

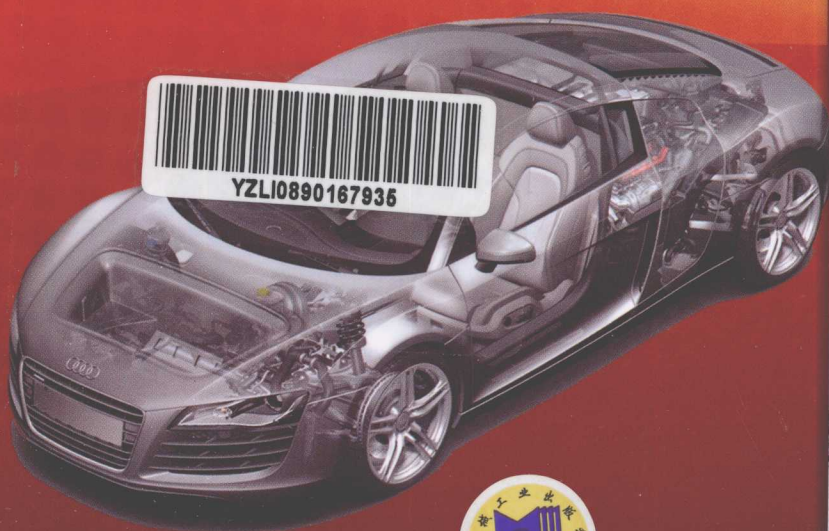
汽车维修业务接待员专业培训教材

如何做好 汽车维修业务接待

RUHE ZUOHAO
QICHE WEIXIU YEWU JIEDAI

第3版

贾逵钧 莫远 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车维修业务接待员专业培训教材

如何做好汽车维修业务接待

第3版

贾逵钧 莫 远 编著



YZLI0890167936



机械工业出版社

本书详细介绍了汽车维修业务接待员应掌握的应知应会知识,主要内容有:素质与职责、优质服务的学问与接待技巧、汽车构造与维修知识、汽车配件知识、维修收入与维修合同、机动车辆保险与理赔、计算机基本知识、消费心理学知识和业务接待英语等。

本书内容全面,条理清晰,通俗易懂,实用性强。可作为汽车维修业务接待员专业培训教材,亦可供汽车维修企业管理人员、检验人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

如何做好汽车维修业务接待/贾遼钧,莫远编著. —3版. —北京:机械工业出版社,2013.1

汽车维修业务接待员专业培训教材

ISBN 978-7-111-40791-1

I. ①如… II. ①贾…②莫… III. ①汽车—车辆修理—商业服务—技术培训—教材 IV. ①U472.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第301758号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:徐巍 责任编辑:徐巍

版式设计:赵颖喆 责任校对:张玉琴

封面设计:路恩中 责任印制:乔宇

三河市国英印务有限公司印刷

2013年2月第3版第1次印刷

169mm×239mm·23.25印张·451千字

0001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-40791-1

定价:49.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

近些年来，几乎所有的汽车维修企业都设立了汽车维修业务接待员。实践证明，训练有素的汽车维修业务接待员都给本企业带来了丰硕的经济效益和社会效益。

随着汽车维修市场的发展，汽车维修业务接待员这一职位越来越显示出其必要性和重要性，越来越受到汽车维修行业管理部门与企业领导的关注和重视，规范和提高汽车维修业务接待员职责和专业水平已成当务之急。

本书是专门为汽车维修业务接待员编写的培训教材，具有内容全面、条理清晰、通俗易懂、实用性强等特点，不但可供汽车维修业务接待员培训学习之用，亦可供汽车维修企业管理人员、检验人员、工程技术人员参考。

本书在编写过程中，得到了北京市运输管理局汽车维修管理处等部门及有关专家、学者的大力支持，在此一并表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，恳切希望读者批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 素质与职责..... 1

