



服务外包管理丛书

服务外包 企业质量管理

FUWU WAIBAO QIYE ZHILIANG GUANLI

刘北林 付玮琼 ● 主编 谢红燕 ● 副主编



化学工业出版社



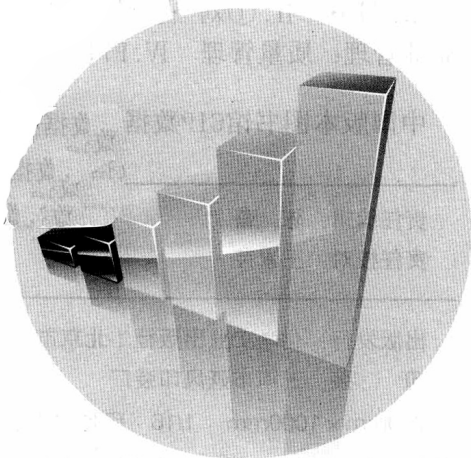
服务外包管理丛书

服务外包 企业质量管理

FUWU WAIBAO QIYE ZHILIANG GUANLI

刘北林 付玮琼 ● 主编

谢红燕 ● 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

在服务外包产业蓬勃发展的今天,服务外包的质量也成为研究的关键问题之一,本书从发包方即服务外包企业的角度首次提出了服务外包质量管理的过程及内涵,内容包括研究、检验、控制和提高服务外包质量的方法与技能;以发包方为中心的客户关系管理;建立、审核、规划服务外包质量管理体系;控制和激励服务外包质量管理等内容。

本书可供高等院校相关专业师生学习专业知识使用,也可供服务外包行业人员从事管理工作时参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

服务外包企业质量管理/刘北林,付玮琮主编. —北京:化学工业出版社,2012.1
(服务外包管理丛书)
ISBN 978-7-122-13011-2

I.服… II.①刘…②付… III.服务业-对外承包-企业管理:质量管理 IV.F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第261208号

责任编辑:陈 蕾

文字编辑:冯国庆

责任校对:王素芹

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:三河市延风印装厂

710mm×1000mm 1/16 印张14 字数303千字 2012年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:39.00元

版权所有 违者必究

在生产和服务环节国际分工细化的环境下,服务外包产生了。服务外包对各国经济的发展产生了重要的影响,将成为未来全球经济发展新的亮点。我国作为经济快速发展中的国家,具有广阔的市场,并且劳动力资源成本相对较低,加上我国政治环境安定,经济环境稳定且日益增长,我国已逐渐成为跨国公司服务外包的理想目标国,所以发展服务业外包产业是我国发展服务业必须抓住的机遇。要促进服务外包发展,首先要抓住质量这个关键要素,服务外包的质量得不到保证,服务外包业的发展就会缺少保障。

在服务外包过程中,如何控制服务外包的质量,成为发包方非常重视同时又是非常难以把握与控制的问题。研究服务外包质量管理问题,是发包方和承包方共同关注的难题。服务外包质量管理的根本目的是不断提升发包方的满意度,服务外包质量管理问题是一个系统工程,需要统筹考虑,全面规划,通过全员、全程、全面的管理来实现服务质量的提升,达到管理的真正目的。本书研究的内容主要包括了以下几个方面:①检验、控制和提高服务外包质量的方法与技能;②以发包方为中心的客户关系管理;③建立、审核、规划服务外包质量管理体系;④控制和激励服务外包质量管理。

全书由刘北林、付玮琼任主编,谢红燕任副主编,其中第一章~第六章由付玮琼编写,第七章由谢红燕编写,前期资料由研究生丁旭、李莹莹、赵晓伟参与收集和整理,全书由刘北林、刘莉统审。特别感谢白世贞、詹帅、林青、李泽飞、徐娜、尤冰、徐辉对本书在写作过程中的大力支持。

