

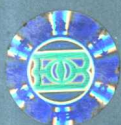


方圆标志认证中心

李学方 编著

服务组织质量管理体系 建立实施与改进

FUWU ZUZHI ZHILIANG GUANLI TIXI
JIANLI SHISHI YU GAIJIN



中国标准出版社
www.bzcbs.com.cn



服务组织质量管理体系 建立实施与改进

方圆标志认证中心 李学方 编著

中国标准出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务组织质量管理体系建立实施与改进/李学方编著.
—北京:中国标准出版社,2003
ISBN 7-5066-3274-8

I. 服… II. 李… III. 商业服务-质量管理体系
-研究 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 077894 号

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:68523946 68517548

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

*

开本 787×1092 1/16 印张 17¼ 字数 293 千字
2003 年 10 月第一版 2003 年 10 月第一次印刷

*

印数 1—3 000 定价 40.00 元

网址 www.bzcbs.com

版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68533533



序

随着中国经济的快速、健康发展,服务行业在国民经济和人民生活中的重要作用日益突现,服务行业处在竞争激烈、变化迅速的市场环境中,中国的服务企业同时还面临着入世后对外开放服务市场的严峻挑战。服务企业应用ISO 9000族标准建立和完善质量管理体系是广大服务企业提高竞争力的有效途径。

我国从1993年开始质量体系认证,最初始于制造业,直至20世纪90年代后期,服务业的质量体系认证工作才开展起来,且逐步覆盖了诸如:批发和零售、宾馆及餐饮、运输、仓储、通讯、金融、房地产、租赁以及信息技术、科技服务等领域并且渗透到公共行政管理、教育、卫生保健与社会公益事业中,发展势头迅猛。

但是由于服务业涉及的领域较广泛,这些企业如何根据自身特点建立和完善质量管理体系;作为审核人员如何有效地为企业增值的审核服务,已经成为企业、认证机构和审核人员共同关注的焦点。为此方圆标志认证中心着手组织有关专家编写了系列教材,来弥补这一缺憾,《服务组织质量管理体系建立实施与改进》就是其中之一。

本教材由方圆标志认证中心高级管理顾问李学方教授编写。李学方教授历任北京市技术监督局局长、中国方圆认证委员会(方圆中心的前身)委员、方圆委华北认证工作站站长、北京审核中心主任、中国认证人员国家注册委员会(CRBA)培训部部长。从事质量体系认证工作多年、为审核员授课已达 3000 学时,有着深厚的理论基础及实践经验,是我国认证行业的知名专家。这本教材是李学方教授总结了他近年来从事服务企业审核和培训的实践并结合了对 ISO 9000 族标准的理解编写而成,有助于广大审核员业务水平的提高。本教材可作为审核员的工具书,同时也是服务企业的指导性实施指南。

方圆标志认证中心 总经理



目录

第一章 服务与服务业概述

1	第一节 服务与服务组织在国民经济和人们生活中的重要作用
1	一、社会化专业分工的需要
1	二、科学和技术进步与发展的结果
2	三、人们生活质量的提高,离不开日益强化的社会化服务
2	第二节 服务业的覆盖范围
2	一、国际上对产业的划分
3	二、我国对第三产业的划分
3	三、国际标准中所提及的服务范围
4	四、服务业和第三产业的关系
4	第三节 服务组织建立、实施、改进质量管理体系和认证
4	一、服务组织面临着激烈的国内外市场竞争
5	二、应用 ISO 9000 族标准建立质量管理体系是服务组织提高竞争力的有效途径
7	三、服务组织质量管理体系认证情况

