

质量问题大剖析

“英雄”何以“走麦城”

全省“打假”办公室成立

366266

质量问题大剖析

——对质量的社会学研究

李正权 著

电子科技大学出版社

•1992•

366266

质量问题大剖析

李正权 著

*

电子科技大学出版社出版

(中国成都建设北路二段五号)

电子科技大学出版社印刷厂印刷

新华书店重庆发行所经销

*

开本 32 1/32 印张 9.6875 字数 209千字

版次 1992年12月 第一版 印次 1992年12月第一次印刷

印数: 1~5000册

中国标准书号 ISBN 7-81016-476-7/F·37

[川]016(4452·38) 定价(压膜)4.60元

内 容 提 要

伪劣商品泛滥，产品质量低劣，质量问题日益成为严重的社会问题。本书从社会整体的角度对质量问题进行了大剖析，提出了全新意义的质量效益论，分析了企业、用户、政府和其他社会成员之间质量效益的分配机制，揭示了社会对质量的需求规律，考察了质量形成、交换和实现过程中各种社会因素对质量效益的影响。并通过这一系列剖析，得出了必须加强宏观质量管理，加大对企业的质量压力，促使企业走质量效益型道路，缓解质量问题需要全社会共同努力等结论。

本书作为质量社会学研究的一个尝试，理论联系实际，为质量管理提供了一系列新思路、新观点和新方法，不但是质量管理人员的必读书，而且可供科技界、经济界、企业界、有关专业的大中专师生以及广大消费者参考。

质量管理发展的三大趋势

(代 序)

下个世纪是中华民族振兴的世纪。质量是民族振兴的基础之一。展望质量管理的未来，笔者认为有三个发展趋向，或曰三大趋势。

第一大趋势：质量问题将日益从企业内部向全社会扩展

至今我们还仅仅是从企业的角度去理解质量，充其量也只考虑到用户。例如谈质量与效益，谈全面质量管理与企业发展，都还局限在企业内部。又例如我们所理解的质量定义，不管是适用性定义还是符合性定义，也还局限在企业与用户的关系上。田口玄一的质量定义（质量是产品出厂后给社会带来的损失），已经多少突破了这种局限，但缺乏更高层次的考虑。下个世纪，质量问题将日益从企业内部扩展到社会，这是因为：

1. 生产的社会化程度将日益加深。社会化大生产是现代化的必然要求。封闭式生产，“大而全”、“小而全”的企业将在日趋激烈的市场竞争中被淘汰。目前不少企业已感觉到，原材料、配套件对产品质量的影响日趋严重。企业加强

外购器材的质量控制固然十分必要，作为质量管理者则应站到社会的高度上来考虑这个问题。

2. 企业面对的用户将日益加强联合。消费者协会、用户委员会以及某一产品的用户联合会之类的组织将日益发展。产品质量一旦出了问题，向企业提出赔偿要求的，也将从单一用户(个体)向联合用户(群体)转变。对单一用户，企业采取推诿搪塞的方法可能还有效，而对联合起来的用户就不大可能有效了。

3. 质量问题造成的影响将日益从单一用户扩展到整个社会。现代社会的用户是高度社会化了的。一人受损，就会使整个社会也受到损害。例如食品不卫生，不仅损坏用户健康，而且给社会增加负担(保险金或医疗费支出扩大，造成医院拥挤等)。为了避免受损，社会将日益加强对质量问题的关注。

4. 质量问题造成的资源损失将日益成为全社会的损失。过去把质量损失仅仅看成是企业的损失。根据热力学第二定律的观点，所有的损失都可以归结为熵的增加，也就是归结为资源的损失。资源总是有限的，社会不能坐视企业浪费资源。

5. 质量问题造成的环境污染将日益引起全社会关注。从广义上说，所有的质量问题都可能给环境造成某种程度的污染。例如使用寿命达不到规定要求，提前废弃，就会提前带来垃圾问题，增大垃圾量，环境污染将成为下个世纪人类最关心的问题之一。从这个角度看，社会也将对质量问题予以特别关注。

作为质量管理者，应当提前认识质量问题的发展趋势，

及时转变观念，从理论和实践两个方面去发展质量管理，以适应形势的发展。

第二大趋势：质量管理将日益从微观管理向宏观管理发展

根据管理者和管理对象的不同，质量管理可以分为微观管理和宏观管理。微观质量管理是企业对质量的管理，其对象是企业内部的产品研制和生产以及售后服务的全过程。宏观质量管理是政府对质量的管理，其对象是整个国家(地区)或整个行业有关产品质量形成、变换和使用(实现)过程，也就是对微观质量管理的管理。

