

CENTURY

21世纪普通高等院校系列规划教材

质量管理案例与实训

Zhiliang Guanli Anli
yu Shixun

主 编 邓学芬
副主编 杨小杰 赵平飞 朱广财



西南财经大学出版社



21世纪普通高等院校系列规划教材

质量管理案例与实训

Zhiliang Guanli Anli
yu Shixun

主 编 邓学芬

副主编 杨小杰 赵平飞 朱广财



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

质量管理案例与实训/邓学芬主编. —成都:西南财经大学出版社,
2014. 1

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1308 - 5

I. ①质… II. ①邓… III. ①企业管理—质量管理—案例—世界
IV. ①F279. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 304076 号

质量管理案例与实训

主 编:邓学芬

副主编:杨小杰 赵平飞 朱广财

责任编辑:王 利

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookej@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	20
字 数	460 千字
版 次	2014 年 1 月第 1 版
印 次	2014 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1—2000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1308 - 5
定 价	38.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前言

《中共中央、国务院关于进一步加强对人才工作的决定》指出，人才资源能力建设是人才培养的核心。我国急需一支层次齐全、素质精良、规模宏大、能力过硬的质量人才队伍，充实生产、服务、技术、管理第一线和工作现场，应用质量管理理论和技术解决实际问题，落实质量改进方法、建设质量管理体系、营造质量文化等工作。为此，我们编写了《质量管理案例与实训》一书，配合工商管理专业的核心课程“质量管理学”的教学配套和应用型人才培养之需。因为目前与“质量管理学”的教学实践环节配套的资料还较缺乏，基本上是在教材每章末附带一点案例、思考题和练习，专门的、系统的案例、思考题、练习、实训更少。

本书可作为工商管理专业“质量管理学”课程理论教学的辅助实践、实用配套教材，也可作为工商管理硕士研究生和相关人员实践应用的参考资料，突出应用型人才培养的“实际、实用、实践”特征。

全书由5篇构成。第一篇质量管理案例，第二篇质量管理实训，第三篇质量管理习题，第四篇质量管理各类考试样题精选，附录质量管理有关参考文件名目。全书以目前国内大多数质量管理教材所涉及的核心内容（质量管理概论；质量管理体系；全面质量管理及质量管理常用技术；顾客需求管理；设计过程质量管理；统计过程控制；抽样检验；质量经济分析；六西格玛管理即 6σ ）为主线，达到与相关质量管理教材配套，以辅助教学和学习的目的，即不论你选择什么质量管理教材，本书都可以作为辅助教材来使用和参考。

第一篇质量管理案例部分由9章构成，每章设计了4~6个案例，每个案例都突出了教材对应的知识点和难点，并注重启发性内容，增强教材的可读性；激发学生的学习兴趣、热情和创新思维能力；增强学生对质量管理实践活动的适应能力和开发创造能力；培养学生运用质量管理的原理和方法解决生产、服务领域中质量实务问题的能力，必将使学生生动地体验到时代气息和质量工作与时俱进的步伐，促进学生以创新精神投入质量管理实践活动。

第二篇质量管理实训部分，突出“应知”与“应会”，有明确实训目的，对实训组织进行了精心设计，并对实训内容与要求做了明确的规定。当然实训操作成效，需密切配合现场调研、现场教学、案例教学、教学视频等灵活多样的教学方法，才能收到良好效果。

第三篇质量管理习题部分，分章设计内容，包括选择、填空、判断、问答题等题型，在强化理论知识的同时，突出实践应用。

第四篇质量管理各类考试样题精选和附录质量管理有关参考文件名目，让读者对

质量管理实践有更多的了解，为职业生涯规划打下一定的基础。

本书由邓学芬教授担任主编，负责全书的总体结构设计。杨小杰、赵平飞、朱广财担任副主编。邓学芬、杨小杰、赵平飞、朱广财、陈昌华、陈竞雄、徐明、杜靖、邓静莹、寇耀丹、彭超君参加编写。第1~2章由杨小杰编写，第3~4章由朱广财编写，第5~6章由赵平飞编写，第7~8章由杨小杰、寇耀丹编写，第9~11章由赵平飞编写，第12~14章由陈竞雄编写，第15~18章由寇耀丹、徐明编写，第19~23章由邓学芬编写，第24~27章由杜靖、邓学芬编写，第4篇和附录由彭超君和杜靖编写。

