



饭店质量控制与管理

郑向敏◎著



科学出版社

www.sciencepress.com

饭店质量控制与管理

郑向敏 著

F719.3
267

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书既强调质量管理学科的理论性和科学性,注重饭店质量控制过程的独特性和功能性,又重视质量控制与管理的理论与方法,强调饭店质量管理实践运作中的实用性和可操作性。全书共九章,内容包括:饭店质量控制与管理概述、饭店质量控制与管理的理论与方法、饭店质量控制与管理体制、全面质量管理、饭店产品质量控制与管理、饭店服务过程质量控制与管理、顾客关系管理、饭店质量经济性分析、饭店质量管理的发展历程与新思想。本书在内容选择与编排上既能使读者学到质量管理的理论知识,又能在技术和方法上指导读者适应现代饭店质量控制与管理实践的运作。

本书可作为旅游院校专业课程教科书,也可作为饭店经营管理人士的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

饭店质量控制与管理 / 郑向敏著. —北京: 科学出版社, 2008
ISBN 978-7-03-020425-7

I. 饭… II. 郑… III. 饭店-企业管理: 质量管理 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 027375 号

责任编辑: 张 兰 卜 新 / 责任校对: 陈玉凤

责任印制: 张克忠 / 封面设计: 耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京市安泰印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 4 月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2008 年 4 月第一次印刷 印张: 17 1/2

印数: 1—2 500 字数: 333 000

定价: 39.00 元

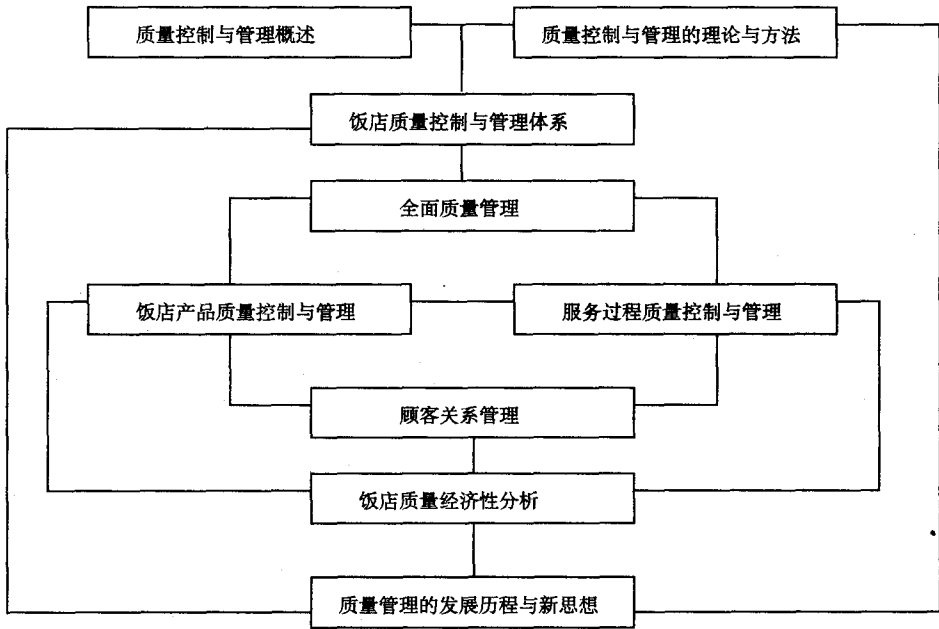
(如有印装质量问题, 我社负责调换〈安泰〉)

前 言

著名质量管理专家 J. W. 朱兰博士认为，21 世纪是质量的世纪。人类社会已经进入质量社会，质量概念与质量需求已深入人们日常的生活。随着经济全球化趋势的日益加深，企业之间的竞争由区域性向全球性发展，质量的市场作用与地位日益重要，质量已成为企业竞争的法宝。作为与国际接轨最早和最成熟的旅游企业，饭店产品质量特别是服务质量已成为饭店企业逐鹿市场、招徕顾客的核心竞争力，是赢得顾客忠诚度、获得可持续发展的基石。