由于编写者水平有限,书中难免有不当之处,恳请广大读者批评、指正。

编者

2011年10月

第一章

服务外包企业质量管理导论

本章学习目标 /1

案例导读 注重质量管理对服务外包企业具有重大的意义 /1

第一节 服务外包与质量管理 /2

一、服务外包 /2

二、质量管理 /4

三、服务外包过程中的质量管理 /9

第二节 服务外包企业质量理念——顾客满意与顾客关系 /10

一、服务外包企业顾客满意与顾客忠诚概述 /11

二、服务外包企业顾客关系管理 /13

三、服务外包企业顾客感知服务质量的形成与评价 /15

四、以顾客为中心的服务外包企业质量管理模式 /18

第三节 服务外包企业质量管理基本原理 /21

一、系统原理 /21

二、PDCA 循环 /22

三、全面质量管理 /22

四、质量保证, 质量控制及监督 /23

五、人本原理 /24

思考练习题 /25

案例 改善呼叫中心的质量管理 /25

第二章

服务外包企业质量指南——ISO 9001 : 2008 版标准

本章学习目标 /28

案例导读 /28

第一节 ISO 9001 : 2008版概述要素 /28

- 一、八项管理原则 /28
- 二、概述及范围 /33
- 三、基本术语 /36
- 四、与 2000 版的区别 /41

第二节 ISO 9001 : 2008 标准的核心要素 /46

- 一、质量管理体系 /46
- 二、管理职责 /51
- 三、资源管理 /56
- 四、产品实现 /58
- 五、测量、分析和改进 /73

第三节 服务外包企业质量相关标准的实施 /80

- 一、服务外包企业质量总要求 /80
- 二、服务外包企业质量管理职责 /81
- 三、服务外包企业采购质量 /83
- 四、服务外包企业质量改进 /84

思考练习题 /85

案例 立思辰获外包服务质量管理体系认证证书 /85

第三章

服务外包企业质量管理技能

本章学习目标 /87

案例导读 /87

第一节 服务外包企业质量统计方法 /87

- 一、基本统计工具和方法 /87
- 二、模糊集合论方法 /95
- 三、QFD 和 APQP /96
- 四、显著性检验 /104
- 五、统计抽样 /106

第二节 服务外包企业 6 σ 质量管理 /107

- 一、服务外包企业质量管理的组织 /107
- 二、服务外包企业质量管理的实施 /109

三、服务外包企业质量管理的改进	/111
第三节 服务外包企业质量检验技术及方法	/115
一、服务外包企业质量检验及分类	/115
二、服务外包企业质量感官检验和理化检验	/117
三、服务外包企业质量测量系统分析法	/119
思考练习题	/122
案例 东风公司质量管理工作的信息系统	/122

第四章

服务外包企业质量管理体系建立及审核

本章学习目标 /124

案例导读 IT 服务外包企业质量管理质量策划具有重大意义 /124

第一节 服务外包企业质量管理体系策划 /125

- 一、服务外包企业质量策划的解释 /125
- 二、服务外包企业质量目标策划 /128
- 三、服务外包企业质量管理运行过程策划 /131
- 四、服务外包企业质量策划应注意的问题 /138

第二节 服务外包企业质量管理体系计划 /139

- 一、服务外包企业质量计划定义 /139
- 二、服务外包企业质量计划依据 /141
- 三、服务外包企业质量计划内容 /142

思考练习题 /145

案例 对江汉油田物业服务质量管理体系建立与审核的探讨 /145

第五章

服务外包企业质量审核

本章学习目标 /147

案例导读 /147

第一节 服务外包企业质量审核工作知识准备 /148

- 一、服务外包企业质量审核有关术语 /148
- 二、服务外包企业质量审核原则和类型 /152

三、服务外包企业质量审核策划及实施	/155
四、服务外包企业质量审核跟踪和监督	/159
第二节 服务外包企业质量审核工作程序	/161
一、服务外包企业质量管理体系要求审核	/161
二、服务外包企业质量管理体系程序文件审核	/162
三、服务外包企业质量管理体系质量文件控制	/164
四、服务外包企业质量管理评审控制程序	/165
第三节 服务外包企业质量内部审核控制	/167
一、服务外包企业质量内部审核控制的重要性	/167
二、服务外包企业质量内部审核控制程序	/167
三、服务外包企业质量内部审核对ISO标准的准确理解	/170
思考练习题	/172
案例	/172