在本书的编写过程中，我们借鉴和参考了国内外专家学者的研究成果，查阅了大量的网络资料，在此我们表示衷心感谢！由于水平有限，书中难免存在不妥、疏漏甚至不完善之处，恳请广大读者批评指正。

本教材是西华大学工商管理校级特色专业建设成果，四川省重点学科企业管理建设成果（szd0801-09-1）。

编者

2013年12月于西华大学

（本书的编者赵平飞系四川旅游学院教师，其余均为西华大学教师或在职研究生）

目 录

第一篇 质量管理案例

第一章 质量管理概论	(3)
【案例一】有你就有肯德基——以客户为中心	(3)
【案例二】三洋制冷企业的质量管理——“零缺陷”质量管理	(4)
【案例三】微软——持续的质量改进	(6)
【案例四】某汽车机电企业质量管理——质量检验	(8)
【案例五】保诚资源管理公司踏向全面质量管理之路——全面质量管理	(10)
第二章 质量管理体系	(13)
【案例一】任务繁重的质量经理	(13)
【案例二】海南省海洋与渔业厅 ISO9001 质量体系	(17)
【案例三】海尔的崛起之路	(19)
【案例四】茅台的质量神话	(23)
第三章 全面质量管理及质量管理常用技术	(26)
【案例一】以质量管理牵头，引领公司业绩	(26)
【案例二】深入推进质量管理，走质量效益之路	(28)
【案例三】应用质量管理工具技法，提升门（急）诊综合满意度	(33)
第四章 顾客需求管理	(40)
【案例一】预订座位真的有效吗	(40)
【案例二】客户的要求是我们的工作重点	(42)
【案例三】泰国东方饭店客户管理经典案例	(43)
【案例四】约翰逊控股公司与其关键客户	(46)

第五章 设计过程质量管理	(50)
【案例一】全友获“2012 绿色设计国际贡献奖”，创全球家具行业先河	(50)
【案例二】奇瑞 QQ 的设计理念	(52)
【案例三】海尔冰箱可靠性实验成为博客热点	(54)
【案例四】双环喜获质量管理创新大奖	(56)
第六章 统计过程控制	(58)
【案例一】应用 SPC 软件工具有效监控食品质量安全	(58)
【案例二】加强企业自检自测，保证产品质量	(60)
【案例三】关注产品质量，增强企业竞争力	(62)
【案例四】轮胎企业重视质量管理，加强自检	(66)
第七章 抽样检验	(68)
【案例一】标准实业有限公司来料检验方案作业指导书	(68)
【案例二】ABC 电器制造有限公司测量系统分析（MSA）控制程序	(71)
【案例三】深圳市乐声扬电子有限公司抽样检验作业指导书	(78)
【案例四】天极数码有限公司晒鼓抽样作业指导书	(79)
第八章 质量经济分析	(83)
【案例一】美国某服装制造厂年度质量成本报表	(83)
【案例二】某公司 2012 年 1 月质量成本分析	(85)
【案例三】某兵器厂质量成本分析报告	(87)
【案例四】某交通通信公司 11 月份质量成本分析报告	(91)
第九章 六西格玛管理	(95)
【案例一】摩托罗拉的 TCS	(95)
【案例二】六西格玛实施案例：降低仪表板表面褶皱缺陷率	(98)
【案例三】金宝电子：步伐稳健地行走于六西格玛之路上	(106)
【案例四】GE 实施六西格玛管理体系的成功经验	(109)