科技进步和市场需求始终是饭店质量管理发展的两个基本动力。科技进步使饭店质量管理由定性、抽象走向定量、具体；市场需求使饭店质量管理由结果质量管理向过程质量控制+结果质量管理发展，由产品质量管理、部门质量管理向全面质量管理、顾客关系管理发展。作为服务性企业，饭店质量控制与管理既要像其他企业的质量控制与管理一样，注重传统质量管理学的“质量环”基础，强调以生产者为主导的质量管理，也要考虑服务性企业服务产品的特性，注重服务过程质量控制的思想 and 满足顾客个性化需求的“顾客满意”理念，重视顾客与相关方满意的质量控制与管理。

质量控制与管理在饭店经营管理中的作用与地位日益显现，饭店质量控制与管理的实践活动急需理论的指导，但饭店质量控制与管理的理论研究却明显滞后于专业课程教学和业界实践运作的需要，至今尚没有一本系统、全面介绍饭店质量控制与管理的理论与方法、实践与应用，既能满足专业课程教学需要又能指导饭店业界质量控制与管理实践运作的专著或教科书。因此，作者结合专业理论研究和饭店质量管理实际运作的具体情况，参考与借鉴了质量管理业界的研究成果和经验，撰写了《饭店质量控制与管理》一书。本书在内容编排上既注重理论与方法的阐述，也重视实践的应用分析；既注重产品的质量控制与管理，也重视服务过程的质量控制与管理，力求让读者对质量管理的理论与方法、饭店质量控制与管理、饭店质量经营等方面有系统的认识、理解并能在实践中应用。本书内容结构的逻辑框架如下：



在本书的撰写过程中，本人指导的博士研究生李勇泉、李正欢、谢朝武和硕士研究生沈慧贤、刘侃、宋博等提供了相关材料和帮助。在此对他们表示感谢。由于作者水平有限，错漏之处在所难免，敬请读者不吝赐教。

郑向敏

2007年10月20日于华侨大学

目 录

前言

第一章 饭店质量控制与管理概述	1
第一节 质量控制与管理的基本概念.....	1
第二节 质量控制与管理的对象与内容.....	8
第三节 服务质量控制与管理	12
第二章 饭店质量控制与管理的理论与方法	23
第一节 饭店质量管理的基本原理	23
第二节 饭店质量管理的基础理论	26
第三节 饭店质量控制与管理方法	40
第四节 饭店服务战略管理与方法	55
第三章 饭店质量控制与管理体制	75
第一节 饭店服务质量保证体系	75
第二节 饭店服务质量评价体系	88
第三节 饭店服务质量监控体系.....	101
第四章 全面质量管理	108
第一节 全面质量管理的含义与思想.....	108
第二节 全面质量管理的内容.....	110
第三节 全面质量管理的基础工作.....	113
第四节 质量控制与管理方法在全面质量管理中的应用.....	119
第五章 饭店产品质量控制与管理	126
第一节 客房产品质量控制与管理.....	126
第二节 餐饮产品质量控制与管理.....	136
第三节 康乐产品质量控制与管理.....	150
第四节 购物产品质量控制与管理.....	157
第六章 饭店服务过程质量控制与管理	164
第一节 过程质量控制概述.....	164
第二节 服务产品实现过程主要环节的质量职能.....	165
第三节 服务产品实现过程的控制与管理.....	169
第四节 饭店交互服务质量管理.....	179

第七章 顾客关系管理	185
第一节 顾客满意.....	185
第二节 顾客价值.....	197
第三节 经营顾客.....	207
第四节 顾客关系管理系统.....	213
第八章 饭店质量经济性分析	220
第一节 质量经济性分析概述.....	220
第二节 饭店质量成本、质量效益与质量损失分析.....	225
第三节 饭店产品质量与质量经济性.....	236
第四节 饭店服务过程的质量经济性分析.....	240
第五节 饭店质量经济性管理.....	243
第九章 饭店质量管理的发展历程与新思想	249
第一节 质量管理的百年历程.....	249
第二节 中国饭店业质量管理发展历程.....	251
第三节 质量战略与质量文化.....	256
第四节 质量控制与管理发展中的新思想.....	259
主要参考文献	272