第二章 服务有关的术语和概念

9	一、产品及其分类
9	二、服务与服务提供
11	三、顾客与供方
12	四、服务类型的概念
12	五、服务的特点
14	六、服务特色

15	七、质量与服务质量
16	八、服务等级
17	九、特性与服务特性
20	十、服务规范与服务提供规范
24	十一、服务与服务提供特性的控制

第三章 ISO 9000 族标准概述

26	第一节 ISO 9000 族标准的形成和变化
26	一、ISO 9000 标准的第一次发布
26	二、ISO 9000 标准的第一次改版
28	三、2000 版 ISO 9000 族标准的发布和实施
29	四、我国应用 ISO 9000 族标准的情况
29	第二节 2000 版 ISO 9000 族的核心标准及其作用
29	一、ISO 9000:2000《质量管理体系 基础和术语》
30	二、ISO 9001:2000《质量管理体系 要求》
30	三、ISO 9004:2000《质量管理体系 业绩改进指南》
30	四、ISO 19011:2002《质量和(或)环境管理体系审核指南》
31	第三节 2000 版 ISO 9000 族标准的特点
31	一、以八项质量管理原则为理论基础,与当代质量管理趋向一致
31	二、通用性强,适合于各行各业和提供各种类型产品企业的需要
31	三、适度简化
32	四、将 ISO 9001 和 ISO 9004 作为协调一致的一对标准来使用
32	五、与其他管理体系标准的相容性
32	第四节 ISO 9000 族的理论基础——八项质量管理原则
33	一、八项质量管理原则理解要点
38	二、对八项质量管理原则的小结
38	第五节 质量管理体系基础
39	一、质量管理体系的理论说明
39	二、质量管理体系要求与产品要求
40	三、质量管理体系方法
40	四、过程方法
42	五、质量方针和质量目标
42	六、最高管理者在质量管理体系中的作用

43	七、文件
44	八、质量管理体系评价
44	九、持续改进
45	十、统计技术的作用
45	十一、质量管理体系与其他管理体系的关注点
45	十二、质量管理体系与优秀模式之间的关系
46	第六节 质量管理体系术语
46	一、ISO 9000:2000 标准中的术语和分类
46	二、术语的概念关系
47	三、部分有关管理术语的概念及其理解

第四章 ISO 9001 质量管理体系要求的理解要点

51	第一节 2000 版 ISO 9001 标准中所体现的重要原则
51	一、采用质量管理体系应当是组织的一项战略性决策
52	二、质量管理体系要求是对产品要求的补充
52	三、本标准制定时已经考虑了八项质量管理原则
52	四、采用过程方法
53	五、与 ISO 9004 标准的关系
53	六、与其他管理体系的相容性
53	第二节 2000 版 ISO 9001 标准的特点
53	一、给标准使用者适宜的灵活性,使应用标准时能够更结合使用者的实际
54	二、减少了对指令性文件的要求,给使用者以更多的自主权
55	三、采用了以过程为基础的质量管理体系模式
55	四、标准始终贯彻了“以顾客为关注焦点”原则
56	五、强化最高管理者的作用
56	六、持续改进质量管理体系的有效性
57	第三节 质量管理体系范围及其应用
61	第四节 质量管理体系总要求和对文件的要求
68	第五节 管理职责
76	第六节 资源管理
79	第七节 产品实现
98	第八节 测量、分析和改进

第五章 服务组织质量管理体系的策划和文件编制

- 112 第一节 建立和实施质量管理体系的思路
- 112 一、以八项质量管理原则为主线
- 113 二、质量管理体系要体现过程方法模式在服务组织中的应用
- 113 三、质量管理体系是“管理的系统方法”原则的具体应用
- 114 四、要重视文件的价值,文件的形成应是一项增值的活动
- 115 五、质量管理体系应当紧密联系组织实际,强调适用性
- 116 六、将 ISO 9001 和 ISO 9004 作为协调成对的标准使用
- 116 七、正确认识质量管理体系要求是对产品要求的补充,做好服务规范的补充和完善
- 117 第二节 如何按照 2000 版 ISO 9001 标准对质量管理体系进行策划
- 117 一、对质量方针和质量目标的策划
- 120 二、对过程的策划
- 124 三、对质量管理体系范围的策划
- 125 四、对职责和权限的策划
- 125 五、资源的策划
- 126 六、对质量管理体系文件的策划
- 128 第三节 质量管理体系文件编制的原则和要求
- 128 一、质量管理体系文件编写应遵循的原则
- 130 二、质量管理体系文件编写的程序和要求
- 133 第四节 按照 2000 版 ISO 9001 标准编制质量管理体系文件的做法
- 133 一、关于质量手册的编制
- 137 二、关于程序文件的编制
- 142 三、关于作业指导书的编制
- 146 四、关于表格的编制

第六章 服务组织质量管理体系审核实施要点和案例

- 150 第一节 服务组织质量管理体系审核概述
- 150 一、“审核”的概念
- 150 二、质量管理体系审核的类别和作用
- 151 三、质量管理体系审核的特点

151	四、质量管理体系内部审核流程
152	五、对服务组织质量管理体系审核的主要思路
155	第二节 对质量管理体系文件的审核
155	一、对质量管理体系文件审核的重点和依据
156	二、审核要点
158	三、与文件控制有关的案例及其分析
161	第三节 对管理职责的审核
161	一、对管理职责审核的重点和依据
162	二、审核要点
163	三、与管理职责有关的审核案例及其分析
165	第四节 对资源管理的审核
165	一、对资源管理审核的重点和依据
166	二、审核要点
168	三、与资源管理有关的审核案例及其分析
170	第五节 对产品实现的审核
170	一、对产品实现过程审核的重点和依据
171	二、审核要点
173	三、与产品实现过程有关的审核案例及其分析
177	第六节 对测量、分析和改进的审核
177	一、对测量、分析和改进审核的重点和依据
178	二、审核要点
179	三、与测量、分析和改进过程有关的审核案例及其分析