第一节 业务接待员的作用和素质

要求 1

一、业务接待的重要性 1

二、业务接待员的作用 2

三、业务接待员的条件 3

四、业务接待员的素质要求 3

第二节 业务接待员的职责 4

一、两种类型的企业 4

二、汽车维修业务接待员的职责 5

第三节 汽车维修行业职业道德..... 5

一、职业与职业道德 5

二、社会主义职业道德..... 10

三、汽车维修职业道德..... 14

四、汽车维修业务接待员职业道德

规范 18

第四节 业务接待礼仪规范 20

一、什么是礼仪 21

二、礼仪的基本原则和作用 21

三、个人礼仪 23

四、谈话中的礼仪 25

五、服务礼仪 25

六、汽车维修业务接待礼仪规范 ... 26

第五节 业务接待工作内容 29

一、车辆维修流程 29

二、业务接待工作程序及内容 31

第二章 优质服务的学问 34

第一节 重新考虑谁是你的客户 34

一、客户的扩展定义 34

二、假如你是客户 35

第二节 身体语言 37

一、什么是身体语言 37

二、身体语言的作用 37

三、如何运用身体语言..... 38

四、如何运用好身体语言 43

第三节 电话礼仪 43

一、什么是电话礼仪 43

二、电话礼仪的五项基本要素 44

第四节 职业习惯 49

一、准时 50

二、言而有信 50

三、承诺要留有余地 51

四、做些分外的服务 51

五、客户是最重要的 51

六、把同事看做客户 51

七、对客户表示理解 52

八、忍让在先 52

九、微笑服务 52

十、使用规范语言 52

第五节 企业形象 53

一、什么是企业形象 53

二、良好的企业形象有何作用 54

三、如何树立良好的企业形象 54

第六节 提供优质服务的方法 54

一、提供优质服务前的准备 54

二、提供优质服务的主要方法 55

第七节 言谈的技巧 64

一、言谈的作用 64

二、言谈的原则 64

三、称谓	65	四、汽车修理的基本方法和作业 方式	123
四、说话方式	67	第六节 汽车新技术知识	125
五、常用礼貌用语和禁忌语	69	一、以电控技术为主体的汽车 技术	125
六、交谈中的礼节	73	二、汽车新技术简介	135
第八节 接待客户的技巧	74	第七节 汽车维修设备	146
一、见面与欢迎时的技巧	74	一、汽车维修设备的分类	146
二、积极聆听的技巧	75	二、汽车维修专用设备	146
三、与客户沟通的技巧	76	第八节 常见汽车故障	157
四、处理愤怒客户的技巧	78	一、汽车故障诊断原理	157
五、处理异议的技巧	80	二、故障的诊断方法	157
第三章 业务接待员应具备的汽车 专业知识	82	三、汽车故障类型	158
第一节 汽车构造	82	四、常见汽车故障	159
一、汽车总体构造	82	五、常见故障产生的原因示例	165
二、发动机	82	第九节 汽车零配件知识	176
三、底盘	84	一、汽车配件耗损规律	176
四、车身	85	二、汽车配件分类	177
五、电气设备	90	三、汽车配件编号规则	178
第二节 汽车分类	99	四、汽车配件质量鉴别方法	184
一、按国家标准分类	99	五、配件的修复与更换原则	185
二、按用途分类	103	第十节 汽车维修术语	186
三、按发动机和驱动桥在汽车上的 位置进行分类	104	一、总概念	186
四、国外汽车分类	105	二、汽车技术状况变化	186
第三节 车辆识别代号 (VIN)	106	三、汽车维修工艺	188
一、汽车编号规则	106	四、汽车维修管理	190
二、车辆识别代号 (VIN)	109	五、其他术语	192
第四节 汽车主要技术参数	115	第四章 维修收入与维修合同	194
一、整车技术参数	115	第一节 工时定额	194
二、发动机技术参数	117	一、什么是定额	194
三、汽车的主要性能指标	117	二、什么是工时定额	194
第五节 汽车维护与修理	119	三、工时定额的种类	194
一、汽车维护	119	四、工时定额的制定方法	195
二、汽车维修	120	五、汽车维修工时定额的修订	197
三、汽车维修主要工种特点	121	第二节 汽车维修收入	197