第一章 饭店质量控制与管理概述

对基础概念的正确理解、对研究范畴的明确定位以及对学科从属与特征的准确把握是学习和掌握一门学科的前提。本章分析了质量、质量控制、质量管理、饭店质量控制与管理、饭店质量管理体系等术语和相关概念，阐述了饭店质量管理的研究对象和研究内容，研究了饭店服务质量管理等方面的内容。

第一节 质量控制与管理的基本概念

为了统一和规范质量管理及其相关术语，方便国际间的相互交流和实践指导，国际标准化组织（ISO）自1986年开始先后对质量、质量管理及其相关术语的概念进行了标准化的定义。2000年颁布实施的ISO 9000:2000（质量管理体系——基础和术语）是当前最新的一套标准。本节的质量、质量管理以及质量管理体系相关术语的阐述建立在该套标准的基础上。

一、质量的相关概念

1. 质量

质量是“一组固有特性满足要求的程度”（ISO 2000-3.1.1）。这一定义，可从以下几个方面来理解：

（1）“特性”是指“可区分的特征”，包括物理、功能、感官、生理、行为、时间等各种类别的特性。特性可以是固有的或赋予的，也可以是定性的或定量的。“固有特性”是指产品中本来就有的、天然存在的、永久的特性；“赋予特性”是指产品形成后因不同需要所赋予的特性；“定量特性”是指能用数字或条码表达和衡量的特性；“定性特性”是指无法用数字或条码表达和衡量，只能通过文字描述或感知体会的特性。

（2）“要求”是指“明示的、通常隐含的或必须履行的需求或期望”。“明示的要求”是指通过标准、规范、程序和技术要求、合同等文件明确规定的要求，特别强调技术、市场、社会等方面的要求；“通常隐含”是指人们公认的、不言而喻的、无需明确规定的“需求或期望”，包括惯例和一般做法；“必须履行”是指法律法规规定必须履行的有关健康、安全、环境、能源、自然资源、社会保障等方面的要求；“满足明示或隐含的需要”不仅包括顾客的需要，也包括产品的

其他受益者和社会的需要，还包括所有者和供应商的期望和需要。

(3) “满足要求的程度”指在满足规定的要求和预期的使用目的方面的客观情况，是固有特性的客观表现或反映，而不是人们的主观评价。即“质量”本身是指一种客观状态，对质量进行主观评价或提出主观要求时，通常使用“合格”、“不合格”、“等级”、“顾客满意”等术语。“合格”是指“满足要求”，“不合格”是指“未满足要求”，“等级”是指“对功能用途相同但质量要求不同的产品、过程或体系所作的分类或分级”（质量比较只能在同一等级上进行，不同等级的产品不能在质量上进行比较），“顾客满意”是指“顾客对其要求已被满足程度的感觉”。

2. 产品质量

“产品”是过程的结果。从广义角度看，产品包括了硬件产品、软件产品（如计算机软件）、流程性材料产品（如液体、气体）和服务产品（如饭店、导游等）四类。硬件产品通常是可以分离和定量计数的有形产品；软件产品是以方法、论文或程序的形式存在的，由信息组成的无形产品；而流程性材料产品一般是连续生产的液体、气体状的有形产品；服务产品是有形产品和无形产品的组合，是供方、顾客和发生在供方与顾客之间的活动与过程。

产品质量是反映产品满足要求的能力的特性总和。产品质量的本质是产品具备的某种“能力”，这种能力通过产品质量特性来体现。产品质量特性是指“产品、过程或体系与要求有关的固有特性”，如重量、尺寸、颜色等客观特性，不包括人为赋予的特性，如“便宜”、“漂亮”、“可爱”等主观评价。服务产品的质量特性除服务的功能性、安全性、时间性外，还包括服务提供的文明程度、服务接受者的舒适程度和满意程度。过程的质量特性存在于产品的开发、设计、生产、制造、销售、服务等活动之中，各项活动的质量特性决定过程的质量特性。体系的质量特性存在于体系的资源构成、技术水平、组织结构、人员职责等各项要素之中，体系的质量特性中最重要的是体系的运行效率和质量保证能力。

3. 饭店产品质量

1) 饭店产品整体质量

饭店产品是由有形的硬件产品和无形的服务产品组成。我们把有形硬件产品质量和无形服务产品质量的组合称之为饭店产品的整体质量。饭店产品整体质量的概念可以从不同角度来理解。

从产品与服务的组成成分角度看，饭店产品整体质量包括：

(1) 有形的、标准化产品成分的质量。指硬件设施、设备等有形的、可触摸的产品质量。通常采用“符合规格”的质量定义。例如，饭店的电梯、菜肴、餐

具、灯光、卫生洁具、布草等产品成分必须符合饭店等级规格标准。

(2) 无形的、标准化服务成分的质量。指无形的、程序化的服务操作方式和流程的质量。通过采用“符合标准的、科学合理的操作程序”的质量定义。例如,饭店规定的预订、登记入店、结账离店、客房清洁等服务工作的标准化操作程序。

(3) 有形的、定制化产品成分的质量。指个性化的、为顾客定制提供的有形的、可触摸的产品质量。通常采用“符合规格”和“符合期望”的质量定义。例如,为顾客量身定做的浴衣睡袍、顾客定制的菜肴质量等。顾客定制的菜肴必须符合或超过顾客的期望和口味要求,但是菜肴的烹调方法、食品、原料、配料都必须符合规格。有形的、定制化产品成分符合规格,是保证定制化产品整体质量的必要条件,但不是充分条件,定制化产品整体质量的充分条件是“符合顾客期望”。

(4) 无形的、定制化服务成分的质量。指个性化的、为顾客定制提供的无形的、程序化的服务操作方式和流程的质量。通常采用“符合标准的、科学合理的操作程序”和“符合期望”的质量定义。例如,为某位顾客或某一顾客群体专门设计的宴会、会议的接待服务方式和操作流程必须“符合标准的、科学合理的操作程序”和“符合顾客的期望”。

从服务属性的质量角度看,饭店产品整体质量包括:

(1) 技术质量。指饭店产品提供所需的服务设施设备质量、服务人员的服务知识和技能质量等。

(2) 感情质量。指服务接待过程中的社交性礼节、情感交流、服务互动质量,感情质量的高低直接影响着顾客对饭店产品的满意度和忠诚度。

(3) 关系质量。指顾客、饭店服务人员和管理人员的融洽度,顾客与饭店的买卖关系之间的信任感与满意程度。

(4) 环境质量。指饭店的消费环境质量与饭店提供的开放式服务操作体系的可感知程度和可体验程度。

(5) 沟通质量。指顾客消费需求与饭店产品供给信息的对称性,顾客获取产品信息和反馈意见的便易性等。

从质量的属性角度看,饭店产品整体质量包括:

(1) 符合性质量。指饭店提供的有形、无形产品质量,各服务操作程序符合饭店产品标准规定要求时的质量。符合性质量是饭店产品必须无条件达到的、具有保证性的质量。

(2) 提升性质量。指饭店为获得顾客满意而使提供的产品质量标准超过规定要求时的质量。提升性质量对饭店产品而言,不具有必要性和保证性,属于增优性和额外性。

2) 饭店服务产品质量

饭店产品主要是服务产品。因此,饭店产品质量主要指饭店提供的服务产品满足顾客需求的能力与程度。饭店服务产品质量是服务过程和服务结果的质量总评价,饭店服务产品具有以下质量特性:

(1) 功能性。包括有形产品满足顾客需求的产品使用性能、外观性能和无形产品中反映某项服务所发挥的效能与作用。

(2) 可信性。包括反映有形产品的适用程度、可用程度和满足产品功能的能力和信度以及反映无形产品满足顾客消费的生理与心理需求的能力与信度。

(3) 经济性。反映了顾客为获得饭店提供的有形产品和无形产品所需付出费用的合理程度。

(4) 安全性。指饭店提供的产品对消费者的生命、财产、信息、隐私的安全保障能力和程度。包括有形产品的安全卫生性和服务过程中无形服务的安全性与规范性。

(5) 时间性。反映了服务产品在时间上能够满足顾客需求的能力。包括及时、准时、省时的时间性和快速、准确、有效的效率性。

(6) 舒适性。指服务产品能带给消费者情感上的愉悦和舒适程度。包括有形产品的可视愉悦度、可用舒适度和无形产品的可感知愉悦度和舒适度。

(7) 文明性。指服务产品满足消费者精神需求的程度和服务项目设置、服务方式提供、服务行为的文明程度。

(8) 知识性。指服务产品能带给消费者知识学习、潜能发挥和自我能力实现的能力和程度。包括服务产品的参与性程度、体验性程度和学习性程度。

4. 人的需求与产品质量特性

产品质量与产品使用者的需求直接有关。马斯洛把人的需求分为五个层次,不同需求层次对应着不同的质量要求(产品的质量特性),其对应关系如表 1-1 所示。

表 1-1 人的不同需求层次对应的质量特性

马斯洛的人的需求层次	对应的产品质量特性	对应的饭店产品质量特性与质量要求
自我实现需求	自我实现性(潜能发挥与自我能力实现)	产品的知识性、参与性和体验性,服务的互动性
尊重需求	尊重性与文明性	产品的针对性、效率性,服务的个性和柔性
感情需求	愉悦性(舒适性、时间性与经济性)	产品的舒适性、美学性、经济性,服务的灵活性和时间性

续表

马斯洛的人的需求层次	对应的产品质量特性	对应的饭店产品质量特性与质量要求
安全需求	可信性（可靠性与安全性）	服务的规范化，产品的可信性和安全卫生性
生理需求	合用性（适用性与功能性）	产品的合用性、功能性，服务的程序化、标准化

二、质量控制与管理的相关概念

1. 质量管理

质量管理是“指导和控制某组织与质量有关的彼此协调的活动”（ISO9000:2000-3.2.1）。与质量有关的活动包括质量方针和质量目标的建立、质量策划、质量控制、质量保证、质量改进。

2. 质量控制

质量控制是指为达到质量要求所采取的作业技术和活动。这些技术和活动包括：确定控制对象，如某生产过程或服务过程等；制定控制标准，即应达到的质量要求，如服务规范和标准等；制定具体的控制方法，如操作规程、服务流程等；明确所采用的检验方法，包括检验工具和仪器等。质量控制的目的在于，控制产品和服务生产、形成和实现过程中的各个环节，并使它们达到规定的要求，把问题控制在其形成的早期并加以消除。就服务过程的质量控制来说，应该严格执行服务规程和服务标准。质量控制不仅要控制生产制造过程的结果，而且应控制影响生产制造过程质量的各种因素，尤其是要控制生产过程中的关键因素。

3. 饭店质量控制与管理

饭店质量与管理是确定和建立质量方针、质量目标，建立质量体系并在质量体系中通过质量策划、质量控制、质量保证和质量改进等手段来实施饭店全部管理职能所有活动的总称。这一概念包含以下几个子概念：

(1) 质量方针。质量方针是由饭店的最高管理者正式发布的，该饭店总的质量宗旨和方向。质量方针是饭店的质量政策，是饭店总体经营方针的重要组成部分，是饭店所有员工必须遵守的质量准则和行动纲领，是饭店长期或较长时期内质量活动的指导原则，是饭店企业文化的组成部分，反映了饭店在质量方面的追求和对顾客的承诺，体现了利益相关方的愿望和追求。

(2) 质量目标。质量目标是指在质量方面所追求的目的，是饭店根据质量方

针的要求，在一定期间内质量方面所要求达到的较具体、定量的预期成果。质量目标必须依据饭店的质量方针来制定，并以能满足消费者需要为宗旨；质量目标应是可以测量和评估的。饭店的质量目标应在横向上按相关部门或岗位分解，在纵向上按管理层次分解，分配落实到饭店各个相关职能部门、岗位和各个管理层次。

(3) 质量体系。质量体系是饭店实施质量管理时的组织、程序、资源等的系统化、标准化和规范化，是质量管理运作的核心和载体。建立质量体系的目的是追求稳定的高质量，使产品或服务满足饭店规定的要求和顾客的需要。饭店质量体系是一个由若干个不可分割、相互区别的要素（或子系统）组成的整体系统。这个系统包括质量评价体系、质量管理体系、质量保证体系等子系统，体系要素包括人、机（设备）、料（原材料）、法（法规和方法）、信息和环境等。

(4) 质量策划。质量策划是制定质量目标并规定必要的运行过程和相关资源，以实现质量目标的活动。饭店质量策划包括服务产品策划、生产服务过程策划以及资源提供、质量计划编制、质量评估分析和质量改进等诸多环节的策划。质量策划与质量计划不同，质量策划是质量管理中的策划活动，强调的是一系列活动，其结果是形成质量管理体系文件。而质量计划是质量策划的结果之一，是质量策划活动所产生的一种书面文件。

(5) 质量控制。质量控制是饭店通过监视产品质量的形成过程，控制生产与服务过程所有环节中引起产品不合格或不满意的因素，以达到满足顾客、企业和社会、法律法规等方面对产品所提出的质量要求而采用的各种质量控制技术和活动的总称。质量控制可分为过程控制（过程质量控制）和结果控制（产品质量控制），也可分为预防阶段控制和评定、处置阶段控制。预防阶段控制主要包括确定控制对象、确立控制计划和标准、实施控制计划和标准等内容；评定和处置阶段控制主要包括对控制对象进行连续监视、评价和验证以及纠正不合格和失误、预防再发生等内容。质量控制应贯彻预防为主与检验把关相结合的原则，对质量活动进行动态性的控制。

(6) 质量保证。质量保证是“致力于提供质量要求会得到满足的信任”的活动。质量保证是企业对用户在产品方面提供的担保，保证用户购得的产品在寿命期内质量可靠，提供信任是质量保证的关键。因此，饭店质量保证概念也可以理解为，质量保证是饭店通过开展一系列有计划的、系统的活动，用事实让顾客真正了解饭店产品的质量和管理水平、技术水平、服务水平以及生产服务各环节的主要质量控制活动和内部质量保证活动的有效性，使顾客或其他相关方能够确信饭店提供的产品、服务和体系的质量能够满足规定的质量要求。

质量保证是饭店通过对那些影响质量的质量体系要素进行一系列有计划、有组织的评价活动，为取得相关方的信任而提供可靠的证据。饭店质量保证是针对

饭店所有质量要求的活动，它必须服务于提供信任的目的，所以确定提供证据的范围、种类、方式、方法和相应的程序以及证实的程度时，均应以满足需要和能够提供信任为准则。为了提供足够的信任，饭店产品质量要求必须能全面、系统地反映供、需、社会三方的要求。

(7) 质量改进。质量改进是“致力于增强满足质量要求的能力”的活动。饭店质量改进的目的是通过提高整个饭店范围内的活动和过程的效率和有效性，通过纠正措施、预防措施减少失误，为本饭店和顾客提供更多的收益。质量改进是通过产品和质量管理体系运行的各个过程改进来实现的，它涉及饭店生产服务过程的各个阶段、环节、职能、层次。饭店质量改进的具体措施主要是预防措施和纠正措施。质量改进的依据是饭店生产服务过程记录的、客观存在的数据资料。

饭店质量控制与管理体系除了遵循传统的过程程序化、标准化和规范化的质量控制外，也重视生产服务过程中的质量评价、质量控制、质量保证和全面质量管理，重视过程与结果的质量控制，重视服务提供过程的主客互动和宾客关系管理。

三、质量管理体系的相关概念

1. 质量管理体系

质量管理体系是“建立质量方针和质量目标并实现这些目标的体系”(ISO9000:2000-3.2.3)。

构建质量管理体系的目的，是在质量方面帮助组织确保产品质量能满足顾客的要求和期望，增进顾客和相关方的满意程度。质量管理体系是为满足实施质量管理的需要而设计的，体系内容的设置应以满足组织的质量目标需要为准则，并能涵盖该组织所有的产品和过程质量的控制与管理。质量管理体系应以文件为基础来规范各项质量活动，组织必须建立一个形成文件的质量管理体系。质量管理体系在运行中需要进行系统的、定期的适宜性和有效性评价，并进行不断的改进和完善。

2. 饭店质量管理体系

饭店为确保其产品质量满足顾客需要这一质量目标，将饭店中所有与质量有关的要素即质量管理体系要素合成饭店质量控制与管理工作的整体——饭店质量管理体系。

饭店质量管理体系要素包括：各类质量管理活动与内容（质量计划、质量评价、质量控制、质量保证、顾客关系管理等）、为实施质量管理活动所建立的组织机构（质量领导小组、质量管理小组、QC小组等）、面向质量形成过程和质

量管理活动的各种生产与服务程序（生产流程、服务程序、关键服务环节、关键服务岗位和服务点等）、质量形成过程所需的资源管理活动和程序（人力的组织与协调、设施设备控制、采购供应、信息收集与反馈等）以及饭店生产服务过程记录的、客观存在的、与质量管理有关的各种数据资料和质量文件。

饭店质量管理体系由质量目标体系、质量计划体系、质量文件体系、质量评价体系、质量控制体系、质量保证体系和宾客关系管理体系等子体系构成。

3. 饭店质量管理体系的建立与实施

- (1) 确定顾客与其他相关方的需求和期望；
- (2) 制定饭店组织的质量方针和质量目标；
- (3) 确定实现质量目标必需的过程和职责；
- (4) 提供实现质量目标必需的资源；
- (5) 制定生产服务过程质量评价的有效的、科学的和可行的方法；
- (6) 对生产服务过程的质量进行有效的评价；
- (7) 建立质量承诺和质量保证的责任和制度；
- (8) 制定防止失误和纠正失误的预防措施和纠正措施；
- (9) 建立持续改进质量的管理体系。

第二节 质量控制与管理的对象与内容

一、质量控制与管理的研究对象

质量控制与管理是研究和揭示质量形成、质量控制和质量实现过程的客观规律的科学。随着社会经济的发展和理论研究的深入，质量控制与管理的研究与实践经历了逐步演进、不断扩展深化的过程。质量控制与管理的研究对象和侧重点随着研究阶段的不同而不同。在质量检验阶段（20世纪初至20世纪30年代），质量控制与管理的研究对象是产品质量，偏重对产品质量的事后控制与检验。在统计质量控制阶段（20世纪40~50年代），质量控制与管理的研究对象拓展到对质量的过程控制，突出了质量的预防性控制。进入全面质量管理阶段（20世纪60年代至今）以来，全面质量管理理论提出了“五全”管理（全面的质量管理、全过程的质量管理、全员参加的质量管理、全方法的质量管理、全效益的质量管理），质量管理的研究对象便相应地扩展到了组织管理中一切可以单独描述和研究的对象，除了产品质量和服务质量，还包括了组织的质量、体系的质量，人力的质量以及组合系统的质量。此外，质量控制管理体系的设计、建立和完善的研究也是该时期的研究重点。

进入 21 世纪, 质量控制与管理呈现出许多新的特点和趋势, 质量控制与管理的研究对象也不断拓展。随着全球经济一体化的发展和国际贸易的迅速扩大, 质量控制与管理研究的对象开始从制造业、服务业转向教育、医疗保健和政府管理等。随着人们对环境问题的重视和可持续发展观念的普及, 质量控制与管理的研究开始向关注环境保护、生态平衡的生态质量观转移。随着以微电子技术为中心的信息化时代的到来, 计算机在质量控制管理中的应用以及软件的质量控制与管理也成为质量控制与管理研究的重点。

二、质量控制与管理的研究内容

质量控制与管理的研究主要包括以下七个方面的内容:

1. 质量控制与管理的基本概念

任何一门学科都有一套专门的、特定的概念, 组成一个合乎逻辑的理论概念, 这是学科理论体系存在的基础。质量控制与管理也不例外, 如质量、质量环、质量方针、质量策划、质量控制、质量保证、质量审核、质量成本、质量体系等, 是质量控制管理中常用的重要概念, 应确定其统一、正确的术语及其准确的含义。质量控制与管理的基本概念及其相关术语一般以国际标准化组织 (ISO) 颁布的 ISO9000 族标准为准。

2. 质量控制管理系统理论

质量控制管理系统理论是指导质量控制与管理实践的理论基础。随着对质量控制管理的重视和认识程度的提高, 质量控制管理系统理论的研究得到较大的重视和关注。质量控制管理系统理论得到不断的创新和发展, 越来越多的更先进、更科学、更全面的新理论被应用于质量控制与管理的实践工作中。目前比较有影响的质量控制管理系统理论有“PDCA 循环理论”、“全面质量管理理论”、“零缺点管理理论”、“6 σ 管理理论”、“顾客满意理论”等。

3. 质量控制与管理的工具和方法

质量控制与管理的开展往往需要借助于一些先进的工具和方法, 在吸纳融合数学 (概率论和数理统计等)、系统工程科学 (运筹学、控制论、系统论等)、信息科学 (信息论) 等学科理论知识的基础上, 人们总结出了排列图、因果分析图、直方图、控制图等质量控制管理的常用工具, 提出了关联图法、系统图法、矩阵图法等新工具, 研究和提出了 ABC 分析方法、统计分析的 SPC、SPD、SPA 方法和 PDCA 方法。此外, 还有朱兰三步曲、QC 小组、质量数据的统计

处理方法、质量检验与抽样检验、方差与回归分析和时间序列分析等质量控制管理工具和方法。

4. 质量控制与管理体制

质量控制与管理的首要工作就是建立科学有效的质量控制管理体制，保证各项质量控制与管理活动的有效开展。质量控制管理体制的建立与完善包括了质量控制管理体制的策划与设计、质量控制管理体制文件的编制、质量控制管理体制的运行监控、质量控制管理体制的审核以及质量控制管理体制的改进等内容。此外、质量控制管理体制的认证、质量控制管理体制与 ISO9000 族标准的关系、先进的质量控制管理体制模式等都是质量控制与管理研究的范畴。

5. 质量控制与管理的基础工作

企业在进行质量控制与管理时，一些基础性工作的准备将有利于质量控制与管理的顺利开展。这些基础性工作包括质量控制的标准化、质量控制与管理的量化或评价指标改进、质量信息管理以及质量教育和培训等。质量控制标准化包括服务标准、技术标准和标准的制定和实施；质量信息管理包括了质量信息的收集、整理、传播和使用，质量信息流程，质量信息反馈和质量跟踪系统等；质量教育和培训包括了企业内部的质量教育和培训以及对质量管理教育及专业技术职称评审与聘任等方面的研究。

6. 质量控制与管理的微观管理与运行

企业在开展微观的质量控制与管理过程中涉及到质量设计、质量策划、质量控制、质量评价、质量保证、质量改进等过程，这些过程的改进和完善都将促进企业质量控制管理总体水平的提高。目前对这些微观管理研究成果较多，如质量策划常用的“质量机能展开”方法、质量控制的“零缺点管理”理论、质量评价的“三方评价”方法、质量保证的 ISO9000 体系和 ISO14000 体系等。此外，还包括了质量成本分析、质量经济性分析、质量文化建设以及业务流程重组与优化等内容的研究。

7. 质量控制与管理的宏观管理与发展

质量控制与管理水平的提高有赖于良好的质量管理环境。从我国具体国情出发，研究建立适合于我国经济体制和政治体制的质量管理组织体制和质量法规，同样是质量管理研究的重要内容。在研究过程中，也要研究各国质量管理体制、法规，总结借鉴各种优秀的质量管理理论和模式，以博采众长、取长补短、融合提炼成具有中国社会主义特色的质量控制管理体制和法规体系，如质量管理