鉴于上述第一大趋势的发展，加强宏观质量管理的任务日益尖锐地提到了质量管理者面前。不管是什么样的社会制度，都不可避免。在西方，宏观质量管理主要通过法律手段来进行，但政府对企业的行政干预也在日益加强。对我国来说，加强宏观质量管理更加必要，更加迫切。首先，目前我们正在改革，社会主义市场经济体制还未完全建立和完善，这就使企业短缺了一部分质量压力。其次，我国企业的主体是国营企业，政府对企业的行政干预比资本主义国家强烈得多，这种情况一时也难以改变。再次，虽然现在我们十分强调市场的作用，但计划调节毕竟是我们的传统，而且在新的社会主义市场经济体制中亦还将继续运用经过改革的某种程度上的计划调节手段。与西方资本主义国家比，我们的行政干预的面要广得多，内容要深刻得多。最后，在相当长的时期内，我国的社会总需求大于社会总供给，这对产品质量(特别是短缺的材料、能源等产品质量)造成很大的负作用，

也需要宏观质量管理来消除或减轻。如果说微观质量管理是一个轮子，那么宏观质量管理则是另一个轮子。只有两个轮子同时转动，质量的车子才能加速前进，产品质量才能提高。

当前，应当加强宏观质量管理的研究。如果说美国的 J. M. 朱兰博士主编的，长达 210 多万字的《质量控制手册》提供了一整套微观质量管理的理论和方法，那么我们也应当有一整套宏观质量管理的理论和方法。这值得我们努力。

第三大趋势：质量管理方法将日益从硬技术向

软硬技术相结合转化

其实，从全面质量管理(TQC)诞生那天起，质量管理方法就已经渗透社会科学的原理和方法(软技术)。行为科学便是全面质量管理的理论基础之一。随着质量管理的深入发展，社会科学的原理和方法将日益渗透到质量管理中来。质量经济学、质量心理学以及质量责任制、质量否决权、质量工资制、质量管理小组活动等研究，就表现出这种倾向。随着宏观质量管理的提出，质量社会学的研究任务也提上了议事日程。据有关专家预测，下个世纪，社会对心理学、社会学等方面的人才需求量将大增。这也包括质量管理方面的需求。

为什么质量管理方法将大量溶入非技术科学即软科学的内容呢？这主要是因为生产力的发展。我们知道，劳动工具是生产力中最活跃的因素，生产者则是决定性因素。随着电子技术日益深入各行各业，成为劳动工具的重要组成部分，从而使人的因素在生产中的作用也大大加强了，对人的素质要求也大大提高了。也就是说，职工的主观能动性对生产过程的影响大大增加了。在这种条件下，忽视人的因素，把人

仅仅当作“工具”，当作纯技术(硬技术)的使用者，就难以有效控制质量，也难以有效地解决质量问题。这一点，作为企业的质量管理者都深有体会。因此，应当重视软技术方法的研究，重视软硬技术相结合的研究。

目前国内已有企业正在试验类似的管理方法。例如根据人的生理心理变化曲线，加强对职工的控制，从而减少质量和安全事故；在质量管理小组活动中，更多地强调其对职工的凝聚力和鼓舞士气的作用，而不单纯看其对所谓新老七种工具^①的运用，等等。随着这一趋势的发展，一定能创造出与新老七种工具不同的一系列质量管理工具来。中华民族有悠久的文化传统，对软科学软技术有独特的思维方式，在这方面理应有较大的贡献。

强调软科学软技术，不是对硬科学硬技术的否定，而是二者的结合。但是，由于质量管理中的实用主义倾向，管理人员中“立竿见影”的急功近利思想，对软科学软技术的认识还很不够，还未提上企业质量管理者的议事日程。作为理论研究，也还刚刚起步。这种状况应早日改变。

上述三大趋势是客观存在着的，不以人们的意志为转移。我们应当认识它，把握它，顺应它的发展，发展质量管理的理论，丰富质量管理的实践，为提高全社会的产品质量水平，降低全社会的质量损失而努力。

①所谓老七种工具是指分层法、调查表法、排列图法、因果图法、直方图法、控制图法和散布图法；所谓新七种工具是指关联图法、KJ法、系统图法、PDPC法、箭条图法、矩阵图法和矩阵数据分析法。