第二篇 质量管理实训

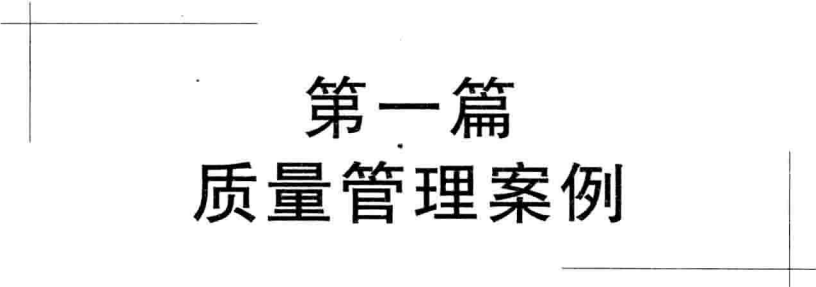
第十章 质量管理概论	(115)
第十一章 质量管理体系	(116)
对 ISO9001: 2000 标准的实施要点的理解	(116)
模拟质量认证程序	(116)
第十二章 全面质量管理及质量管理常用技术	(117)
全面质量管理的重要性	(117)
质量管理、改进工具的运用	(117)
第十三章 顾客需求管理	(119)
以顾客为关注焦点	(119)
服务质量调查	(119)
第十四章 设计过程质量管理	(121)
质量功能展开	(121)
容差设计	(122)
第十五章 统计过程控制	(123)
运用 Excel 绘制产品质量的过程控制图	(123)
过程能力指数分析	(125)
第十六章 抽样检验	(126)
第十七章 质量经济分析	(132)
第十八章 六西格玛管理	(133)

第三篇 质量管理习题

第十九章 质量管理概论习题	(137)
第二十章 质量管理体系习题	(141)
第二十一章 全面质量管理及质量管理常用技术习题	(145)
第二十二章 设计过程质量管理习题	(150)
第二十三章 统计过程控制习题	(154)
第二十四章 抽样检验习题	(158)
第二十五章 质量经济分析习题	(162)
第二十六章 六西格玛管理习题	(166)
第二十七章 习题参考答案	(170)
质量管理概论	(170)
质量管理体系	(173)
全面质量管理及质量管理常用技术	(177)
设计过程质量管理	(181)
统计过程控制	(184)
抽样检验	(187)
质量经济分析	(190)
六西格玛管理	(194)

第四篇 质量管理各类考试样题精选

第二十八章 质量管理体系国家注册审核员考试	(201)
试卷1 质量管理体系国家注册审核员培训班试题	(202)
试卷1 参考答案	(205)
试卷2 质量管理体系国家注册审核员培训班试题(审核部分)	(207)
试卷2 参考答案	(211)
试卷3 质量管理体系国家注册审核员培训班试题(标准部分)	(213)
试卷3 参考答案	(217)
试卷4 2008年质量管理体系国家注册审核员考试试卷	(220)
试卷4 参考答案	(226)
 第二十九章 全国质量专业技术人员职业资格(质量工程师)考试	 (230)
试卷1 2008年全国质量专业技术人员职业资格考试试卷	(231)
试卷1 参考答案	(241)
试卷2 2008年度全国质量专业技术人员职业资格考试试卷	(243)
试卷2 参考答案	(253)
试卷3 2008年全国质量专业技术人员职业资格考试试卷	(255)
试卷3 参考答案	(266)
试卷4 2008年全国质量专业技术人员职业资格考试试卷	(267)
试卷4 参考答案	(279)
 第三十章 中国质量协会注册六西格玛考试	 (281)
试卷1 2010年中国质量协会注册六西格玛黑带考试样题	(282)
试卷1 参考答案	(300)
试卷2 中国质量协会注册六西格玛绿带考试样题	(302)
试卷2 参考答案	(307)
 附录 质量管理有关参考文献名目	 (308)

A decorative graphic consisting of a horizontal line and a vertical line intersecting at a point, forming a crosshair shape. The lines are thin and black.