VI 如何做好汽车维修业务接待

一、汽车维修企业的营业收入·····	197	六、机动车辆损失险与第三者责任险的区别·····	268
二、汽车维修收费标准及计算方法·····	198	第三节 机动车辆保险附加险·····	268
三、汽车维修收入的折扣与折让·····	200	一、机动车辆损失险的附加险·····	269
四、汽车维修中的几项重要统计指标·····	200	二、第三者责任险附加险·····	275
第三节 财务知识·····	202	三、特约险·····	279
一、支票·····	202	第四节 保险理赔·····	284
二、银行汇票·····	204	一、理赔的特点、意义和作用·····	284
三、票据·····	205	二、理赔工作人员应具备的条件·····	285
四、税收·····	210	三、理赔工作的基本原则·····	286
五、财务结算·····	212	四、保险理赔的主要工作内容及程序·····	288
六、现金、支票真伪识别·····	213	五、索赔的基本程序及各方的权利和义务·····	291
第四节 汽车维修合同·····	215	六、赔款计算·····	298
一、汽车维修合同的特征与作用·····	215	第六章 计算机技能必不可少 ·····	302
二、汽车维修合同的主要内容·····	216	第一节 计算机的基本知识·····	302
三、汽车维修合同的使用·····	216	一、计算机系统的组成·····	302
四、汽车维修合同的鉴证及仲裁·····	218	二、计算机系统的基本维护·····	305
第五章 机动车辆保险与理赔 ·····	220	三、计算机系统的简易故障排除·····	307
第一节 保险基础知识·····	220	第二节 汽配汽修管理软件的选择和使用·····	308
一、风险的概念与分类·····	220	一、对汽配汽修管理软件的基本要求·····	309
二、保险的要素与特征·····	221	二、价格·····	311
三、保险业务的种类·····	223	三、售后服务·····	311
四、保险合同·····	224	第三节 软件的基本功能介绍·····	311
五、保险的基本原则·····	234	一、系统的进入·····	311
第二节 机动车辆保险的基本险·····	240	二、接车·····	311
一、机动车辆损失险·····	240	三、车间调度·····	314
二、第三者责任险·····	245	四、库房管理·····	315
三、交强险·····	250	五、结算·····	317
四、保险金额与责任限额·····	265	六、统计分析·····	318
五、保险人、投保人、被保险人的义务·····	267		

第四节 信息技术在汽车修理厂的新应用	323	二、消费者的动机	333
一、网络推广	323	三、需要、动机与购买行为	335
二、网络短信群发	323	第四节 消费者的个性心理特征	338
三、电子商务	323	一、能力与消费心理	338
四、库存的条码管理	324	二、气质与消费心理	340
五、会员的 IC 卡管理	324	三、性格与消费心理	342
六、PDA 进行入场外观检测	324	第五节 社会群体的消费心理特征	346
七、LED 的客户服务看板	324	一、社会群体	346
八、车间的 LED 工作看板	324	二、年龄群体的消费心理特点	347
九、即时通信工具	324	三、性别群体的消费心理特点	349
第七章 消费心理学	325	四、不同职业群体的消费心理特点	350
第一节 消费心理学的产生与主要内容	325	五、家庭消费心理特点	353
一、什么是消费心理学	325	第六节 销售服务人员的心理素质	355
二、消费心理学的产生	325	一、销售服务人员购买行为的影响	355
三、消费心理学的主要内容	326	二、销售服务人员心理素质分析	355
第二节 消费心理学研究的意义和方法	327	三、销售服务人员的心理素质要求	356
一、消费心理学研究的意义	327	附录 业务接待基本英语	360
二、消费心理学研究的方法	328		
第三节 消费者的需要和动机	330		
一、消费者的需要	330		

第一章 素质与职责

第一节 业务接待员的作用和素质要求

一、业务接待的重要性

1. 没有业务接待将会怎样

20 世纪 90 年代以来,业务接待已逐步成为汽车维修企业经营管理的重要组成部分,业务接待员越来越显示出其在汽车维修企业中的重要作用。尤其是近年来,人们常把业务接待的好坏作为衡量汽车维修企业好坏的直接标准。客户这样看,绝大多数汽车修理厂厂长也这样看。把业务接待所起的作用绝对化固然不对,认为业务接待可有可无则更错。

假如,你是一位客户,去一个没有业务接待员的汽车修理厂修车,你的期望是得到热情的接待,故障诊断准确,修车费用合理。可现在去的是一个没有业务接待员的修理厂,你的期望与实际将会有很大差距,你将会遇到一件或几件使你不愉快的事:

你的到来不被重视;

回答修车技术问题非常不专业;

故障判断明显有误;

维修环境差,维修设备不齐全;

厂长什么都管,又什么都不管;

价格偏高。

无论遇到以上一件还是几件事,都会引起你的不满,肯定会得出以下结论:第一,这个修理厂不正规、档次低;第二,服务差,厂家与客户之间无沟通;第三,维修条件差,在这儿修车不放心,于是决定不在这个修理厂修车了。

虽然这是个假设,但其确实反映了客观现实。在实际中,凡条件尚可而又不设业务接待的汽车修理厂确实存在客户少、回头客少和大中修业务少的“三少”现象。认为业务接待可有可无的厂长们在激烈的市场竞争中缩手缩脚,只顾眼前利益,忽略了业务接待的作用,势必“捡了芝麻,丢了西瓜”,导致大批客户流失。

2. 汽车维修业务接待的重要性

作为一个汽车维修企业,有和没有业务接待员大不一样。如果有合格的业务

接待员，将给客户留下好的印象：这个修理厂很规范、够档次；服务态度好，有亲近感；解答修车、保险、索赔等有关问题都很专业；在这儿修车很放心。客户就会决定在这个修理厂修车了。若是修车质量好客户会更加满意，不但他们会成为这家汽车修理厂的回头客，还会通过他们引来不少新客户。

从企业本身来说，设置业务接待要通盘考虑，并不只是摆上几张办公桌，随便安排几个人就算有了业务接待了。业务接待员要精心挑选并经过严格的培训，要把业务接待会同业务、检验、维修、配件、销售、收银等管理环节协调起来，有分工有合作，步调一致地完成企业的经营目标。

业务接待将给企业带来生机，带来效益。业务接待的重要性归纳起来有如下四点：

(1) 业务接待是服务行业实现现代化管理的重要步骤，业务接待的设立，充分体现了汽车维修企业的经营管理日趋完善。

(2) 业务接待带动与协调各个管理环节，明确了职责，提高了工作效率，使各部门步调一致地完成企业的经营总目标。

(3) 业务接待协调了客户利益与厂家利益，使其基本一致，增加了双方的信任感。

(4) 业务接待凝聚了广大客户，提高了企业的经济效益和社会效益。

二、业务接待员的作用

客户来修车，第一步迈进的就是汽车维修企业的业务接待大厅，第一个接触的就是汽车维修业务接待员。业务接待大厅的环境，尤其是业务接待员的服务水平和素质，决定着客户是否信任这家企业，决定着客户是否在这家企业修车，也决定着客户是否能成为这家企业的回头客。也就是说，业务接待员对汽车维修企业有着至关重要的作用。

(1) 业务接待员是汽车维修企业与修车客户联系的直接纽带。汽车维修企业与修车客户之间的业务活动，主要是通过业务接待员来实现的。

(2) 业务接待员是企业的“窗口”，代表着企业的形象。汽车维修企业的特征主要由企业精神、企业效率、企业信誉及经营环境等组成。良好的企业特征会使公众对企业产生深刻的认同感和信任感，进而转化为巨大的经济效益。而修车客户接受服务时，总是把业务接待员服务质量的高低作为衡量企业形象好坏的标准。在客户印象中，业务接待员的诺言、举止、待人接物、服务水平等，就是企业的形象。

(3) 业务接待员是对承修车辆在维修过程中，所发生的费用进行统计核实，并确定向客户收取相关费用等工作的责任人。

(4) 业务接待员的工作质量是企业收益的直接影响因素。业务接待员工作质量的好坏、服务水平的高低、维修估价是否合理、收费结算过程是否流畅等，

都会直接影响企业的信誉、企业的收入、企业的效益。

(5) 业务接待水平是企业技术、服务、管理水平的集中体现。企业整体素质的高低,无论是有关技术的还是有关管理的,都可以从业务接待员身上反映出来。业务接待员在接车、估价等过程中所表现出的解决问题和处理问题的能力,具体体现了企业技术水平的高低;业务接待员从接车到交车的全过程中所表现出的工作条理性和周密性,具体体现了企业服务水平和管理水平的高低。