第七章 服务组织质量管理体系的持续改进

182	第一节 为什么服务组织质量管理体系需要持续改进
182	一、持续改进是组织生存和发展的客观需求
183	二、服务组织的根本目的是实现、保持并改进组织的总体业绩和能力
184	三、ISO 9001 质量管理体系要求不是组织用于追求卓越业绩的标准
188	第二节 以 ISO 9004:2000 标准为指南,追求服务组织的卓越业绩
188	一、ISO 9004:2000 的应用范围
189	二、体系和过程的管理

189	三、最高管理者的管理职责和活动
191	四、相关方的需求和期望
192	五、质量方针
193	六、质量目标
194	七、管理评审
195	八、人员
196	九、产品实现
198	十、与相关方有关的过程
199	十一、设计和开发
200	十二、采购
201	十三、生产和服务的运作
201	十四、测量、分析和改进
202	十五、体系业绩的测量与监视
204	十六、过程的测量与监视
205	十七、产品的测量和监视
206	十八、改进
208	第三节 ISO 9004:2000 标准涉及的质量管理方法和统计技术说明
208	一、水平对比
210	二、自我评定
211	三、风险管理
212	四、故障模式及影响分析和故障树分析简介
214	五、顾客满意
218	第四节 部分当代先进的质量管理理念和方法介绍
218	一、全面质量管理 TQM
222	二、卓越经营的模式——国家质量管理奖标准
223	三、追求卓越经营的方法——6SIGMA 管理
225	第五节 服务组织如何进行质量管理体系的持续改进
226	一、要营造追求卓越业绩而持续改进的氛围和企业文化
226	二、如何将应用 ISO 9004 与现在实施的 ISO 9001 相结合
227	三、组织学习当代最新的质量管理知识和成果,创造条件逐步实施
228	附录一 全国质量管理奖评审标准(2003 年)
244	附录二 GB/T 19025—2001 质量管理 培训指南
261	附录三 与服务业有关的法律法规和标准(部分)

服务与服务业概述

第一节 服务与服务组织在国民经济和人们生活中的重要作用

进入 21 世纪以来,以各种类型和各种规模形成的服务行业,在国民经济和人们生活中起到越来越重要的作用。2000 年世界贸易出口额为 7.6 万亿美元,其中服务贸易出口额已达 1.42 万亿美元,占世界贸易出口额五分之一左右。不少国家半数以上的就业岗位是由服务业提供的,现在服务业在国民经济和社会发展中已占有十分重要的位置。

服务业的重要作用是由于以下原因所决定的。

一、社会化专业分工的需要

社会化专业分工是生产力发展的必然结果。作为生产力的发展过程,使得一部分为生产过程服务的过程,或者作为直接劳动的附带性劳动,从生产过程中分离出来,形成了一种新的行业。如从生产企业中,将销售服务、运输服务、包装服务单独形成了服务性企业;现在这种专业化的分工已经高度的社会化、规范化,体现在各种接待服务、通讯服务、运输服务、维修服务、公用事业服务、贸易服务、金融和保险服务以及科技和咨询服务等领域。

二、科学和技术进步与发展的结果

当代科学和技术的进步日新月异,高新技术为生产力的提高增加了动力和活力,也促进了服务业的现代化。

科技进步对服务业的影响体现在:

1. 扩大了传统的服务领域,产生了一批新服务行业

随着计算机、办公自动化的应用和普及,社会已进入了信息化时代,伴随着信息化的要求,出现了与计算机有关的硬件维修和软件开发等一系列服务活动;随着信息化的需求,各种信息处理和通讯服务的市场迅猛扩大;科技进步还对与高新技术相关的服务行业,产生了巨大的影响,如金融业、邮电业、广告业、物流中心等。



2. 提高了服务业的效率和质量,改善了服务人员的服务条件

由于科学和技术的进步,为服务领域工作的人员提供了现代化的服务手段,如自动售货机、自动取款机在流通领域的应用,大型喷气式客机用于航空运输,通过网络了解有关的服务信息等。

3. 采用了先进的科学技术,改变了服务提供的方式

服务组织通过电脑化、自动化,使服务提供过程从劳动密集向技术密集和知识密集方向转变,如机票的销售,酒店、商场的管理,都实现了计算机联网,确保了服务提供质量;通过有线电视网,可以实施异地的远程教学。