本书主要论点

1.随着商品经济的发展，质量问题日益成为严重的社会问题，把质量问题放在整个社会背景中进行多角度、多方位的考察和研究已显得十分必要和紧迫。

2.质量的含义包括价值和损失两个方面，把二者结合起来的效益性质量定义是：能够以最小损失而给社会提供最大收益的产品或服务的属性。这里所说的收益和损失都是广义的，包括经济、心理、政治等各个方面。

3.不管是企业还是用户，以至政府和其他社会成员，都要从产品的生产或使用中获取一定的质量效益（即收益和损失之差）。当一种产品的社会整体质量效益小于或等于0时，社会就会采用各种方式，迫使该产品停止生产或使用。

4.产品质量实际上是质量效益与损失之比，比值越大，质量水平越高，反之则越低。

5.科学技术是生产力的质量属性。发展生产力要质量第一，也就是科学技术第一。任何产品都是在生产力的作用下形成的，生产力的质量属性决定了产品的质量属性。科学技术表现在产品之中，是产品质量的全部内容。

6.质量效益来自于科学技术。产品中包含的科学技术内容越多，越先进，质量效益就越高。从这个意义上说，连剩余价值(劳动)也来自于科学技术。这种解释可以说明用户、

政府和社会其他成员质量效益的来源，还可以说明不少其他理论问题。

7.产品之所以有用，是因为能满足人们的某种需要。一旦人们的某种需要得到满足，该产品所能提供的收益也就开始下降，从而使其质量效益也随之下降。

8.任何产品的质量效益都要在企业、用户、政府、其他社会成员之间进行分配。它们之间既存在互相转嫁损失的可能性，又存在互相争夺收益的可能性。从社会整体的角度来看，所谓质量问题，就是质量效益分配不当的问题。

9.质量特性具有层次性。从历史角度和消费角度看，社会对质量特性的需求都是从低层次向高层次发展的。正因为如此，人们对产品提供的收益、损失和质量效益都会产生不同评价。但是，这并不影响我们对质量效益的研究。

10.由于我国国民收入的平均化。社会对质量的需求也呈现为平均化。社会一旦产生对某种产品的需求，来势特别猛，一旦消退，又退得特别急。这既反映了社会主义的优越性，又给经济发展特别是给质量造成了严重的负作用。

11.企业必须承担质量责任，这是企业质量动力的源泉。由于我国的具体情况，企业所承受的质量压力往往被经济体制、经济政策、文化背景、市场变化、供求关系等因素消解，使企业缺乏质量动力，这对质量的形成非常不利。

12.在进行质量交换时，用户对质量效益仅仅是一种预期，因而存在着风险。当这种风险超过用户所能承受的阈限，用户就会拒绝购买。我国现有居民存款10000多亿元，从一个方面反映了社会对质量状况的不满。质量交换实际上就是对质量的投入。

13.质量在产品使用中得到实现。质量实现的两大趋势：用户日益参与质量的形成过程，社会对产品使用的干预日益加强。

14.质量问题日益社会化，加强宏观质量管理的任务尖锐地提到全社会面前。政府管质量应以管结果为主。政企分开，宏观质量管理和微观质量管理也应分开。

15.质量问题日益从企业内部向全社会扩展，质量管理日益从微观管理向宏观管理发展，质量管理技术日益从硬技术向软硬技术相结合转化，这三大趋势要求我们加强质量管理的学术理论研究。

16.市场经济对产品质量的要求不是降低了，而是更高了。全面质量管理是市场经济的产物，只有在市场经济条件下才能真正取得成效。市场经济要求政府加强宏观质量管理，也要求企业内部的质量管理适应其要求。随着改革的深化，我国的产品质量状况必将得到根本好转。

几点说明

1.本书所用的术语“产品”，在适当的地方也用来表示服务。

2.本书所用的术语“企业”，不仅指生产企业，在适当的地方也可以指研制或设计单位、经销企业以及承运、承储、装卸企业等。

3.本书所用的术语“用户”，不仅指一般消费者、购买者、使用者或再加工者，在适当的地方也可以指处于产品生产和使用的中间过程的经销者。按全面质量管理的理论，下工序就是上工序的“用户”，本书即用这种泛指意义。

目 录

本书主要论点

几点说明

第一章 引论：质量问题的社会化 (1)

第一节 质量问题日益成为严重的社会问题 (1)

1.1 商业部长买鞋上当记——一个实例 (1)

1.2 买东西没有安全感——消费者的不满 (2)

1.3 质量问题给社会造成严重损害 (4)

1.4 质量问题日益成为严重的社会问题 (6)