三、业务接待员的条件

担任汽车维修业务接待员必须具备如下条件:

- (1) 具有中技、中专、职高或高中以上文化程度。
- (2) 身体健康、品貌端正,会说普通话,具有较强的表达能力和应变能力。
- (3) 熟悉国家和汽车维修行业有关价格、法律、法规、政策。
- (4) 具备汽车维修、汽车材料、汽车零配件以及汽车保险的知识,并有一定的实践经历。
- (5) 接受过业务接待技巧的培训。
- (6) 具有初步财务知识,熟悉汽车维修价格结算流程。
- (7) 有驾驶证,会计算机一般操作。
- (8) 有高度的责任心和良好的职业道德。
- (9) 接受过专业培训,经主管部门考核达到上岗要求。

四、业务接待员的素质要求

汽车维修业务接待员的基本素质要求具体归纳如下:

1. 文化素质

随着汽车工业的迅猛发展和人民生活水平的提高,汽车保有量迅速增长,汽车维修业出现多层次、多形式、各种经营成分并存的局面,规范汽车维修市场是形势发展的需要。同时,汽车技术的快速更新,对汽车维修企业的从业人员提出了更高的要求。要成为一名合格的汽车维修业务接待员,必须具有中技、中专、职高或高中以上文化程度。

2. 业务素质

作为汽车维修业务接待员,对其业务能力的具体要求:一是要熟悉国家和汽车维修行业管理有关价格、保险、索赔等方面的法律、法规和政策;二是要对汽车维修专业知识有全面的了解,如汽车的类型及特征、汽车构造及基本原理、汽车材料及零配件知识、汽车维修工艺流程、常见故障及检测设备主要的用途、各工种工艺特点及成本构成等,并具有一定的维修技能及经历;三是具有初步财务知识,懂得汽车维修收费结算流程;四是要适应企业现代化管理的要求,会开车,能熟练操作计算机,运用相关软件进行本专业的辅助管理工作;五是要有如何关怀顾客的技巧。

3. 思想素质

汽车维修业务接待员的工作岗位直接面对修车客户，是企业对外的窗口，其思想素质的高低直接影响到企业形象，关系到企业的业务发展。因此要求业务接待员应具备高度的工作责任感和事业心，具有良好的职业道德：爱岗敬业，秉公办事，廉洁奉公，团结协作，诚信无欺，讲究信誉等。

第二节 业务接待员的职责

一、两种类型的企业

1. 以自我为中心的汽车维修企业

以自我为中心的企业视企业内部经济目标的增长为第一位，知识、技术及管理为第二位。所以，这类企业集中精力来实现企业利益的内部目标，比如削减费用、撤销与生产无直接关系的部门、裁减与生产无直接关系的人员等。称其为以自我为中心，是因为企业经理主要考虑的是使自己满意而不是让客户满意。

以自我为中心的汽车维修企业有如下典型特征：

(1) 在完成企业内部目标方面表现突出的人受到赏识，而不赏识那些提供优质服务的人员。

(2) 员工们的大部分精力用来完成企业内部工作以取悦于企业经理，而不是让客户满意。

(3) 只注重生产、投资、设备等生产要素，而不重视对知识的投资。

(4) 生产管理得到加强，经营管理不完善，尤其是业务接待非常薄弱。

(5) 员工们只是受到有关工作职责的培训，而很少接受有关工作本质的培训。

(6) 企业领导层认为参加必要的培训是一般员工的事，总以各种理由不参加。

(7) 那些不与客户直接打交道的部门并不认为他们也有责任令客户满意。

2. 以客户为中心的汽车维修企业

以客户为中心的企业注重企业利润和更好地为客户服务。所以，这类企业知道只有更好地为客户服务，听取他们的意见，按照他们的需求行事，才能获得更多的利润，占领更大的市场份额。

以客户为中心的汽车维修企业有如下典型特征：

(1) 那些既能保证工作效率又能使客户满意的人员受到企业的赏识。

(2) 企业经理既注重发展生产，搞好经营，又注重优质服务。

(3) 重视对员工进行技术的、管理的及与人交往方法的培训。

(4) 为了搞好优质服务，改善经营环境，增强业务接待力量。

- (5) 所有部门、所有员工都知道自己的工作有责任令客户满意。
- (6) 企业领导层不但重视对员工的培训,更重视对自身的培训。

二、汽车维修业务接待员的职责

汽车维修业务接待员的职责有:

- (1) 着装保持专业外貌,保持接待区整齐清洁。
- (2) 热情接待客户,了解客户的需求及期望,为客户提供满意的服务。
- (3) 接受车辆,评估维修要求,开出维修工单。
- (4) 估计维修费用或征求有关人员意见,并耐心向客户说明收费项目及其依据。
- (5) 掌握维修进度,增加维修项目或延迟交车时,与客户联络。
- (6) 确保完成客户交修项目,按时将状况良好的车辆交给客户。
- (7) 妥善保管客户车辆资料。
- (8) 建立客户档案。
- (9) 做好修后服务。
- (10) 宣传本企业,推销新技术、新产品,解答客户提出的相关问题。
- (11) 听取和记录客户提出的建议、意见和投诉,并及时向上级主管汇报。
- (12) 不断学习新知识、新政策,努力提高自身业务水平。

第三节 汽车维修行业职业道德

一、职业与职业道德

1. 职业

在现实生活中,人们习惯于把每一个社会成员,在社会中所从事的并作为主要生活来源的工作称为职业。职业也指人们在社会生活中,对社会所承担的一定职责和从事的专门业务。由于职业固有的社会性质和社会地位,它集中联系着社会关系的三大要素:责、权、利。每种职业都意味着承担一定的社会责任,享受一定的社会权利,体现一定的利益关系。

职业是以工作性质作为基本原则来分类的。根据原劳动和社会保障部(现为人力资源和社会保障部)、原国家质量技术监督局(现为国家质量监督检验检疫总局)和国家统计局联合组织编制的《中华人民共和国职业分类大典》(1999年),我国职业分为8大类,66个中类,413个小类,1838个细类。其中8大类职业为:①国家机关、党群组织、企业、事业单位负责人;②专业技术人员;③办事人员和有关人员;④商业、服务业人员;⑤农、林、牧、渔、水利业生产人员;⑥生产、运输设备操作人员及有关人员;⑦军人;⑧不便分类的其他从业人员。

职业对劳动者有着极其重要的两大作用：一是劳动者的谋生手段；二是劳动者谋求发展、实现和创造自身价值的途径。每个劳动者都可以在职业活动中尽情地展示自己的才能，使自己得到充分发展，实现和创造更高的人生价值。

我国加入世界贸易组织后，随着与世界各国合作与交流机会的增加，职业也在不断发展变化，目前我国职业有以下三大发展趋势：

(1) 职业的种类大量增加，人均一生职业转换次数增加，职业活动的内容不断弃旧更新，职业出现了多样化的发展趋势。

(2) 随着科学技术的发展，职业将向高科技化、智能化、专业化方向发展。

(3) 随着第三产业在国民经济发展中所起作用的增大，与第三产业有关的职业将得到继续发展，为人们创造更多的发展机会。

2. 道德

(1) 什么是道德。道德是依靠人们的传统习俗、内心信念和社会舆论来调整人与人之间，以及人与社会之间关系的行为准则和行为规范的总和。道德的概念包含以下三个方面的含义：

1) 道德是人们的一种行为准则和规范。人们的行为准则和规范很多，法律、规章制度、道德等都是人们的行为准则和规范。道德与法律、规章制度有共同之处，也有许多不同之处。从起作用的范围看，道德规范比法律规范更为广泛。法律只对有明确规定的违法行为起作用，而道德起作用的范围比法律大得多，道德能调节许多不违反法律或无法可依的不良行为。

2) 道德是通过人们的传统习俗、内心信念和社会舆论对人起作用的，它与其他行为规范对人们起作用的方式不同。道德对人们来说是一种内在约束，而且这种约束完全是建立在自觉自愿、没有外在压力的基础上的。在许多时候，人们可以在自己内在信念的支配下调整自己的行为，使之符合道德要求。这种不是建立在强制基础上的道德调整，在规范人们的行为方面，比法律的作用更为深刻持久。

