

武汉工业大学出版社

质量会计

ZHILANG

钱桂荣 杜志祥 徐建中 余浩 编著

质 量 会 计

钱桂荣 杜志祥 编著
徐建中 余 浩

武汉工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

质量会计/钱桂荣、杜志祥、徐建中、余浩编著. —武汉:武汉工业大学出版社, 1999. 8

ISBN 7-5629-1539-3

I. 质…

I. ①钱… ②杜… ③徐… ④余…

Ⅱ. 会计方法-应用-质量管理

N. F273. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 05013 号

绘图 陈宝莲

武汉工业大学出版社出版发行

(武昌珞狮路 122 号 邮编 430070)

全国各地新华书店经销

华中农业大学印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 1/32 印张: 9.125 字数: 245 千字

1999 年 8 月第 1 版 1999 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1—1500 册 定价: 20.00 元

(如有印装质量问题, 由承印厂负责调换)

《质量会计》编审委员会

主 审:马实践 宋兰萍
主 编:钱桂荣 杜志祥 徐建中 余 浩
副主编:陈凤娥 刘正祥 余海跃 郭宏建
王春华

编 委:(按姓氏笔划为序)

向华祥	刘春桃	陈胜文	陈本清
李 琼	李继飞	吴文斌	张明勇
杨冬生	罗显明	胡冠华	姚科寿
陶培红	龚 涛	舒秀敏	

序

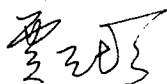
随着现代科学技术和社会生产的不断发展,人们的生活水平不断提高,对消费品的质量要求也越来越高。一个企业要想生存和发展,就必须不断地提高产品质量,产品质量的提高可以给企业带来广阔的经济前景。

质量与效益是密切相关的。一般地说,产品质量好则经济效益好,产品质量差则经济效益差,甚至无效益或发生亏损。但是,这并不是说,只要无限度地提高产品质量就能无限度地提高经济效益。在质量转换为效益的过程中,决不可忽视价值规律的作用,质—本—价—量—利是相互联系的,质量的变化会引起成本、销量(产量)、价格的变化,并最终引起利润的变化。这种变化可能是质量的提高带来效益的增加,也可能是质量的不合理提高(如增加过剩功能或提高非符合性质量)而导致效益下降,同时,可能是质量的下降带来效益的减少,也可能是质量的合理下降(剔除不必要的功能或过剩质量)带来效益的增加。

研究质量与效益的关系,探讨质量效益规律,总结质量经济管理方法,是质量管理发展的必然要求。20世纪60年代,在质量管理实践中形成了质量成本概念,现在,这个概念已经成为国外许多企业在促进提高产品质量、确定质量水平,以及定量评价质量效益等方面的一个重要工具。20世纪80年代以来,我国有些企业在开展质量管理过程中,也在尝试质量成本管理,并取得了一定的成

效。但是,运用质量成本进行质量经济管理具有很大的局限性,因为,质量成本只不过是一个支出的概念,支出的多少只能说明问题的一个方面,问题的另一个方面必须通过得到的多少来说明。因此,要全面控制和考核质量的经济性,还必须同时考虑与质量成本相联系的质量收入和质量效益。

钱桂荣、杜志祥、徐建中、余浩等同志经过多年的潜心研究和社会实践,深入地探讨了质量与效益的相互关系,写出了《质量会计》一书。该书理论系统,实用性强,有较高的学术价值。本书的问世,既丰富了现代质量管理的理论与方法,又拓宽了现代会计管理的活动领域,是一本难得的学习教材和参考书籍。



1999年1月8日

目 录

第一章 质量会计概述	(1)
第一节 质量会计的基本概念	(1)
第二节 质量会计的特点	(15)
第三节 质量会计的对象	(19)
第二章 质量经济标准的制订	(25)
第一节 产品质量经济标准的制订	(25)
第二节 劳动标准的制订	(29)
第三节 产品成本标准的制订	(34)
第四节 内部质量价格的制订	(45)
第三章 质量经济预测	(53)
第一节 质量经济预测的意义	(53)
第二节 质量收入的预测	(57)
第三节 质量成本的预测	(71)
第四节 质量效益的预测	(86)
第四章 质量经济决策	(104)
第一节 质量经济决策的意义	(104)
第二节 材料采购的质量经济决策	(105)
第三节 产品生产的质量经济决策	(111)
第四节 产品销售的质量经济决策	(127)
第五章 质量会计计划	(133)
第一节 编制质量会计计划的意义	(133)
第二节 质量会计计划指标的确定	(134)
第三节 质量会计计划表的编制	(148)
第六章 质量经济控制	(151)
第一节 产品设计质量经济控制	(151)