第二节 质量问题的社会化 (8)

1.5 质量问题社会化的发展过程 (8)

1.6 质量问题社会化日益发展的原因 (10)

第三节 把质量问题放在整个社会背景中

进行研究 (14)

1.7 用社会学的理论和方法来研究质量问题... (14)

1.8 质量社会学研究的内容 (16)

1.9 质量社会学研究的意义 (18)

上篇 质量效益论

第二章 质量效益定律 (23)

第一节 质量：价值与损失 (23)

2.1	质量的价值含义——术语探源·····	(23)
2.2	质量的损失含义——田口定义·····	(26)
2.3	本书提出的质量定义·····	(28)
第二节	质量效益定律·····	(30)
2.4	质量效益公式·····	(30)
2.5	社会生产的最基本前提——获取质量 效益·····	(33)
2.6	质量效益定律·····	(35)
第三节	质量的评价标准·····	(37)
2.7	质量水平公式·····	(37)
2.8	碎饼干、钢材、旅游鞋等——如何 评价其质量水平·····	(40)
第三章	质量效益分析 (A)·····	(45)
第一节	质量效益来自何处? ·····	(45)
3.1	用户从产品中获得质量效益·····	(45)
3.2	用户的质量效益来自于科学技术·····	(47)
3.3	科学技术提供质量效益的理论意义·····	(51)
3.4	质量内容定理·····	(53)
第二节	质量效益的变动·····	(54)
3.5	满足需要——人类生产的最终目的·····	(54)
3.6	质量效益变动定理·····	(57)
3.7	从用户角度进行的分析: 需要的满足 与不满足·····	(58)
3.8	对“知识价值论”的简要评价·····	(61)
第三节	质量效益的分配·····	(62)
3.9	质量效益在产品生存期内的分配·····	(62)

3.10	质量残损的社会分配	(64)
3.11	产品收益和损失的饼分图	(68)
第四章	质量效益分析 (B)	(70)
第一节	企业提高质量效益的途径	(70)
4.1	用户平均质量效益对产品单价的限制	(70)
4.2	提高销售量的前提: 给用户提高高于 平均质量效益的质量效益	(72)
4.3	企业降低生产成本的风险	(74)
第二节	用户承担哪些损失?	(77)
4.4	使用成本: 用户的损失分析	(77)
4.5	产品不合格——企业向用户转嫁损失	(81)
4.6	质量保证: 企业为用户提供的补偿	(84)
4.7	用户自己造成的损失	(86)
第三节	企业的非直接收益分析	(87)
4.8	国家补贴——企业的一种非直接收益	(87)
4.9	国家补贴的弊端: 合理走向不合理	(90)
4.10	企业的其他非直接收益	(94)
第五章	质量效益分析 (C)	(96)
第一节	政府所获的质量效益分析	(96)
5.1	政府从企业获取收益	(96)
5.2	政府对质量问题的关注: 社会稳定	(101)
5.3	政府的质量效益	(104)
第二节	社会所获的质量效益分析	(105)
5.4	其他社会成员的损失	(106)
5.5	其他社会成员的收益	(109)
5.6	其他社会成员的质量效益	(112)

第三节	小结：对几种有关质量效益问题认识的批评.....	(114)
5.7	产品性能高就是质量好吗？.....	(114)
5.8	产品合格或获优就是质量好吗？.....	(116)
5.9	用户说好就是质量好吗？.....	(117)
5.10	企业赢利水平高就是产品质量好吗？.....	(118)
5.11	社会整体质量效益与国民生活质量.....	(119)

下篇 质量过程论

第六章	社会对质量的需求.....	(125)
第一节	影响社会需求的若干因素.....	(125)
6.1	人生需要转化为社会需求.....	(125)
6.2	社会对质量效益的需求程度.....	(128)
6.3	需求不足或需求过猛对产品质量的影响.....	(130)
第二节	质量特性需求的历史变化.....	(133)
6.4	社会对质量特性需求的变化.....	(133)
6.5	从历史角度看社会对质量特性需求的变化.....	(136)
6.6	从消费角度看社会对质量特性需求的变化.....	(138)
6.7	等外品为何比优质品好卖？.....	(140)
第三节	质量需求在质量过程中的意义.....	(142)
6.8	社会的质量需求对质量形成的意义.....	(143)
6.9	社会的质量需求对质量交换的意义.....	(145)
6.10	社会的质量需求对质量实现的意义.....	(148)
6.11	社会质量风气.....	(149)