

关于 5S 管理提升服务品质的思考与实践

李 铭

公积金中心是与群众联系最紧密的部门之一,辐射广,影响大,我们一直以来把群众需求作为“指南针”,把社会满意度作为“试金石”,扎扎实实做好为民服务工作。今年以来,自加压力引进 5S 管理,从环境规范、服务礼仪、服务规范等方面开展 5S 管理品质提升,着力抓好服务“标准化、经常化、品牌化”建设,成效显著。

一、实施背景

目前我县有 4.7 万名住房公积金缴存职工,开展 5S 管理提升服务品质,已经成为政府之需、群众之盼。

1.职能转变之要。随着公积金管理体制改革的深入,管理中心作为政策制度的执行主体和资金管理的职能主体,已从管理型向服务型转化。打造优质服务窗口,开展 5S 管理品质提升已成为职能转变的迫切需要。

2.作风建设之需。公积金中心作为服务窗口单位,要带着责任、带着感情、带着办法,实实在在地融入到群众当中,为缴存客户提供优质高效的服务,营造温馨舒适的办事氛围。“服务永无止境,作风建设永远在路上”,我们凝心聚力开展 5S 管理提升,目的是抓实抓作风效能建设。

3.自身发展之求。在单位工作连续三年被评为县“服务基层十大工作亮点”、首次列入行风评议取得社会服务类单位第一名的基础上,县公积金中心自加压力推出 5S 管理,继续致力于优质服务品牌建设,这是自身发展之需,也是广大群众之所盼。

二、现实基础

近几年来,县公积金中心在业务建设、服务管理、文明创建等方面有了长足发展,为推出 5S 管理

积累了优质服务经验,但也面临不少压力。

1.有利条件。一是有良好的思想基础。前几年成功创建市级青年文明号、市级文明单位和省级巾帼文明岗,全体党员干部已经把“一切为了缴存人,为了一切缴存人”的服务思想渗透到每项工作中,把主动服务、微笑服务变为每位职工的自觉行动,为开展 5S 管理提供了思想基础。二是有坚强的组织保障。成立了以党组书记为组长的 5S 管理领导小组,下设督查考核办,各科室紧密配合、齐心协力,为持续开展 5S 管理提供了组织保障。

2.压力挑战。在环境整改方面,各科室人员生活习惯各不相同,物品摆放、整理清洁的自我标准也差别较大,用统一的 5S 制度规范来执行,前期需要花大力气整治规范,后期常常存在老毛病屡改屡犯的问题,这需要坚持不懈地整改完善才能实现目标。在服务礼仪方面,也存在惰性心理,执行一段时间后,窗口服务“7+7”的礼貌用语和规范手势容易忽略,每周晨会训练更需严格管理督导,以达到凝聚力量、提振精气神的目的。

三、主要做法

2016 年年初,县公积金中心结合实际开展 5S 管理品质提升培训,着力抓好服务“标准化、经常化、品牌化”建设,全面提升服务品质和服务形象。主要做法如下:

(一)培训整改,三环相扣实现服务标准化

一是专家培训引进标准。2 月下旬,公积金中心成立 5S 管理工作领导小组,制订实施方案,邀请温州亚美信企业顾问有限公司专家团开展为期四天的 5S 管理和窗口服务培训。通过“整理、整顿、清扫、清洁、素养”5S 要素管理,使服务环境达

到标准化;通过开展窗口服务“7+7”服务形象、服务礼仪训练,使员工服务行为规范化。共开展集中培训 4 场,中层以上干部管理培训 6 场,共计 130 多人次参加。经过现场调研、客户访谈、问题查找和反馈整改四个环节,共落实整改服务项目 7 个。

二是内部整改确立标准。投入资金 10 万元购置服务设施,营造舒适有序的服务氛围;整理清洁办公桌椅和资料柜,统一办公文具标识,归类定位物品摆放,做到 3 秒能取到指定物品,有效提高了工作效率。