第二节	材料采购质量经济控制·····	(167)
第三节	产品生产质量经济控制·····	(175)
第四节	废品修复质量成本控制·····	(181)
第五节	产品销售质量经济控制·····	(190)
第七章	质量经济核算·····	(195)
第一节	质量经济核算与财务会计核算·····	(195)
第二节	质量收入的核算·····	(196)
第三节	质量成本的核算·····	(208)
第四节	质量效益的核算·····	(225)
第五节	质量经济报表的编制·····	(226)
第八章	质量经济分析·····	(234)
第一节	质量经济分析的意义、要求、一般方法 和基本程序·····	(234)
第二节	质量经济分析的技术方法·····	(238)
第三节	质量成本的分析·····	(248)
第四节	质量收入的分析·····	(269)
第五节	质量效益的分析·····	(278)
第六节	质量经济分析报告·····	(283)
后 记	·····	(284)

第一章 质量会计概述

质量是关系到人们生活和国家经济发展的大事。“以质量求生存,以质量求效益,以质量求发展”的口号明确地指出了企业生存和发展的关键所在。不断提高产品质量,是企业在激烈的市场竞争中立于不败之地的根本保证,是我国实现社会主义现代化的重要保证,而要不断提高产品质量,就必须开展并加强质量会计管理工作。

第一节 质量会计的基本概念

一、质量的概念

从不同的角度研究质量,其概念各不相同。

(一)产品质量、工作质量和工序质量

产品质量的概念,是随着科学技术的发展和生产活动的进步而有所深化和发展的。把产品质量视为产品的单纯技术性能,考核其对技术条件的符合程度,是对产品质量的狭义理解。现代产品质量的概念是指产品满足使用要求所具备的特性,即适用性,一般包括产品的性能、寿命、可靠性、安全性和经济性等。

产品的性能,是指产品应达到的使用功能要求。这些功能有主要、次要之分,称之为基本功能和辅助功能。各种不同产品的性能要求,由各自的技术标准加以规定。

产品的寿命,是指产品能够发挥功能的时间,即为用户服役的总龄。一般也由技术标准对最低时限加以规定。

产品的可靠性,是指产品在规定时间内和规定条件下,完成规定功能的能力。例如,设备的精度保持水平、汽车的平均无故障运行时间等。可靠性是批量产品在使用过程中表现出来的综合性的质量指标。

产品的安全性,是指产品在流通和使用过程中保证安全的程度。一般说来要求极其严格,应视为需要绝对保障的。

产品的经济性,是指产品寿命周期总费用(包括设计研制、生产、使用等费用)的大小。要求产品制造成本低,售价便宜;使用效率高,动力或燃料消耗低;在维修保养上省事、省钱、省时间等等。

工作质量是产品质量的保证,它反映了同产品质量直接有关的工作对产品质量的保证程度。例如,设计工作质量、制造或施工工作质量、检验工作质量、服务工作质量等等。

工作质量涉及到企业的所有部门和人员,也就是说,企业中每个科室、车间、班组,每个工作岗位都直接或间接地影响着产品质量。

工作质量与产品质量是两个不同的概念,但它们之间有着密切的关系。简单地说,工作质量是产品质量的保证,产品质量是工作质量的结果和反映。只有不断提高工作质量,才能保证和提高产品质量。

在产品的生产过程中,也就是产品质量的形成过程中,受一些重要因素的影响,这些重要因素主要有人、设备、材料、方法和环境等五个方面。这些方面的不同结合,构成不同的工序,工序质量如何,关系到产品质量的好坏。

工序质量是工作质量与产品质量间的桥梁,也就是说,工作质量影响工序质量,工序质量影响产品质量。因此,要不断提高产品质量,提高质量的经济性程度,必须不断地提高工作质量,改善工序质量,使工作质量通过工序质量对产品质量产生积极的影响。