三、人们生活质量的提高,离不开日益强化的社会化服务

1. 人口数量的增长和结构的变化促进了服务业的发展

全球的人口总数从上世纪 60 年代的 30 亿增长到世纪末的 60 亿,人们的衣、食、住、行以及各种文化教育活动,无不与服务业密切相关,这对服务业提出了更多的需求。而人口年龄的老化,又提出了很多新的需求。如卫生保健、医疗、人寿保险、旅游、保洁等。

2. 消费观念的变化对服务业的发展有着重要的影响

随着经济的发展,人们收入的增加,对消费也有了新的需求,而关键的是由于时代的变迁,相当一部分人已改变了那种单纯地省衣缩食观点,追求时尚化、多样化、个性化,这又影响着服务业的发展趋势。服务业要寻求如何满足这一部分顾客群体的思路和做法。

3. 家庭结构的影响

总的来说,家庭作为一个消费单元,正在日益小型化,那种几世同堂的家庭已不多见。家庭结构的变化,无疑会扩大消费的需求。此外,由于双职工的增多,也会增加社会服务化消费的需求。

第二节 服务业的覆盖范围

一、国际上对产业的划分

国际上通常是按照国民经济各部门在产品形成过程中的特征和产品的性质来划分的,按流行的产业分类法,产业结构可以区分为第一产业、第二产业、第三产业。

第一产业是指:农业,包括种植业、畜牧业、渔业、林业;

第二产业是指:工业,包括制造业、采掘业、矿业、建筑业、水、电、气等;



第三产业是指:服务业,包括运输业、通讯业、仓储业、批发/零售业、金融业、房地产业、科学、教育、新闻、广播、公共行政事业、文化娱乐服务、生活服务等。

二、我国对第三产业的划分

1985年,国家统计局对我国产业范围做了如下划分:

第一产业:农业(包括林业、畜牧业、渔业等)。

第二产业:工业(包括制造业、采掘业、自来水、电力、蒸汽、热力、煤气)和建筑业。

第三产业:除上述产业外的其他各业,具体分为四个层次:

(1) 流通部门,包括交通运输业、邮电通讯业、商业、餐饮业、物资供销和仓储业。

(2) 生产和生活部门,包括金融、保险业、地质普查业、房地产、公用事业、居民服务业、旅游业、咨询信息业、技术服务业等。

(3) 提高科学文化水平和居民素质服务部门,包括教育、文化、广播电视事业、科学研究事业、卫生、体育和社会福利事业等。

(4) 社会公共需要服务部门,包括国家机关、党政机关、社会团体,以及军队和警察等。

三、国际标准中所提及的服务范围

在 ISO 9004-2:1991《质量管理和质量体系要素 第2部分:服务指南》附录 A 中,列出了 12 类可以应用服务指南的范围,包括:

1. 接待服务

餐馆,饭店,旅行社,娱乐场所,广播,电视,度假村。

2. 交通与通信

机场与空运,公路、铁路和海运,电信,邮政,数据通信。

3. 健康服务

药剂师/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

清洁工作,废物处理,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,津贴,财产服务,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,培训和教育。

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

签订合同,库存管理和分发。

12. 科学

探索,开发,研究,决策支援。

注:制造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。

四、服务业和第三产业的关系

按照国际流行的产业分类法,第三产业主要是指各种服务业,但这里的服务已不仅限于人们通常所认为的消费服务,包括餐饮、购物等,而是一种广义的服务范围,如同前面三段中表述的内容。

但是服务业也不宜简单的等同于第三产业,应当说某些内容,如军队、警察等还不宜列入。本书内容基本是按照 ISO 9004-2 中提及的项目展开的。

第三节 服务组织建立、实施、改进质量管理体系和认证

一、服务组织面临着激烈的国内外市场竞争

1. 服务组织正处于变化迅速、竞争激烈的市场环境

当前我国改革开放已进入新的时期,广大的服务组织正处于一种变化迅速(Change)、竞争激烈(Competition)、个性多样化(Customer)简称 3C 环境中。面对着科学技术的日新月异、人们思想观念的推陈出新、个性化的需求多种多样,任何服务组织都不能无动于衷,都要思考如何应对这种复杂的环境,



并寻求出路。

市场经济是一种竞争的机制,竞争首先表现在对产品的竞争上。对服务组织来说,就是能否提供优质的服务,满足并超越顾客的需求。价格也是竞争的因素之一,但人们往往更关注是否物有所值,服务质量和服务水平在竞争中,起到举足轻重的作用。服务质量已经成为组织生存与发展的关键因素。