第一篇 质量管理案例

第一章 质量管理概论

本章学习目标

了解质量管理的基本原理及思想；
领会质量管理对企业发展的重要性。

【案例一】 有你就有肯德基——以客户为中心

肯德基是世界最大的炸鸡快餐连锁企业，在全球拥有上万家餐厅。肯德基的名字“KFC”是英文 Kentucky Fried Chicken 的缩写。肯德基创始于 1930 年，创始人哈兰·桑德斯经过学习和研究，创造了由 11 种香料和特有烹饪技术合成的炸鸡秘方，在家乡美国肯塔基州开了一家餐厅，其独特的口味深受顾客欢迎。1935 年，肯塔基州为表彰他对肯塔基州餐饮事业的贡献，特授他为肯德基上校。现在，满头白发、长着山羊胡子的上校形象已成为肯德基最著名的国际品牌的象征。1987 年肯德基进入中国，在北京开设了第一家餐厅，现在除西藏自治区之外，肯德基已遍布中国 30 个省、市、区的 170 多个城市，总数已超过 1 000 家。

肯德基的使命是成为世界上最受欢迎的餐饮品牌；肯德基的期望是给予每一位顾客绝佳风味的食品、愉悦的用餐体验和再次光临的价值。肯德基的客户对象面向社会和家庭的各类层次，有少年儿童、青年男女、康乐老人、学生和白领工薪阶层等，十分广泛。但其定位重心是永远充满朝气和勇于挑战的年轻人，肯德基认定社会中最活跃的成员能带领肯德基飞跃。

肯德基的主要广告语有三条“有了肯德基，生活好滋味！”“立足中国，融入生活！”“有你就有肯德基！”它们充分显现了肯德基的广告营销策略。因此，肯德基电视广告的内容和场景既丰富又多彩，极其贴近顾客群的生活，亲和力极强！肯德基的广告极力揣摩并迎合顾客的消费心理。例如迎合顾客喜爱美食的心理，推出各种新鲜的甚至有异国情趣的美食如泰国风味小吃、韩国泡菜猪肉卷、墨西哥鸡肉卷、新奥尔良烤鸡腿堡、葡式蛋糕等，宣扬美食天下全在肯德基。又如迎合顾客需要健康生活、均衡营养的心理，推出名为《均衡生活》的两则广告。其中一则针对工作紧张、进餐匆促的上班族，形象夸张地问为什么把肚皮带在身上跑，从而推出肯德基的均衡美食；另一则面对一个活泼可爱、吵着“要吃鸡翅”的小女孩，肯德基的一位员工姐姐笑容可掬地对她说：“小妹妹，肉好吃，蔬菜也要多吃噢！”广告非常亲切动人。同时这两个题材，还充分展现了肯德基员工为顾客着想的服务精神，拉近了员工与顾客的关系。

为了立足中国，肯德基的广告极力营造适合中国国情和人文环境的经营氛围。譬

如春节广告里，肯德基上校也穿唐装，推出“来肯德基点新年套餐，将‘哆啦A梦’，（Dola Amon，一个会说‘恭喜发财’的录音智能玩偶）带回家”活动。为了争夺更多客源，肯德基还融入中国菜肴，推出标准化的中国传统名菜，有“正宗粤味，一卷上瘾”的咕咾鸡肉卷、老北京鸡肉卷、川香辣子鸡、寒稻香蘑饭、香菇鸡肉粥、海鲜蔬菜汤等。

肯德基广告还积极宣传肯德基的社会贡献，其中有一则广告主题是肯德基的曙光奖学金帮助一个来自贫困山区的女孩圆了大学梦，后来又使她进入肯德基这个给人以精神动力的大家庭。

[资料来源] <http://wenwen.soso.com/z/q253404309.htm>.

【思考题】

1. 什么是质量？
2. 该案例中，肯德基是怎样理解质量的？

参考答案要点：

1. 什么是质量？

质量即“一组固有特性满足要求的程度”。“固有”也就是事物中本来就有的；“要求”包括“明示的”和“隐含的”需求和期望，也就是合同中规定或客户明确提出的要求，组织顾客和其他相关方的管理或一般做法所考虑的需求和期望。

20世纪末，质量仍然被定义为“产品或服务满足规定或者潜在需要的特性的总和”。随着人们对质量认识的提高，质量被重新定义为“一组固有特性满足要求的程度”，这一定义反映了以客户为关注点的要求。

2. 该案例中，肯德基是怎样理解质量的？

质量是一组固有特性满足需求的程度，这一概念反映了以客户为关注焦点的要求。

肯德基在不同国家扩张中，针对不同国家的饮食习惯，肯德基推出了泰国风味小吃、韩国泡菜猪肉卷、墨西哥鸡肉卷、新奥尔良烤鸡腿堡、葡式蛋糕等产品；针对顾客需要健康生活、均衡营养的心理，推出名为《均衡生活》的两则广告；为迎合中国客户的需求推出了标准化的中国传统名菜，如“正宗粤味，一卷上瘾”的咕咾鸡肉卷、老北京鸡肉卷、川香辣子鸡、寒稻香蘑饭、香菇鸡肉粥、海鲜蔬菜汤等。由此可见肯德基对质量的理解体现了以客户为中心的思想。

【案例二】 三洋制冷企业的质量管理——“零缺陷”质量管理

在三洋制冷企业（简称“三洋制冷”）的生产现场，根本看不到在其他企业内常见的手持检测仪器进行质量检查的检查员的身影，但是三洋制冷的溴化锂吸收式制冷机的产品质量却遥遥领先于国内同行业厂家而高居榜首，这正是三洋制冷在全公司内推行“零缺陷”质量管理的结果。

没有检查员，一旦加工出不合格品怎么办？绝大多数到三洋制冷参观访问的人都

不无疑惑地问。这时，三洋制冷的每一位员工，都会充满自信地告诉你，三洋制冷在用最先进的检测仪器检测产品的最终质量的同时，采用了和绝大多数企业完全相反的质量管理方法，取消工序检查员，把“质量三确认原则”作为质量管理的最基本原则，即每一位员工，都要“确认上道工序零部件的加工质量，确认本工序的加工技术质量要求，确认交付给下道工序的产品质量”，从而在上下工序间创造出一种类似于“买卖”关系的三洋制冷特有的管理现象。

上道工序是市场经济中的“卖方”，下道工序是“买方”，是上道工序的“用户”，如果“卖方”质量存在问题，则“买方”可拒绝购买，不合格品就无法继续“流通”下去。三洋制冷正是通过这种“买卖化”的独特的质量管理方式，形成了没有专职检查员，但每个员工都是检查员的人人严把质量关的局面，从而保证了“不合格品流转为零”的目标得以实现，确保最终生产出近乎完美的零缺陷产品。这种质量确认法，与传统质量管理的“互检”法比较相似，不同的关键点在于，传统的“互检”只是挑出别人的毛病，与己无关。而这种确认法则讲求确认者的责任，要求本工序的操作人员必须同时承担起上道工序的责任，一环扣一环，环环相扣，使质量责任制真正落实到每个操作者肩上，通过相应的考核，真正实现责任与利益的统一。转入加工的确认点是连带责任的开始，也是对自我确认的肯定。就其实质来讲，它是国有企业自检、互检经验的再发展，是员工主人翁精神的再体现，是工艺纪律松懈教训的再纠正。这些看似简单，真正做起来并形成良好的质量意识和习惯却是一个很长的培育和实践过程。

三洋制冷企业的确认办法，变单纯的事后控制为事前预防、事中控制、事后总结提高的管理模式，以员工工作质量的提高使产品质量得到有效保证和改善，使员工做到了集生产者与检查者于一身，它能预防和控制不良品的发生和流转，强调第一次就要把事情做好，追求零缺陷，用自身的努力最大限度地降低损失，从而实现了“三不”的工序质量控制目标，即不接受不良品、不生产不良品、不转交不良品，达到了“不良品流转率为零”的工序质量控制目标。