(二)静态质量与动态质量

质量按其运动特性可分为静态质量和动态质量。

静态质量是指产品在某一时点的质量水平,这时产品质量处于相对静止的状况。人们评价产品质量,无论是认为产品质量好,还是认为产品质量差,都反映出人们在某一时点对产品的主观看法和产品在当时的客观质量状况。

但是,产品的质量并不是静止不变的,不变是相对的,变化是绝对的。产品质量每时每刻都在发生变化,其变化程度和变化方向都因具体产品而不同。

市场上出现的同名产品,在各个不同的时点可能表现为不同的质量水平。当生产者在生产该产品时,注意保证和提高产品质量,这时产品质量向好的方面变化;反之,产品质量必然向坏的方面变化。有些产品在市场上刚出现时,其质量相当高,因此很快占领了市场。但由于厂家忽视了产品质量,原先的市场份额很快就丧失了,这对厂家无疑是很大的损失。而产品在占领市场后,如果能不断改进产品质量,则市场占有率必将久盛不衰,这对厂家来说,无疑会带来不断增加的经济效益。

可见,产品质量的不断提高,不仅消费者欢迎,而且也是企业不断提高经济效益的重要途径。如果不注重产品质量的改进,产品质量差,不仅损害消费者的利益,最终也必然损害生产者自身的利益。

就某件具体的产品来看,其质量也可能因时因地而不同。

就时间而言,很多产品会随时间推移而发生质量变化,如金属制品超过了一定的储存期可能生锈,食品会因存放时间过长而腐烂变质等等。

就地点而言,有些产品可能适合于在甲地使用而不宜在乙地使用,而另一些产品则可能完全相反。

可见,对于那些有保质期的产品,作为生产者,应尽早将产品

推销出去,以实现产品的价值。作为消费者,应结合自己的消费情况加以选购,一旦购买,应在保质期限内消费完,以实现产品的使用价值。

(三)物质质量与精神质量

物质质量是产品本身所固有的质量,这种质量是客观存在的,是可以利用有关技术经济指标来衡量的,它能说明产品具有哪些使用价值。

精神质量是人们在评价产品时的主观看法。精神质量受人们的知识结构、文化水平、生活经验、审美意识、审美能力、经济状况、消费习惯等多种因素的影响。

企业在生产产品时,物质质量和精神质量都是不可忽视的。即是说,既要注意提高产品的实物质量,又要设法去满足消费者对产品可能提出的各种要求,借以提高精神质量。

一般来说,任何一件产品都有着物质质量与精神质量的区分。在很多情况下,物质质量和精神质量是统一的,即是说,产品的物质质量高,其精神质量也高。但物质质量与精神质量发生背离也是常有的事,这可以举出如下例子来说明。

名人的名画,在名人完成其作品时,其名画的实物质量就是确定的。但是随着名人不断地深入人心,名画的“价值”被越来越多的人所认识时,其价格将不断上升,世界上很多名画的拍卖就说明了这种情况。在这里,名画的实物质量是既定的、不变的,它是由作品完成过程决定的,而其精神质量却不断地提高。

现代家具的流行说明了与上相反的情况,五六十年代,家具是因其经久耐用为主要的质量标志的,而对于式样、颜色等则不甚讲究。当前,家具的流行则完全是另一番景象,人们普遍追求家具的式样、颜色,注重家具的欣赏价值,而在经久耐用上则不作过高的要求。

人们一般认为,提高质量一定要增加成本,这是不熟悉质量可

分为物质质量与精神质量的缘故。事实上,在很多情况下,企业完全可以做到既要提高产品质量,又能降低产品的生产成本,即在产品的实物质量和精神质量上下功夫,适当降低那些与精神质量相背离的实物质量,以减少材料等的耗费,从而降低成本。但又必须保证与精神质量相统一的物质质量,从而保证产品的综合质量水平并不降低,而是有所提高。

(四)不足质量、过剩质量与适宜质量

不足质量指产品没有达到质量标准要求,不能按标准实现其使用价值,或在同类产品的比较中,产品表现出来的质量缺陷。不足质量可能是物质质量不足,也可能是精神质量不足。

物质质量不足表明产品的物理性能差,难以发挥其使用价值,这种产品在市场上是站不住脚的,用户是不愿意购买的。针对物质质量不足,产品生产者必须注意了解产品存在哪些物理缺陷,针对存在的问题,制订出质量改进的措施,从而提高产品的物质质量。

