

《山西精品服务认证通则》

编制说明

标准编制组

一、工作简况

（一）任务来源

服务认证是由认证机构证明申请组织服务符合服务规范和/或标准的合格评定活动。为规范“山西精品”服务认证活动，依据《中华人民共和国认证认可条例》、《关于打造“山西精品”公用品牌全方位推动高质量发展的意见》等有关要求，对《“山西精品”服务认证通则》团体标准予以立项，随后中国船级社质量认证有限公司组织编制团体标准《“山西精品”服务认证通则》。

（二）主要起草小组成员及所在单位

1. 主要参编单位

中国船级社质量认证有限公司

2. 主要起草人

张雅玲 中国船级社质量认证有限公司

刘宝平 中国船级社质量认证有限公司

黄俊峰 中国船级社质量认证有限公司

黄明燕 中国船级社质量认证有限公司

裴书星 中国船级社质量认证有限公司

（三）起草过程

为顺利完成该标准的制定，我们成立了标准编制组，收集、整理国家、行业相关标准文本等资料，了解服务认证规范的动态和制定情况，对我国现行国家、行业标准内容进行了深入的分析、

归纳和总结，结合山西省“山西精品”认证实施的经验，在多次研讨修改的基础上，形成了该标准的征求意见稿，之后又经过征求洪洞大槐树寻根祭祖园有限公司、山西五台山文化旅游集团有限公司等相关专家的意见，最终形成了此标准的报批稿。

二、标准编制原则和主要内容的论据

（一）编制原则

在标准的制定过程中，贯彻执行山西省公用品牌建设联合会关于印发《山西省公用品牌建设联合会团体标准管理办法(试行)》（山西精品发【2022】1号）规定的制定团体标准遵循原则，参照《标准化工作导则第1部分：标准化文件的结构和起草规则》GB/T1.1-2020等有关标准编写方面的标准。

（二）标准的主要内容的论据

GB/T 17775 旅游区（点）质量等级的划分与评定

GB/T 19001 《质量管理体系 要求》

GB/T24001 《环境管理体系 要求及使用指南》

GB/T24421.3 《服务业组织标准化工作指南》

GB/T24421.4 《服务业组织标准化工作指南》

GB/T24620 《服务标准制定导则 考虑消费者需求》

GB/T 26355 旅游景区服务指南

GB/T 27065 合格评定 产品、过程和服务认证机构要求

GB/T 36733 服务质量评价通则

GB/T 41011-2011 旅游景区可持续发展指南

RB/T 314-2017 合格评定 服务认证模式选择与应用指南

T/SXJP xxx—20xx 《文化旅游景区服务规范》

T/SXJP xxx—20xx 《世界文化遗产旅游景区管理规范》

三、主要试验（或验证）情况分析

服务认证是为服务满足标准和其他规范性文件的规定要求提供证明的一种方式，同时关注顾客对服务结果的感知，旨在向所有利益相关方提供服务符合规定要求的信心。制定团体标准《“山西精品”服务认证通则》的目的是针对“山西精品”服务特点，明确服务认证流程和要求，通过服务认证提升“山西精品”企业服务质量和顾客满意度，增强消费者的可信度。提出“山西精品”服务认证通则的意义主要体现在以下四个方面：

1. 有利于证明服务提供和控制能力

服务认证是由国家认监委批准的具有专业能力的第三方认证机构实施认证的结果，所以服务认证证书具有一定的权威性，获得服务认证证书的企业，能证明其在行业范围内的服务领先性。优质的服务决定了企业竞争力与发展潜力，通过服务认证，推动应用先进服务管理理念和管理技术，提高服务质量和 service 管理水平，促进企业整体服务质量的提升和高质量发展。

2. 有利于组织提质增效

通过服务认证体系的建立、实施、评价过程，可以增强企业人员的服务意识能动性，整体提升企业的服务质量水平，以达到最终增强顾客忠诚度、满意度，以实现企业经济效益的提升。通过服务认证，促进企业紧紧围绕“食、住、行、游、购、娱”旅游六要素，按照“补短板、强保障、优服务”要求，把“顾客为本、服务至诚”落实到每个环节，将满意旅游理念贯穿旅游发展全过程，着力优化“六心”旅游环境，不断增强广大顾客的获得感、幸福感、安全感和满意度。

3. 有利于提高顾客信任度

获证组织可以利用服务认证证书进行宣传，消除顾客的后顾之忧，让顾客买的放心，用的安心，通过服务认证传递信任。通过服务认证强化服务质量监测和信息化系统管理，实现实时监控，推行分时段预约，完善优化多种服务预约模式。持续推进服务环境、设施升级改造，提升服务管理水平和智慧化、人性化服务水平。

四、产业化情况、推广应用论证和预期达到的经济效益等情况

通过服务认证，服务组织采用服务蓝图技术，发现服务质量薄弱环节，了解顾客预期的服务质量，建立标准统一、方法一致的服务标准，以及服务测评规范、数据归集、结果可比的服务质量测评体系，由粗放式发展转型为精细化管理，提高顾客的满意

度和忠诚度，为持续改进服务质量提供依据；促进带动当地的就业机会、经济收入、贸易和税收的增加，促进经济效益、知名度和品牌效益提升。同时，获证组织可以获取政府或行业主管单位的奖励政策。

五、与国际、国外有关法律法规和标准水平的对比分析

本标准不涉及国际、国外有关法律法规和标准。

六、与现行有关法律、法规和标准的关系

本标准与现行法律、法规和标准没有冲突。本文件在遵守《中华人民共和国认证认可条例》、《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》（GB/T 27065）等相关标准。经查询目前没有相同类型的国家标准、行业标准、团体标准。

七、重大分歧意见的处理过程及依据

本标准在制定过程中无重大分歧。

八、贯彻标准的要求和措施建议

本标准发布后，由山西公用品牌建设联合会组织实施，通过国家、省、市相关标准网站进行公开，同时对相关景区进行技术指导、培训，使其尽快熟悉、了解和掌握本标准，并尽快运用于实践中，进一步提升“山西精品”企业服务质量。

九、废止现行有关标准的建议

无。

十、涉及专利的有关说明

无。

十一、其他应予以说明的事项

无。

十二、其他要求

无。