3) 道德具有调整人与人之间以及人与社会之间关系的社会作用。有人类社会，就有道德存在。道德遍及社会各个领域，渗透于各种社会关系中。只要有人和人之间的关系存在，就有调整人与人相互关系的道德。

道德是人们最熟悉的一种社会现象，是做人的根本，也是社会文明进步的基本标志之一，道德在个人成长与成才、社会的安定团结、国家的繁荣富强中发挥着独特的作用。

(2) 道德的本质。道德是一种特殊的社会意识形态，受社会关系特别是经济关系的制约。

生产关系对道德起决定性作用，在社会物质生活中主要表现在以下四个方面：

1) 生产关系直接决定着道德的性质。生产关系包括生产资料所有制的形式、各种社会集团在生产过程中的地位及相互关系、消费资料的分配方式三个方面,这三个方面都对道德有直接的作用,其中生产资料所有制的形式决定着道德的性质。

2) 生产关系所表现出来的利益关系,决定着道德的基本原则和主要规范。在私有制社会,由于生产关系反映并维护私人利益,因而私有制社会的道德的原则是利己主义。而社会主义社会和共产主义社会以公有制为基本特征,倡导的是团结互助、先人后己、无私奉献、为人民服务,反映的是集体利益,因而社会主义集体主义必然是其道德原则。

3) 生产关系的变革决定着道德的发展变化。当生产关系发生变化时,道德便会随之改变,即便在同一社会里,生产关系的部分变化和调整,也会引起道德的某些变化。在改革开放和发展社会主义市场经济过程中,破除了计划经济体制下长期形成的平均主义的道德观念,随之而来的是社会主义市场经济体制的发展。按劳分配,多劳多得,在共同富裕的目标下,通过诚实劳动鼓励一部分人先富起来。自主意识、竞争意识、效益意识、民主法制意识和开拓创新意识等观念日益为人们所接受。

4) 生产力的发展推动着道德的进步与发展。随着科学技术的不断发展,生产工具的不断改进,劳动者素质的不断提高,必然引起生产力的不断进步和人类社会的发展,并由此推动着人类道德的进步。

(3) 道德的社会功能。道德和其他社会意识一样,一经产生,就表现出巨大的能动作用。道德的这种能动作用贯穿于经济基础变化过程的始终。道德对经济基础的反作用,有革命或进步,保守或反动的区别。当道德所代表的生产关系适应生产力发展的需要时,对社会的发展就起着积极促进的作用;否则,就对社会的发展起阻碍的作用。

道德对社会的能动作用,主要表现为认识功能、调节功能和教育功能三个方面:

1) 道德的认识功能。道德历来强调“知”和“行”的统一,是人们认识社会和改造社会、认识自我和创造人生的一种指南。道德的认识功能主要表现在,道德不仅能够使人们正确认识自己和他人的关系、集体、国家之间的关系,以及自己所承担的社会责任和义务,而且还能帮助人们提高觉悟,正确地选择自己的行为方式和人生道路。

2) 道德的调节功能。在社会生活中,人们之间形成了多种多样的交际关系和利益关系。道德就发挥着调节这些关系的社会功能,以维护社会生活的正常进行。道德的这种调节功能,一方面可以指导人们在行动之前采取正确的做法;另一方面在出现矛盾的时候可以纠正错误的行为,使人们的行为合乎道德标准。道

德除了表现在协调各种人际关系外,最主要的是表现在协调个人和社会、个人和个人之间的利益关系,尤其是个人、集体、国家之间的关系。可以说,道德是社会生活的重要调节器。

3) 道德的教育功能。对于一个人思想道德素质形成过程的本身,就体现了对人的一种特殊教育功能。一个人经历了家庭、学校、社会(主要是职业)等各种途径的道德教育后,有了一定的道德认识、道德情感、道德意志、道德信念,从而形成自己的道德人格特征。

3. 职业道德

人类社会生活可分为公共生活、职业生活和家庭生活三大领域,与此相适应的道德规范也可分为社会公德、职业道德和家庭美德三大部分。其中,职业道德在整个社会道德体系中,占有相当重要的地位。所以,当前我国社会主义道德建设要以职业道德建设为重点。只有搞好各行各业的职业道德教育,才能影响和带动整个社会道德的好转。

(1) 什么是职业道德。职业道德是指从事一定职业的人们,在职业活动中应当遵循的职业行为规范,即道德观念、行为规范和风俗习惯。

职业产生于社会分工。随着生产力的发展,不断地产生新的职业,而每个职业都具有各自特征的职业道德,无论何种职业道德,都有其共同的特点,这就是对职业充满情感、信念与责任感。职业情感使人产生爱业、敬业乃至殉业精神;职业信念使人形成求生存、谋发展、争创一流的决心与行动;职业责任感使人刻苦钻研业务,诚实高效地完成工作任务。

在我们国家,职业无好坏之分,无论从事什么职业,只要为社会和民众的需要作出了贡献,都会受到社会和民众的尊重。因此,每个社会成员都应当热爱自己的工作,热爱自己的岗位,树立职业的责任感和荣誉感。从事各种职业的人们都应当把这种高尚的职业道德情操融化到自己的工作中去,生产者为消费者服务,医务人员为病人服务,经销商为顾客服务,学校教师为学生服务,汽车修理厂员工为客户服务等,把职业道德作为各种职业活动的出发点。

(2) 职业素质。职业素质由思想政治素质、职业道德素质、科学文化素质、专业技能素质和身心健康素质五部分组成。职业素质是一个有机整体,身心健康素质是前提,科学文化素质是基础,专业技能素质是手段,思想政治素质、职业道德素质是灵魂和保证。

职业素质有五大特征:专业性、稳定性、内在性、整体性和发展性。

1) 职业素质的专业性是指从业者要从事某种职业所应具备的专业知识和技能。

2) 职业素质的稳定性是指职业素质一经形成,便会在从业者的个性品质中,在从业者的一言一行、一举一动中稳定地表现出来。

3) 职业素质的内在性是指从业者的专业知识和技能以潜能的形式存在,通过职业活动来充分展现。职业活动是职业素质形成的中介,也是职业素质外化的桥梁。

4) 职业素质的整体性是指从业者在职业活动中整体素质的统一。在职业活动中,一个从业者需要一种整体的综合的素质,既需要专业知识和技能,又需要有理想、信念、责任感、沟通能力、自控能力等。

5) 职业素质的发展性是指随着社会的发展和科技的进步,需要对从业者的职业素质不断提出新要求和新标准。从业者的职业素质越高,就越能在职业活动中发挥主观能动性、积极性和创造性。职业素质的提高有利于提高劳动生产率,推动科技进步和社会发展,有利于促进人的全面发展,实现人生价值。

(3) 职业道德的构成要素。职业道德由职业理想、职业纪律、职业责任、职业义务、职业态度、从业技能、职业荣誉和职业作风构成。这八个要素相辅相成、互为补充,构成一个统一整体——职业道德。

1) 职业理想是伴随人生观的确定而逐渐形成的。职业理想是在客观决定和主观选择的辩证权衡中确定的。职业理想的实现既要考虑个人的发展,又要注重社会的需要。

2) 职业纪律是一种行为规范,要求从业者在职业生活中遵守秩序、执行命令、履行责任,是调整从业者与职业、从业者与社会以及职业生活中局部与全局关系的重要方式。

3) 职业责任是人们在履行义务过程中形成的道德责任感、向善的意念和自我评价的能力,是一定道德观念、道德情感、道德意志和道德信念的统一。

4) 职业义务是职业团体和从业者被赋予的职权、职责及对社会、对人民所承担的责任和义务要求。

5) 职业态度是指从业者对所从事的职业的评价和表现出的行为倾向,是从业者对其他职业和广大社会成员履行职业义务的基础。

6) 从业技能是指从业者完成本职工作、承担职业责任所必须具备的科学文化知识、专业技术能力。

7) 职业荣誉是指从业者对职业行为的社会价值所做的公认的客观评价和正确的主观认识。

8) 职业作风是指从业者在其职业活动中表现出来的,体现其职业特点的态度和风格,是社会对职业特定的共同要求。

(4) 职业道德的基本特征。职业道德是社会道德的一种重要形态,既具有一般道德的特征,又具有不同于一般道德的特征。

1) 职业道德的阶级性。在阶级社会中,职业道德都不同程度地受统治阶级道德原则的制约,或多或少地打有阶级的烙印。