精神质量不足表明产品在用户心目中的印象不好,不符合用户的心理要求。这时,产品生产者必须加强调查研究,了解用户对产品的质量要求,从而改进产品质量,树立产品在用户心目中的良好形象。

不足质量的产品既耗费社会经济资源,又使企业和消耗者蒙受损失。可以说,它既没有企业效益,更没有社会效益。因此,在产品生产中,企业应尽量避免不足质量的产品出现。而作为社会,应采取必要措施控制不足质量的产品进入市场。只有这样,才能保证社会资源的节约使用,才能促进企业保证和提高产品质量,才能维护用户和消费者的利益。

过剩质量与不足质量相反,指产品超过质量标准要求,它区分为相对过剩质量与绝对过剩质量。

相对过剩质量是指某一产品的各组成部分中,某一部件或某些部件相对于另一些部件来说显得质量过剩。如果某产品由甲乙

两个部件构成,质量标准要求具有同等的使用寿命,但在使用过程中,其正常情况总是甲部件失去了使用价值时,乙部件还能在相当长一段时间内发挥使用价值。但是,乙部件只有与甲部件组合在一起才能发挥作用,由于甲部件报废,乙部件不能独立发挥作用而随之报废。这时,称乙部件存在着相对过剩质量。

相对过剩质量耗费社会资源,增加产品成本,扩大交换价值而不能为用户增加其使用价值。因此,企业应在提高产品整体质量上下功夫,尽量做到并不断追求产品整体质量的一致性。

绝对过剩质量是指产品质量超过人们的使用要求。有些一次性使用的产品就存在这种情况,如罐头瓶子、饮料袋等,由于产品已被消耗,其包装仍然存在,但又不能发挥使用价值,甚至在一定程度上影响了人们的生活。还有一些产品,如服装,有的布料相当好,久穿不破,但由于式样陈旧,人们往往不再穿它,等等。

绝对过剩质量给产品生产^者提出一个问题,即在生产产品时,重点应考虑提高产品的有效质量,对于无效质量,不仅不应提高,而且还应想方设法降低。

有效质量是指产品质量的有效性,即产品质量具有现实的使用价值。无效质量是指产品质量的无效性,即产品的质量(或产品质量的一部分)不具有现实的使用价值。

不足质量与过剩质量都不是企业所追求的质量,企业所追求的质量是适宜质量。

适宜质量,是综合考虑质量、成本、效益内在矛盾运动的最佳质量,它是以较少的质量费用获得较高的产品质量,它是获取最佳质量效益的保证。

一个社会主义企业,有责任为社会创造和提供使用价值,但同时也必须保证企业本身的利益,企业是生产产品或提供服务的赢利单位,这种赢利,一部分是对国家的贡献,一部分是为了自身的生存和发展,而自身的发展又能更好地为社会服务。所以,提高产

品质量,必须遵循经济核算的原则,以提高企业经济效益和社会效益为目的。因此,企业所要达到的高质量,并不是一律要求越高级越好,越纯越好,越牢越好,更不是不计成本的高质量,而是一般所说的适销对路、物美价廉、适用性好的适宜质量。

二、质量会计的概念

质量管理的发展是同科学技术的发展,生产力的发展以及企业管理的发展相联系的。自古以来,人类在生产活动中对生产成果都有一定的质量要求,都要进行一定的质量管理。在漫长的 20 世纪前的人类社会,质量管理是作为生产职能的附带部分而发挥作用的,没有形成独立的职能。这一时期的质量管理,有人称之为“操作者质量管理”。产品的质量主要取决于操作者的技术水平和经验,并由操作者自我进行检验。

质量管理作为独立的职能存在并发生作用,始于 20 世纪的美国,并随着生产力、科学技术、企业管理的发展而发展,大体经历了三个发展阶段:第一阶段是质量检验阶段;第二阶段是质量控制阶段;第三阶段是全面质量管理阶段。质量管理的每一个发展阶段,都是在前一阶段的基础上发展而来的。

质量检验阶段,第一次把质量管理从生产中分离出来,形成独立的职能。这就在“操作者质量管理”的基础上,迈出了关键性的一步。它结束了把质量管理作为生产职能的附带部分的历史,在企业管理中,独立地行使职能,发挥作用。