三是制订规范落实标准。以手册规范行为。培训结束后,将环境规范、礼仪规范、服务规范的标准化要求整理编印成《服务规范手册》,以自家员工为模特用图片模式固定下来,让员工学习有标准,操作有规范。以清单落实责任。5S 管理领导小组下设督查考核办,每周至少开展一次环境卫生、物品摆放、服务行为的督查考核,下发问题清单,责任落实到科室长,要求限期整改到位。

(二)督查反馈,三管齐下实现服务经常化

一是晨会督查。值班领导作为晨会督查第一责任人,做好晨会流程、质量的监督,通报一周来业务窗口服务管理情况,提出整改任务和要求;主持人做好当日晨会的记录,认真填写记录表,负责本周业务窗口仪容仪表和服务情况自查工作。

二是单位检查。督查考核办负责做好日常的监督考核工作,每周至少一次检查各科室的环境卫生、物品摆放情况和员工服务行为,认真做好检查记录表的填写,下发整改清单。同时,督查考核办负责快速处理投诉和意见反馈,24 小时内调查处理投诉事件,48 小时内回复客户意见建议。

三是例会反馈。督查考核办将检查结果,以图片、影像资料形式在一定范围内进行反馈通报,让工作人员正视自己存在的问题,以无声处解决问题。例会坚持“常抓不懈”、“落到实处”,这是 5S 管理的关键所在,也是服务群众的内在要求。现已下发整改清单 6 份,督查通报 14 人次,整改落实 10 项,客户回访调查满意率达 98%以上。

(三)打造亮点,三措并举实现服务品牌化

一是晨会振精神。每周一上班前召开晨会,包括列队问好加油、仪容仪表自检互检、窗口文明用语训练、值班领导讲话、做操提振精神等五个环节,用 15 分钟高质量的晨会为一周开好头,提振精气神,增强团队凝聚力,使每位员工成为公积金服务的名片。

二是党员作示范。开展“合格党员 从我做起”承诺签名活动,全体党员在承诺墙上庄严签名,以身作则,带头示范;党员台面摆放“党员示范岗”标识牌,佩戴党徽,亮明党员身份,接受群众监督;业务窗口 7 位工作人员中,设立两个“绿色通道”党员服务岗,对急难业务开展陪同办理服务,为行动不便的客户提供上门服务。

三是先锋树标杆。开展“看齐创优当先锋”活动,每季度评选公布“先锋榜”,进一步掀起学先进、赶先进的热潮,有力推动优质服务品牌创建。“敬业先锋”,在本职岗位上创先争优,认真钻研业务知识,力求成为本职工作的行家里手,在学习、工作、作风等方面带头示范。“奉献先锋”,在服务群众上体现先进,针对单位人员紧张、大厅服务空档的实际,主动到一线服务大厅开展高峰段服务,为客户提供业务咨询、窗口引导、维护秩序等服务,营造高效有

序的服务氛围。

四、初步成效

经过亚美信公司专业培训和考核办多次监督抽查及科室整改落实,5S 管理在软硬件方面都得到了明显提升。

1.服务环境达到新水平。重新布置党员活动室,添置客户等候椅,安装排队叫号系统、门禁系统和声像监控设备;业务流程和服务承诺重新上墙公布,制作公开告知栏,添置花木盆景,规范设备摆放等等,进一步营造了温馨舒适的服务氛围。内部环境整治方面,把办公环境内的物品区分要和不要,现场只保留必需物品,把空间腾出来活用。整理后,将必需物品分门别类,按使用效率定位、定量摆放整齐,明确标识,节约查找时间。

2.窗口服务得到新优化。员工严格遵守《新昌分中心环境规范、服务规范和礼仪行为规范手册》,不断提升自我要求,全面提升个人素养和团队整体形象。新修订出台《关于严肃工作纪律 加强作风效能建设的若干规定》,不断规范服务行为和工作纪律,进一步促进作风效能建设。员工的优质服务意识不断增强,真正把主动服务、微笑服务转化为自觉行为,整体服务形象明显提升。