2. 我国服务业还面临入世后对外开放服务市场的挑战

我国已于 2002 年加入 WTO,入世表明我国要履行世界贸易组织所规定的义务,我国的市场包括服务市场要向世界开放。国际贸易包括货物贸易和服务贸易,服务贸易是指某个国家的资本和服务组织进入另一个国家服务市场,通过服务性活动,获取收益。

按照国际有关规定,服务贸易基本内容包括:国际运输,国际旅游,跨国银行、国际融资公司及其他金融服务,国际保险及再保险,国际信息处理及传递(电脑及资料服务),建筑和工程承包等劳务输出,国际咨询服务,广告、设计、会计管理服务,维修和保养等售后服务,国际电信服务,国际视听服务,教育、卫生、文化和艺术等国际交流服务,国际租赁,商业批发及零售服务,其他官方服务等共 15 项。

从以上 15 项服务贸易的内容来说,已包括了我国服务领域的主要部分,国外服务组织的进入,无疑会为我国服务组织带来很大的冲击。以批发和零售为例,沃尔玛、家乐福等一批国外一流商业企业进入我国时间不长,但已占有较大的市场份额,这不能不使我们高度警惕并采取可行的对策。服务质量和水平的提高已成为服务组织自身生存和持续发展的迫切需要。

二、应用 ISO 9000 族标准建立质量管理体系是服务组织提高竞争力的有效途径

1. ISO 9000 族国际标准的产生背景

ISO 9000 族国际标准(即质量管理体系标准)是国际标准化组织(ISO)发布的一系列有关质量管理体系的标准,从 1987 年第一版问世以来,其应用之广泛、影响之深远,是前所未有的。具体体现在:

——有 161 个国家和地区等同采用 ISO 9000 族标准为本国标准或本地区标准。

——截止 2001 年底,已有 510616 个企(事)业获得经各国或地区认可机构认可的质量体系认证机构颁发的质量体系认证证书。

——质量体系认证从制造业到服务业的扩展,认证企业(事业)遍及各行



各业。

为什么 ISO 9000 族国际标准问世以来的 15 年里,能够得到这样广泛的应用,并产生了如此巨大的影响?主要原因是:

——标准适应了组织加强质量管理完善质量管理体系的需要

顾客要求通常体现在服务规范中,如果提供和支持服务提供的组织的管理体系不完善,那么规范就不可能始终如一地达到并满足顾客的要求。由于这方面的需求,导致质量管理体系标准,即 ISO 9000 族标准的产生。作为对服务规范的补充,通过质量管理体系的实施,可以使与服务提供有关的过程,始终处于受控状态,更好地达到顾客满意。

——标准中体现了当代质量管理理论和实践成果的精华

质量管理是一门理论性和实践性都很强的管理科学,在 20 世纪里,全球的质量管理经历了检验质量控制、统计质量控制和全面质量管理(TQC)等三个阶段。从上世纪 60 年代以后,又出现了质量保证活动,并到 80 年代形成了以 ISO 9001 为代表的质量保证标准。ISO 9000 族标准中,采用了很多质量管理精华,如过程控制、检验控制、统计控制、领导作用等,特别是最新的 2000 版 ISO 9000 族标准,将当代普遍适用的八项质量管理原则作为标准的理论基础,更体现了标准的科学性和先进性,得到了广大使用者的好评。

——激烈的市场竞争,加速了质量管理体系的应用和发展

为了减少贸易中的技术壁垒,国际贸易组织(WTO)及其前身 GATT 于 1979 年发布了贸易技术壁垒协定(即 TBT 协定)。协定中的一条重要原则,就是为了削减技术壁垒,所有成员国都要优先采用国际标准。在国际贸易中,评价一个供方的质量管理体系是否符合,主要依据就是 ISO 9001 标准。一个服务企业,如果要进入国际市场,就需要采用 ISO 9000 族标准,建立和实施质量管理体系,这也是在服务贸易领域竞争中能取得成功的先决条件。

2. ISO 9000 族标准的作用

在 ISO 9000《质量管理体系 基础和术语》标准的引言中提及:

“ISO 9000 族下述标准可帮助各种类型和规模的组织实施并运行有效的质量管理体系。”

在“2.1 质量管理体系的理论说明”中又提到:

“质量管理体系能够帮助组织增强顾客满意。”

以上两段说明,清楚地提示我们:组织为了生存和发展,就要增强顾客满意;而建立和实施有效的质量管理体系是达到顾客满意的重要方法。

为什么建立和实施有效的质量管理体系能够增强顾客满意?这是由于: