

بند ۱۹۹۴	عنوان	توضیح
۴.۱	مسئولیت مدیریت	از یک الزام اولیه، به یک رکن اصلی با عناصر تعهد، مشتری محوری، خط مشی، برنامه ریزی، اهداف، مدیریت نماینده، بازنگری مدیریت و ارتباطات ارتقا یافت.
۴.۲	سیستم کیفیت	مفهوم "سیستم" پرننگ تر شد. الزام به تعیین فرآیندها، ترتیب و کنش های متقابل آنها آمد. مستندسازی انعطاف پذیرتر شد (به جای رویه های اجباری زیاد).
۴.۳	بازنگری قرارداد	دیگر صرفاً یک "بازنگری" نبود. کل فرآیند تعیین الزامات مشتری، بازنگری آنها و ارتباط با مشتری پوشش داده شد.
۴.۴	کنترل طراحی	رویکرد فرآیند طراحی از برنامه ریزی تا اعتبارسنجی، جایگزین "کنترل" صرف شد.
۴.۵	کنترل مستندات و داده ها	منطق و هدف یکسان، اما در ساختار جدید و منسجم تر.
۴.۶	خرید	علاوه بر کنترل، بر ارزیابی تامین کنندگان و تایید محصول خریداری شده تاکید بیشتری شد.
۴.۷	کنترل محصول مشتری	عنوان گویاتری پیدا کرد و دامنه آن گسترش یافت (شامل داده ها و مالکیت فکری نیز شد).
۴.۸	شناسایی و ردیابی محصول	بدون تغییر عمده، در جایگاه منطقی خود در "تحقق محصول" قرار گرفت.
۴.۹	کنترل فرآیند	مفهوم "کنترل" به "طرح ریزی و اجرا تحت شرایط کنترل شده" ارتقا یافت. این کلید اصلی رویکرد فرآیندی بود.
۴.۱۰	بازرسی و آزمون	دیگر یک بند مجزا نبود. مفاهیم آن در ۷.۱ (طرح ریزی)، ۷.۵ (فرآیندهای تولید و ارائه خدمت)، ۸.۲.۴ (پایش و اندازه گیری محصول) گنجانده شد.
۴.۱۱	کنترل تجهیزات آزمون	عنوان گسترده تر شد (شامل نرم افزارهای اندازه گیری نیز شد).
۴.۱۲	وضعیت بازرسی و آزمون	این مفهوم در الزامات شناسایی وضعیت محصول (۷.۵.۳) و کنترل محصول نامنطبق (۸.۳) جذب شد.
۴.۱۳	کنترل محصول نامنطبق	ساختار منطقی تر و تاکید بر اقداماتی برای حذف عدم انطباق کشف شده.
۴.۱۴	اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه	بزرگترین تغییر مفهومی. این دو اقدام کاملاً تفکیک شدند. اقدام اصلاحی برای رفع مشکل رخ داده و اقدام پیشگیرانه برای حذف علت بالقوه پیش از وقوع مشکل.
۴.۱۵	حمل، انبارش، بسته بندی، نگهداری و تحویل	عنوان ساده تر و مفهومی تر "حفاظت" جایگزین لیست فعالیت ها شد.
۴.۱۶	کنترل سوابق کیفیت	بدون تغییر عمده، در کنار کنترل مدارک قرار گرفت.
۴.۱۷	ممیزی های داخلی کیفیت	به عنوان یک ابزار اندازه گیری عملکرد سیستم در جایگاه بهتری قرار گرفت.
۴.۱۸	آموزش	تاکید از "گذراندن دوره" به "دستیابی به شایستگی لازم" و "گاهی کارکنان از اهمیت فعالیتشان" تغییر کرد.
۴.۱۹	خدمات پس از فروش	به عنوان بخشی از فرآیند ارائه خدمت دیده شد، نه یک موضوع جدا.
۴.۲۰	روش های آماری	این مفهوم به صورت عقل سلیم در کل استاندارد پخش شد: "جایی که برای اثبات اثربخشی لازم باشد، باید از روش های آماری مناسب استفاده کرد" (در مقدمه و اصول).