3.群众满意实现新提升。新昌信息港和网络发言人平台的网民对公积金中心的服务满意度不断提升。报社记者暗访并随机访问多名办事客户,发现窗口工作人员办事一丝不苟、服务规范高效,随机访问的客户对服务表示满意。群众满意是我们做好服务工作的最大目标和动力,“服务没有最好,只有更好”,公积金中心将坚持不懈做好为民服务工作,实现群众满意度新提升。

(作者系绍兴市住房公积金管理中心新昌分中心党组书记、主任)

我县茶产业监管工作现状及对策分析

赵铁锋

为不断提高茶叶产品质量安全水平,建立健全茶叶产品质量安全可追溯体系,保障茶叶产业的可持续发展,使“大佛龙井”的品牌价值保值增值,结合多年的监管实践和对镜岭、回山等主要乡镇的茶叶生产加工企业的实地走访调查,我局形成了关于我县茶叶监管工作和产业发展的调研报告,现将有关情况报告如下:

一、基本情况

新昌是中国名茶之乡,拥有全国最大的龙井茶交易市场——中国茶市。据统计,2015 年中国茶市的年交易额达 35 亿元,其中网上交易额达到 2.3 亿元。2003 年,“大佛”证明商标成功注册,进入原产地域保护时代。2009 年,“大佛龙井”入围全国茶叶区域公共品牌十强。2015 年,该品牌价值已达 31.77 亿元。

我县茶叶产业涉及全县 16 个乡镇、街道,现有茶园面积 12 万亩,有茶叶生产加工企业 39 家,约有 15 万人从事茶叶种植、生产和销售,茶叶已然成为我县的传统优势农业产业,成为农民增收的主要渠道。主要产区分布在回山、双彩、小将等乡镇,农户自产自销的茶叶在集镇交易点被茶叶贩子收购后,大部分经中国茶市这个平台进行二次流通和销售。在中国茶市销售茶叶的,可以分为几大类:一是从农户手中收购散装茶叶后在中国茶叶仍以散装茶叶销售为主,主要销往外地茶庄,茶叶生产企业等单位。二是有《食品经营许可证》的茶企在中国茶市开设有门店,销售其生产的茶叶,

同时也收购部分经销户的茶叶。三是没有《食品经营许可证》,在中国茶市收购散装茶叶,有顾客买茶后,以“大佛龙井”的包装分装茶叶散卖的。四是直接销售预包装茶叶的,比如铁观音,大佛龙井等。五是销售茶叶用具或茶叶的。六是在门店销售茶叶,同时在网上销售茶叶的。七是上述情况都混有的。其中以销售散装茶叶为主的经营户占大部分。

二、存在问题

近年来,我县茶产业蓬勃发展,品牌效应不断显现,市场销售网络逐步完善,农民收益逐年增多,但与此同时,问题也逐年凸显。

(一) 监管的法律适用不明

茶叶属食品还是农产品,直接涉及监管法律适用《食品安全法》还是《农产品质量安全法》的问题,涉及是否需经许可经营的问题。但目前对茶叶的类别属性不论是法律层面还是国家、省食药局及市场监管局均未明确界定。

因界定不清,目前我们在实际监管中将散装茶按食用农产品定性,经过包装的茶按食品定性。《农产品质量安全法》未规定销售食用农产品需经许可,另外,从目前食用农产品销售的情况看,经营主体多为农民和小、散个体经营者,经营对象主要是蔬菜、瓜果等鲜活农产品,若通过许可进行管理也不现实。因此,从实际出发,我们继续维持《农产品质量安全法》关于食用农产品的销售不需要取得许可的做法,实践中也不实行许可。主要是通过增

加食用农产品批发市场检验、建立进货查验记录制度等规定,加强对批发市场的管理,进行源头控制等途径加强监管。但对精制茶叶进行包装的,按照预包装食品来监管,需取得许可方可进行经营。同时,按照《食品安全法》第三十五条规定,预包装食品的包装上应当有标签,标签应当标明生产日期、保质期、生产者的名称、地址、联系方式等。