但是,这种质量管理(质量检验)只注重事后检查,不能防止和减少生产过程中发生废品的损失。而且,在产量大幅度增长或相当多的产品需要进行破坏性试验的情况下,根本难以全数检验。为了解决这些矛盾,质量管理方法有所改进而进入质量控制阶段。

质量控制阶段,是在产品检验,对产品质量事后把关的基础上,进一步运用数理统计原理和方法,对产品质量实施统计控制。

统计质量控制,是20年代中,美国贝尔电话公司工程师休哈特最早提出的,这是运用数理统计图表控制生产中产品质量的一种方法。这一方法虽然具有科学性,可以预防生产中废品的发生,但由于当时美国处在经济危机时期,主要矛盾是商品滞销积压,因而未得到广泛的采用。直到40年代第二次世界大战时期,军队大量需要的军工产品,迫切要求保证产品质量和交货时间,这时,统计质量控制的办法才得到重视和应用,而且还形成了专门的学科。

统计质量控制虽然有其优点,但是,它主要只是保证生产过程中的产品质量,而不能提高产品本身的质量。随着科学技术的发展,对精密复杂产品的质量提出了更高的要求。加以市场竞争日趋激烈,促使各个企业把改善产品质量的经济性和技术服务作为提高产品质量的重要内容。这就使许多企业认识到,光靠统计质量控制的方法还不能满足需要。于是,自60年代开始,进入了全面质量管理阶段(简称TQC)。

全面质量管理阶段,把质量管理从检验和制造部门的局部的质量控制,发展为从产品设计到销售后的技术服务的全面管理。我国的全面质量管理,已经发展成为“三全”的管理。

全面的质量管理。所谓全面质量,就是广义的全面的产品质量。它包含产品自身的性能、寿命、可靠性、安全性和经济性,也包括产品质量运动和形成过程中起关键作用的工序质量,即人、设备、材料、方法和作业环境的素质水平和状态。还包括产品开发、设计、采购、制造、检验、销售、储运、使用、服务全过程中有关工作的工作质量。简言之,包含产品质量、工序质量和工作质量。

全过程的质量管理。就是从获取质量情报开始,对于研究、试验、改进设计和工艺、材料供应、工具准备、设备维修、工序检验、成品检验、仓库管理、销售服务等所有环节都实行严格的质量管理,如此周而复始,循环往复,就能达到质量保证。即是说,企业生产经营活动的全过程客观上是围绕产品而螺旋上升的运动过程。

全员参加的质量管理。全面质量管理的管理对象既然是全面的,全过程的,就要求企业的全体人员参加。

质量管理发展到全面质量管理阶段后,其内容还在不断地深化和丰富。随着科学技术和社会生产的不断发展,质量管理的理论和方法也在不断完善和发展。现代质量管理不仅注重产品质量的技术特性,而且正在逐步注重产品质量的经济特性,讲求经济上的合理。一个社会主义企业,有责任为社会创造和提供使用价值,但同时也必须保证企业本身的利益。企业是生产产品或提供服务的赢利单位。这种赢利,一部分是对国家贡献(即以利税的形式上缴国家),一部分是为了自身的发展。而自身的发展又是为了更好地为社会服务。所以,全面质量管理既然是保证企业达到生产目的的重要手段之一,它的管理活动就必须遵循经济核算的原则,为了提高社会和企业经济效益的目的,企业生产的产品,既要满足用户的需要,又要实现其尽可能多的赢利。因此,全面质量管理所要达到的高质量,并不是一律要求越“高级”越好,越“纯”越好,越“牢”越好,更不是不计成本的“高质量”,而是一般所说的适销对路,物美价廉,适用性好的“适宜质量”。这种“适宜质量”,是综合考虑质量、成本、效益内在矛盾运动的最佳质量。

由于现代质量管理把产品质量的技术特性和经济性同时作为管理的重要内容,因此,追求产品的最佳效益,已经成为企业质量管理的主要目标之一。

所谓最佳质量水平,就是以较少的质量费用获得较高的产品质量水平和最佳质量效益,已经成为企业质量效益的保证。

所谓最佳质量效益,就是从消费者与生产者的共同利益出发,从产品功能与产品成本的结合上确立产品的最佳质量水平,以最低的产品寿命周期成本(企业生产产品和提供产品的售后服务及用户使用中所花的总成本),实现用户满意的产品质量所获取的经济效益。