第六章

服务外包企业质量控制、质量保证与质量经济

本章学习目标 /174

案例导读 /174

第一节 服务外包企业质量控制 /175

- 一、服务外包企业质量控制概念 /175
- 二、服务外包企业质量控制的基本原理 /176
- 三、服务外包企业质量控制方法 /179

第二节 服务外包企业质量保证 /184

- 一、服务外包企业质量保证基本内容 /184
- 二、服务外包企业质量保证实施 /186
- 三、服务外包企业质量保证依据 /187

第三节 服务外包企业质量经济 /188

- 一、服务外包企业质量管理成本 /188
- 二、服务外包企业质量成本管理的重要性 /189
- 三、服务外包企业质量管理工作要点 /190
- 四、服务外包企业质量管理成本分析及核算 /191

思考练习题 /194

第七章

服务外包企业质量管理改进和激励

本章学习目标 /198

案例导读 /198

第一节 服务外包企业质量改进管理 /199

一、概述 /199

二、服务外包企业质量改进工作流程 /200

三、服务外包企业质量改进活动和方法 /203

四、服务外包企业质量改进项目实施 /208

第二节 服务外包企业质量管理激励 /209

一、长期合同激励 /209

二、声誉激励 /210

三、淘汰激励 /210

四、资源共享激励 /211

五、信息激励 /211

思考练习题 /212

案例 /212

参考文献

第一章

服务外包企业质量管理导论

本章学习目标

1. 了解服务外包与质量管理的相关理论。
2. 明确服务外包企业质量理念。
3. 理解服务外包在当今经济发展中的作用。
4. 描述服务外包企业质量管理的基本原理。

案例 导读

注重质量管理对服务外包企业具有重大的意义

沃尔达公司生产一种可以用于计算机、通信和有线电视等电子产品上的新型光电设备。公司刚刚签订了一个生产 5000 个光调器的供货合同，这种光调器可以将电信号转换成光波在光缆上传播，这批光调器具有共同的尺寸和性能要求，同时必须是满足客户特殊需求的终端产品。沃尔达公司为了赢得这份合同，在投标报价时安排的利润只是本行业利润的一半，而且采用固定价合同，在供货进度、返工、材料浪费或次品率方面已经没有什么回旋的余地。公司将收缩有关新技能培训、基建支出方面的成本，项目预算必须包括所有与产品计划、设计和制造直接相关的费用。公司管理层要求并将指导项目经理以实施质量管理为中心，降低成本，提高生产率。财务人员经过财务分析后也意识到经过质量管理可以提高生产率的情况，编制了两种效率水平下的项目预算。历史记录表明为改进产品缺陷所消耗废料和额外人工的成本将增加 10.37%，但高层管理人员相信材料和人工方面直接成本的损耗率可以减少到 1% 以内。考虑到公司高层以低利润率投标该项目的初衷，唯一改善当前项目财务状况的方法就是强化项目质量管理以提高生产率。项目经理面临的挑战就是通过实施质量计划，降低直接成本的浪费，取得 6% 的利润率。该利润率被认为是公司在实施初步质量管理后可以达到的一个合理目标。质量计划项目经理通过对合同和相关文件的审查来评价客户的需求。他注意到需

要与客户召开一次加深相互理解的会议，以确保双方对合同各个部分的准确理解。最终企业成功完成任务并获得可观利润。

沃尔达公司给我们的启示是：服务外包企业注重质量管理能够极大地减少额外支出，排除因质量问题对项目工作流的干扰，同时能够迅速消除问题产生的根源。最重要的是，好的质量管理能带来更高的生产率，在改进客户满意度的同时可以提高公司的赢利空间。

第一节 服务外包与质量管理

随着社会分工的逐渐细化，服务外包行业拥有了更加广阔的市场，服务外包企业的重要性日益凸显，但是面临日益激烈的竞争，服务外包企业只有提供更好的差异化服务和个性化服务才能在竞争中脱颖而出，因此各大服务外包企业高度重视自身综合水平的提高，其中质量管理体系作为保障服务外包企业的服务水平和服务质量的重要手段，也已经成为服务外包企业的一个关注点。所以有必要对服务外包和质量管理有进一步的了解，以推动服务外包企业的质量管理水平的提高。

一、服务外包

（一）服务外包的定义

服务外包是指企业将其非核心的业务外包出去，利用外部最优秀的专业化团队来承接其业务，从而使其自身的力量更加专注于核心业务，从而能够降低成本、提高效率、增强企业核心竞争力和对环境应变能力的一种管理模式。

（二）标准 ISO 9001：2008 中 4.1 对服务外包的要求

组织应按本标准的要求建立质量管理体系，形成文件，加以实施和保持，并持续改进其有效性。所以组织应做到：

（1）按本标准的要求建立质量管理体系，形成文件，加以实施和保持，并持续改进其有效性；

（2）确定这些过程的顺序和相互作用；

（3）确定为确保这些过程的有效运行和控制所需的准则及方法；

（4）确保可以获得必要的资源和信息，以支持这些过程的运行

应识别外包供方与组织相关的产品实现的各过程的关系，并对重要的外包过程应纳入本组织产品实现过程的一部分进行控制。除对供方提供的产品实施验证外，适时时应采取的控制措施还可包括：

（1）对外包方提供产品相关的过程、人员、设施、生产环境、原材料及检验等方面进行审核；

(2) 如外包方在某些方面有欠缺,组织应帮助其完善,包括对其工作改进的要求、对外包方人员实施培训等;

(3) 组织定期派人前往外包服务现场进行监督检查,并填写相应的检查记录;

(4) 组织中有的外包为服务,如保安、工程维修、保洁、仓储等。组织应与外包方签订承包服务合同,合同中应包括质量要求条款,并且组织对外包方的要求应与自己的职工一样。

(三) 服务外包的业务内容

服务外包内容主要包括信息技术外包(ITO)和业务流程外包(BPO),此外还有知识流程外包(KPO)和招聘服务外包(RPO)。

1. 信息技术外包(ITO)

(1) 系统操作服务 对银行数据、信用卡数据、各类保险数据、税务数据、保险理赔数据、医疗/体检数据、法律数据(包括信息)的处理及整合。

(2) 系统应用服务 信息工程及流程设计、远程维护、管理信息系统服务等。

(3) 基础技术服务 承接技术研发、基础技术或基础管理平台整合或管理整合、软件开发设计等。

2. 业务流程外包服务(BPO)

(1) 企业内部管理服务 为客户企业提供企业各类内部管理服务,包括人力资源服务、后勤服务、工资福利服务、财务中心服务、会计服务、数据中心及其他内部管理服务。

(2) 企业业务运作服务 为客户企业提供技术研发服务、销售及批发服务、产品售后服务(售后电话指导、维修服务)及其他业务流程环节的服务。

(3) 供应链管理服务 为客户企业提供采购、运输、仓库/库存整体方案服务等。

3. 知识流程外包(KPO)

专业策划服务、知识产权服务、专业培训服务、政策法规调研、企业文化建设、人力资源规划等。

4. 招聘服务外包(RPO)

包括招聘流程培训/咨询、校园招聘外包、专业项目人才招聘、长期招聘职能外包、普通代理招聘。

它们都是基于IT技术的服务外包,ITO强调技术,更多涉及成本和服务;BPO更强调业务流程,解决的是有关业务的效果和运营的效益问题。BPO往往涉及若干业务准则并常常要接触客户,因此意义和影响更重大。不仅IT行业需要BPO,而且BPO的每项业务都离不开IT业务的支持,从而产生IT外包机会。

5. 更广义上的服务外包

依据服务协议,将某项服务的持续管理或开发责任委托授权给第三者执行。WTO的《服务贸易总协定》将服务分为12个部门,即商务服务、通信服务、建筑和相关工程服务、分销服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康服务、旅游服务、娱乐文化和体育服务、运输服务、其他服务。服务外包可以按这12个部门进行

分类。

(四) 服务外包的特点

人们所熟知的外包行业发端于制造业外包，起初外包的目的就是为了降低成本，在全球范围内优化资源配置，利用各自的优势发展全球经济。如今这种经营策略已经不再局限于服务行业而扩大到其他众多领域，最大的原因仍然是成本的驱动。发达国家和发展中国家巨大的资源成本差距使得很多发达国家的发包方将很多工作交由各种资源价格都很低廉的国家来完成。这样不仅节省了很大一部分成本，并且可以集中更多的精力来发展其核心竞争优势。但是发展到今天，这仅仅是服务外包的一个小小的特点，不断前进的脚步赋予了服务外包更多新的特征。

(1) 低消耗，无污染，安全环保。服务外包多数依赖IT设备，对于资源的消耗比制造业低了很多，也没有废弃物的排放，是非常环保的产业。

(2) 业务专业化，服务水平更高。承接服务外包的服务提供商往往是某个领域的专家级接包商，对于接包的业务拥有更强的优势和更加专业化的技能，服务水平也更高。

(3) 知识密集型，对人力资源要求很高。服务外包属于知识密集型产业，很多业务都需要从业人员有相关的培训教育经历和丰富的实践经验，并非像制造业一样，只要是对工人进行简单的技能培训就可以进行生产。因此对人力资源的要求很高。

(4) 几乎不受地域的限制。服务的接包商可以在本国也可以在世界上的任何一个角落，发包方不用担心对方在哪里，只要能提供高水平的服务，无论在哪里，都可以进行合作。

(5) 外包成果无形化，难以量化评估其价值。外包最终形成的成果并非是实物化的产品，而是一种服务，这就难以将成果量化而进行评估。

(6) 很大程度上依赖于互联网和通信技术。对于互联网和通信技术的过分依赖使得服务外包又具有了一种新的风险：一旦通信网络出现问题，双方的业务马上就会被终止，不能继续下去。

二、质量管理

(一) 质量管理的发展阶段

按照质量管理的方法不同，把质量管理的发展划分为三个阶段。

1. 质量检验阶段

这一阶段一般是指18世纪中期至20世纪30年代，即从欧洲工业革命开始，到第二次世界大战爆发。这一阶段质量管理活动的特点表现为：从观念上看，人们仅仅把质量管理理解为对产品质量的事后检验；从方法上看，是对已经生产的产品进行百分之百的全数检验，采用剔除不合格产品的方式来保证产品的质量。

从质量管理的执行者来考察，这一阶段又可分为三种不同情况：开始，由工人自己来完成对自己生产的产品的检验；其后，随着生产力的发展、生产分工的全面推进和以美国泰罗为代表的“科学管理”思想的提出，分工由生产分工进入管理职

能分工,质量管理的职能从生产工人中明确地划分出来,由工长专门监督、检查产品的设计、质量,这实际上是为逐步形成职业性的检查岗位、部门和人员做了准备;最后,随着企业规模的扩大,专职检验的人员、部门终于从工长中完全脱离出来,形成一个独立的职能部门。

在这一阶段,要对产品是否合格进行有效的检验,必须确立一个明确的标准,这里必须提到两个重要的历史事实:一个是产品的标准化问题;另一个是公差界限问题。因为这两个问题的提出和实施为质量管理的进一步发展做了必不可少的技术准备。

2. 统计质量控制阶段

这一阶段是指20世纪40~50年代。代表人物是美国电报电话公司贝尔实验室的休哈特。在20世纪20年代美国贝尔电话实验室成立了两个课题的研究组,其中一个研究组从事过程控制的研究工作,其中休哈特主张对生产过程的控制,应该事先做好生产设备的调试工作、生产环境的整顿工作以及技术人员和生产人员的培训,并要求生产人员在生产过程中规范操作,保证生产过程处于控制之中从而达到稳定的目的。休哈特具有里程碑意义的贡献在于,他首创了监控生产过程的工具——控制图,并于1931年出版了《产品质量的经济控制》一书,这本书奠定了质量控制理论的基础。

但是,统计质量控制也存在着不足。统计质量控制阶段由于统计方法的应用取得了巨大成功,往往使人们产生了一个误解,认为质量管理和统计方法是同一件事,于是质量管理也成为统计专家的事,这就暴露了统计质量控制的不足。这一阶段的质量管理实践,也的确把质量的控制和管理局限在制造部门和检验部门,而实际上要使企业生产高质量的产品,必须要求全员参与质量管理、全过程质量管理、全企业质量管理,并且采用多种管理方法,这就成为全面质量管理萌生的促动因素。

3. 全面质量管理阶段

这一阶段一般是指20世纪60年代,质量管理至今还处于不断地发展和完善之中。随着生产发展和社会的进步,特别是科学技术的迅猛发展和创新成果的不断涌现,质量管理的对象、内容和任务也发生了新的变化。在这一时期,人们对产品质量的要求从单纯的使用性能逐渐发展为对耐用性、美观性、安全性、可靠性及经济性的全面关注。这就大大提升了人们对产品质量的需求水平,也对质量管理提出了新的挑战。这一时期,系统分析的观念和方法日趋成熟并广泛应用于生产和管理之中。

质量经理菲根堡姆出版了《全面质量管理》一书,书中提出了全面质量管理的原理和方法。在全面质量管理的新观念提出和推行过程中,美国著名质量管理专家朱兰做出了突出的贡献。朱兰提出的全面质量管理有三个环节:质量策划、质量控制和质量改进,这被称为“朱兰三部曲”,并且于1951年首次出版了《质量控制手册》,这本书成为质量管理领域的权威著作。

(二) 质量管理的含义及内容

1. 质量管理的含义

质量管理即“在质量方面指挥和控制组织的协调的活动”。质量管理是组织为了

使产品质量能够满足不断更新的质量要求以及使顾客满意而开展的策划、组织、实施、控制、检查、审核和改进等所有相关管理活动的总和。概括起来,质量管理主要包括以下五个方面的内容:质量方针和质量目标的制定、质量策划、质量控制、质量改进以及持续改进。

质量管理和诸多学科关系密切,主要有经济学、管理学,特别是企业管理学,此外它还和数学,特别是数理统计学等学科密不可分。因此,质量管理是一门综合性学科。人们不能离开具体的产品、实物的生产和制造来探讨质量管理。因此,质量管理又是管理和技术的结合体。只有把管理和技术融会贯通、密切结合、相互渗透,才能真正揭示质量管理的深刻内涵和规律,才能把质量管理作为一门应用科学,真正把理论用于实际来分析实际问题、提出具体的解决方案。

2. 质量管理的内容

(1) 质量方针和质量目标的制定 质量方针是由组织的最高管理者发布的关于该组织总的质量宗旨和方向。质量方针是组织全体成员开展质量活动的准则,为质量目标的制定提供了方向和框架。质量目标即组织在质量方面所追求的目的,是依据组织的质量方针而制定的。通常对组织的相关职能和层次分别制定相应的质量目标。

(2) 质量策划 质量策划是质量管理中的一部分,其致力于制定质量目标并规定必要的运行过程和相关资源以保证质量目标的实现。其内容之一是编制质量计划。质量计划是质量策划所产生的结果之一,是根据质量策划活动而产生的一种书面文件。

(3) 质量控制 质量控制是质量管理的一部分,致力于满足质量要求。质量控制的工作内容包括管理技术和专业技术两个方面。质量控制是指为了满足质量要求而对产品质量形成的全过程进行控制。质量控制的具体方式或方法取决于组织的产品性质,同时也取决于对产品质量要求的改变。此外,在实际操作中,应明确具体的控制对象,如工序质量控制、外协件质量控制等。

(4) 质量保证 质量保证是质量管理的一部分,致力于满足客户对产品质量的需求并获得客户的信任。质量保证是组织针对顾客和其他相关方的要求对自身在产品质量形成全过程的某些环节的质量控制活动提供必要的证据,以取得信任。

质量保证分为外部质量保证和内部质量保证。前者是向组织外部提供保证,以取得用户和第三方(质量监督管理部门、行业协会、消费者协会)的信任;后者是使组织的管理者相信组织内各职能部门和人员对质量控制的有效性。

质量控制与质量保证之间的关系可理解为质量控制是基础,是具体的操作过程,如检验过程本身;而质量保证是目的,最终能够取得组织内部和外部的信任。

(5) 质量改进与持续改进

① 质量改进是质量管理的一部分,致力于增强在满足质量需求方面的能力。就质量改进而言,这些要求可以是多个方面的,如对有效性、效率或可追溯性等方面的要求。其中,有效性是指对策划活动的完成情况以及达到策划结果的程度;效率是指达到结果与所使用的资源之间的比例关系;可追溯性是指对所考虑对象的历史、应用情况或所处场所的追溯能力。

② 持续改进是增强满足要求的能力的循环活动。持续改进是对“没有最好，只有更好”最好的诠释。任何组织或任何组织内的任一业务，不管其如何完善，总存在在进一步改善的余地。这就要求不断地制定改进目标并寻找改进机会。持续改进体现了“顾客满意，持续改进。”这一质量管理中的核心理念。

（三）质量管理的重要性

随着全球化制造趋势加强、网络信息化制造技术的迅猛发展以及国际经济贸易多元化、多层次和多形式的激烈竞争，如何保证并不断地提高产品的质量已成为关系到企业是否能在激烈的市场竞争中获得生存并得以发展的关键。质量管理问题已经成为现代工业社会和各个国家在经济建设中面临的一个受到普遍关注的突出问题。同时，科学技术的迅速发展，也对产品质量提出了更高的要求。

质量是国家振兴和社会经济可持续发展的战略性因素。处于国际贸易日益发达、经济合作日益紧密的世界经济环境中，没有质量上的优势势必要在竞争中处于劣势。质量是企业竞争力的关键因素。离开了质量改进而单纯地降低成本并不能真正持久地提高自身的市场竞争力。质量是供需双赢的必要因素。只有提供高质量的产品及服务才能满足消费者日益增长的消费需求，在激烈的市场竞争中处于不败之地。

（四）质量管理的新观念

随着知识经济和经济全球化进程的飞速发展，质量管理领域也面临许多新的挑战。当今各国的经济界、企业界、质量界、教育界的专家都不得不思考质量概念将会发生何种内涵的丰富和外延的拓展、质量管理将被赋予何种新的历史使命、在质量管理的研究和实践中将会引发何种新的变革。这些问题的解决还要依靠以下几个方面。

1. 质量创新

质量创新是人们在知识经济时代和经济全球化背景下全面地推进质量管理工作的强大思想武器。当今社会，知识已经成为生产力要素中最具活力、最富能量的要素，是生产力发展的核心和基础。人们在对产品和服务进行评价时，不能不对其知识含量提出更高的要求，人们在享受新时代优质产品和服务之时，不能不深切地感受到知识和创新为人们带来的福音。而质量管理的理念也将进一步提升，“6σ管理”、“零缺陷”、“一开始就把任何一件事做好”等理念被人们广泛接受并积极推行，这些新的理念和方法无不闪烁着知识、信息以及创新精神的光辉。

我国在新的时期里，在生产力发展和社会进步的强大驱动下，应该借鉴国际先进的质量管理理念和方法，同时要努力实现其“中国化”，并且以创新的精神，打造中国质量的新理念，探索具有中国特色的质量创新之路。

2. 质量人才

我国质量管理要开创新的局面，最关键的因素是人才，也即掌握质量管理知识和技能并具有创新精神的人才。因为只有掌握了知识和创新能力的人才，才能对产品和服务质量以及质量管理进行有效的创新。我国已经提出了“努力造就数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才，建设规模宏大、

结构合理、素质较高的人才队伍，开创人才辈出、人尽其才的局面”的战略任务。这一目标可以成为质量人才高地建设的指导原则。企业的质量创新离不开企业质量人才资源的支撑，离不开企业质量人才资源建设新理念的丰富和完善，离不开企业质量人才资源建设新途径和新模式的构筑。

3. 质量战略

对于一个企业的战略决策而言，一定要把质量决策置于一个核心的地位，这是因为在全球化的市场竞争中，质量是竞争力中的最具威慑力和震撼力的要素，是克敌制胜的最强大武器；又因为在当今时代，顾客对产品和服务的追求呈现出价值多元化的趋势，从而在质量战略中关于质量方针和质量目标的确定乃至实施的各种活动，必须实现从企业内部向国际市场的跨越，实现企业当前利益向可持续发展的长远利益的跨越，实现企业质量管理模式从局部改进向全面变革的跨越，实现企业综合竞争力从部分提升到全面创新构建式的跨越。从而使质量战略以一种全新的理念和模式展示在世人的面前，推进产品和服务质量、工作质量、质量体系的全面创新，以超越竞争对手的实际质量成果赢得市场、赢得消费者、赢得社会效益和经济效益。

4. 质量系统

知识经济的最重要成果之一是互联网的构建，互联网已经成为经济全球化的一个最重要的技术支撑。互联网对企业的组织形式和管理机制产生的影响是十分深刻的。如果说过去的企业通过对生产的整个过程的控制和管理来追求利润的最大化，那么，现今企业追求利润最大化，则是把产品的研发、原材料及配件的选购和生产制造、销售及售后服务、消费者使用信息的反馈处理的整个过程分解为环环相扣的环节，并把某些环节的职能转包给能以更高效率、更低成本、更短时间完成的外部企业及组织去完成，从而使企业与外部组织间建立具有相同利益及价值追求的共同体或合作伙伴关系。如果说在初始建立这种共同体和合作伙伴关系时，还仅仅局限于上道工序与下道工序的原料、半成品、零部件的“供应”、“承受”关系的“供应链”，那么从其优化管理的视角审视，其发展前景应该是成为具有同一命运的“生态系统”，其生存和发展都具有同一利益基础。此时，质量管理的重要使命和职责将是建立一个与之相适应的质量管理体系，它的运作将会对“生态系统”的设计构建质量和运作质量提供最强有力的保证及监控。这种活动，无论从何种角度审视，都将与传统的质量管理体系有所不同，是富有知识经济气息和经济全球化特征的新的质量管理体系。

5. 个性质量

质量管理的一个常新的主题就是如何适应人类和社会对产品及服务的价值追求，这正是质量管理永不止步、不懈追求的最强大的动力源泉。但是随着时代进步和社会发展，人们的价值追求正在与时俱进，不断更行，新的需求不断涌现。这里最重要的特性是需求的个性化。消费者的追求必将导致市场划分的更加精细化，企业在相对稳定的细分市场目标中确定的消费群体的基础上，需要附加新的个性化的并能超越竞争对手的特性以满足“每一位顾客”的需求，只有这样企业才能成功。这一特性必将引发质量管理理念及模式的深刻变革。目前已经出现