另外,食品经营许可本身存在局限。国家食品药品监督管理总局令《食品经营许可管理办法》规定,流通环节食品经营的许可项目只有预包装食品销售、散装食品销售、特殊食品销售、其他类食品销售等四类,而散装茶叶明显不属于上述四个类别。为此,从食品经营许可来看,散装茶叶只能按食用农产品进行管理。食品生产企业生产的茶叶在流通环节按预包装食品销售管理,实行《食品经营许可证》许可和管理,食品生产环节,按《食品生产许可证》许可和管理。

(二)散装茶叶包装随意

我县对茶叶包装缺乏标准化管理,也没有形成对茶叶包装的硬性标准。在茶市,散装茶叶可由顾客自由选择包装类型,即买即包,印有“大佛龙井”“龙井茶”的包装袋和包装盒也可以在各大茶叶经营门店轻松购得,“大佛龙井”的地理商标使用几乎零门槛。我县茶叶行业专家也表示,顾客可以自由选择包装盒是该行业内一大公开的秘密,包装随意搭配,用什么档次的盒子装什

么样的茶叶,完全由顾客说了算。

茶叶的随意包装直接产生两个后果:一是品牌保护不力,二是埋下食品安全隐患。食品包装标识在《食品安全法》中有着严格规定,而在我县却可以随意买到各种式样的茶叶外包装,保质期、品牌等都没有严格限制。另外,部分茶农、茶商到周边县市收购青茶、干茶后,套用本地包装出售,出售时部分包装甚至无生产日期,无生产企业名称。该类茶叶与“大佛龙井”产地不一,质量差异较大,再加上炒制风格五花八门,少数茶农甚至在炒制时偷减工序,千度不足,存放不久就可能影响茶叶质量,严重影响“大佛龙井”品牌形象和茶叶饮用安全。

三、对策建议

面对存在的问题,我们建议以市场需求为导向,以提高茶叶产品质量为抓手,对茶叶实现从种植、生产加工、销售流通的全产业链管理,确保我县茶叶产业长足发展。

(一) 明确茶叶监管法律

建议政府出台适合我县的地方性规范文件,帮助完善茶叶市场监管手段、措施和方法。明确哪些属于预包装食品,哪些属于散装食用农产品,区分预包装食品与散装食用农产品的管理,区别分类监管,按类实施市场准入和许可证制度;同时强化进入市场内食用农产品的抽检,设立食用农产品市场检测台;建立茶叶市场夏秋茶重点抽检检测监管等一系列措施,确保把地产食品源头安全风险降到最低,确保我县茶叶产业健康发展。建议明确以下

事项:

1.明确散装茶叶按食用农产品进行许可和管理。农户自产自销的散装茶叶,经营收购的散装茶叶,在中国茶市流通的散装茶叶一律按食用农产品进行监管,即不需要经过许可,只需取得营业执照即可,但农业部门要加强农户使用农药的监管。

2.茶叶生产企业必须取得《食品生产许可证》和营业执照。

3.预包装食品必须是正规茶叶生产企业生产的茶叶,即必须是有《食品生产许可证》企业生产的产品,其标识标签应符合《食品安全法》有关规定。销售预包装茶叶的经营户必须取得《食品经营许可证》和营业执照。

(二) 加强茶叶包装管理

1.取得《食品生产许可证》的茶企,应该有符合《食品安全法》规定的包装。“大佛龙井”的品牌必须经县名茶协会授权方可使用。

2.在中国茶市或在本县固定门店经营茶叶的经营户,不得现场进行茶叶包装,只允许散装销售。随意包装销售茶叶的,按《食品安全法》有关规定严肃查处。

3.加大茶叶流通环节监管力度,规范包装标识使用,维护“大佛龙井”品牌形象。

4.县名茶协会要加强对“大佛龙井”品牌的保护,不得随意授权未取得《食品生产许可证》的茶企或个人使用“大佛龙井”品牌。

(作者系县市场监督管理局副局长)