿、家务代理、家政服务、餐饮、家庭护理等需要;

(2) 人类生活质量提高必然要求消费水平和质量与之相适应。从本质上说,消费是人类生产的目的,也是生产发展的原动力,消费是服务产品的直接提供结果,服务业的发展与人们消费结构和消费水平直接相关。

①消费观念的现代化是决定人们对服务需求的重要因素,如现代人对旅游的需求,不仅国内旅游,而且要出国旅游,本身取决于消费价值观念的变化而对旅游产品的需要;又例如当代人们对金融、保险、投资、卫生、保健、美容、健身等的需求,无一不说明人们消费价值观念对服务产品的决定作用。

②不同人群的消费要求,也决定服务产业的结构和形式,不同人群有不同的消费观念和要求,如青年、老年、工薪阶层、双职工家庭对服务产业都有不同的要求,决定了服务产业的组织形式和结构,这是必须考虑的因素。

(3) 随着生产效率提高,消费价值观念变化及社会和个人财富的积累,必然用于服务产品的消费支出出现上升趋势,已成为当今社会衡量社会经济发达程度的标志。19 世纪末期,德国经济学家、统计学家恩斯特·恩格尔提出一个定律,即恩格尔定律:

①随着家庭、个人的收入增加,用于购买食品的支出占家庭收入比重下降,即恩格尔系数下降;

②随着家庭收入的增加,用于住房和家务消费的支出占家庭收入的比重大体会保持不变;

③随着家庭收入的增加,用于其他方面的支出(如教育、保健、交通、文化、娱乐等方面的支出)和储蓄占家庭收入的比重迅速上升。

恩格尔定律基本描述了一个国家发达和富裕的必然规律,国家和家庭富裕的标志是恩格尔系数下降,而用于服务产品如金融储蓄、教育、保健、通讯、交通、旅游、文化娱乐等支出的迅速增加,目前发达国家,如美国的恩格尔系数为 17%、日本为 26%、法国为 21%,而在服务产品的消费上,美国已达 59% 以上,日本为 45% 左右,其他国家也大约在 40%~50% 之间。从上述数据可以充分体现社会发展,人们富裕结果。

(4) 随着国民经济和社会生活的发展,国际标准化组织(ISO)为了规范社会生产和质量管理,根据产品的不同特征,把产品分为四大通用类别,即硬件、软件、流程性材料和服务,如表 1-1。

表 1-1

产品类别	产 品 种 类
(1) 硬件	由制作的零件和部件组成或由其组装成的产品
(2) 软件	由书写或其他手段记录信息、概念、事物或程序组成的诸如计算机软件之类的产品

续表

产品类别	产 品 种 类
(3)流程性材料	由固体、液体、气体或其组合体构成的包括粒状材料、锭状、丝状或薄板状结构(最终或中间)产品,流程性材料常用容器(如桶、包、罐、盒、管线或成卷交付)包装
(4)服务	无形产品,即提供与计划、代销、指导、供货、改进、评议、培训、操作或维修有形产品等活动有关的全部或主要的或综合了各种特性的产品。全部通用产品类型只有在需方同其接触并观察到其效益、时间和地点时,才能向需方表现出本身的价值。而服务的价值主要是在同需方接触的特定时间和地点由行动表现出来

由于服务类产品不易用简要文字表述,而且涉及范围量大面广,GB/T 19004.2—1994—ISO 9004-2:1991《质量管理和质量体系要素 第2部分:服务指南》国家标准附录A列举了以下事例(表1-2):

表 1-2

服 务	事 例
(1)接待服务	餐饮、饭店、旅行社、娱乐场所、广播、电视、度假村
(2)交通与通信	机场、空运、公路、铁路和海上运输、电信、邮政、数据通信
(3)健康服务	医疗所、医生、医院、救护队、医疗实验室,牙医、眼镜商
(4)维修	电器、机械、车辆、热力系统、空调、建筑、计算机
(5)公用事业	清洁、垃圾管理、供水、场地维护、供电、煤气和能源供应、消防、治安、公共服务
(6)贸易	批发、零售、仓储、配送、营销、包装
(7)金融	银行、保险、生活津贴、地产服务、会计
(8)专业	建筑设计(建筑师)、勘探、法律、执法、安全、工程、项目管理、质量管理、咨询、培训教育
(9)行政管理	人事、计算机处理、办公服务
(10)技术	咨询、摄影、试验室
(11)采购	签定合同、库存管理
(12)科学	探索、开发、研究、决策支援

注:生产性公司在其市场销售系统和售后活动中也提供内部的服务,从而把服务类产品纳入统一的市场运行规则中去。