三洋制冷的每个员工都了解这样一个道理，即产品质量是制造出来的，而不是检查出来的。检查只能起到事后把关的作用，而此时损失已经造成。因此，三洋制冷在实行“质量三确认原则”的同时，员工们每天都要填写关键工序的质量检查表和质量反馈单，使各种质量数据及时反馈到品质保证部门，对生产过程的质量进行监督控制，检查各环节关键工序关键项目。品质保证部门通过对数据的分析处理，再发出各种作业指示，来进行质量控制，并作为改善质量工作的指导。品质保证部门早已不是国有企业的质量检查部门，它更注重事先预防的管理，强化生产过程的质量宏观控制，与员工的关系不是检查与被检查的关系，而是质量共同的保证者。他们掌握并控制生产过程中关键工序、关键部件、关键指标的完成，并加以保证确认，他们针对生产过程中出现的质量问题，进行综合分析、查找原因、制定措施，指导员工加以改善和提高，并不断对实施过程和结果进行指导和再监督。同时，各质量管理小组也针对发生的质量问题，寻找原因并拟订出解决对策，避免相同或类似问题的再发生。正是由于全体员工的共同参加和努力，才使“一切以预防为主”、“一切用数据说话”和“一切使用户满意”的质量管理理论，在三洋制冷得以确实实行，并取得丰硕的成果，在全面质

量管理的基础上走出了一条创新的路子。

三洋制冷早在 1996 年就在行业内率先通过了 ISO9002 国际质量管理体系认证，但是他们仅把认证作为质量管理的一个最起码的工作，而以“零缺陷”作为质量工作的最高目标，并且坚持不懈地进行持续改进。“零缺陷”的质量管理思想，不仅在质量管理方面，而且在三洋制冷经营管理的方方面面均得到推行，进而发展成“零缺陷自我改善运动”，逐步形成了一整套基于“零缺陷”的管理思想，并成为三洋制冷“自我改善”的企业文化的重要组成部分。

[资料来源] 卢显林. 质量管理新动力——零缺陷管理 [M]. 北京：中国商业出版社，2006.

【思考题】

1. 案例中三洋制冷企业是如何对产品质量进行控制的？
2. 案例中体现了“零缺陷”管理的哪几个原则？

参考答案要点：

1. 案例中三洋制冷企业是如何对产品质量进行控制的？

三洋制冷企业对产品的质量管理以“零缺陷”管理思想为指导，在全面质量管理的基础上走了一条创新之路。具体的做法是：首先取消传统质量管理的“互检”，改为在上下工序之间创造一种类似于市场经济的买卖关系的管理现象，将每个员工都转变成检查员，从而形成人人把关的质量管理局面。其次将质量管理责任具体地落实到工人头上，与绩效结合，与利益相关，变事后控制为事前预防、事中控制、事后总结的管理。最后品质保证部门对员工们每天填写的质量检查表和反馈单进行数据分析，寻找原因，制定措施，以此改进质量管理工作。

2. 案例中体现了“零缺陷”管理的哪几个原则？

原则一：质量的定义是符合顾客要求，而不是好。案例中三洋制冷将产品的质量实际化，根据顾客的要求给出了具体的参考指标，从而在生产过程中有标准可依，形成了“三不”的工序质量控制目标。

原则二：产生质量的系统是预防，而不是检查。三洋制冷取消了传统中的互检，而采用市场经济形式的买卖上下工序，将对质量管理的事后控制转变为事前预防、事中控制、事后总结的管理模式，实现了预防产生质量。

原则三：工作的最高目标是“零缺陷”，而不是“差不多就好”。三洋制冷在质量管理上取得了好的成绩，但是并没有就此止步，而是将 ISO9002 的国际质量管理体系认证作为一个基本的工作，以“零缺陷”作为质量管理的最高目标，并坚持不懈地进行持续改进。

【案例三】 微软——持续的质量改进

微软公司于 1975 年 4 月 4 日由威廉·H. 盖茨和保罗·艾伦合伙成立，并于 1981

年6月25日正式重组为公司制企业。公司创立初期以销售 BASIC 解码器为主。当时的计算机爱好者也常常自行开发小型的 BASIC 解码器,并免费分发。然而,由于微软是少数几个 BASIC 解码器的商业生产商,很多家庭计算机生产商在其系统中采用微软的 BASIC 解码器。随着微软 BASIC 解码器的快速成长,制造商开始采用微软 BASIC 的语法以及其他功能以确保与现有的微软产品兼容。正是由于这种循环,微软 BASIC 逐渐成为公认的市场标准,公司也逐渐占领了整个市场。此后,他们曾经(不太成功地)试图以设计 MSX 家庭计算机标准来进入家用计算机市场。

1983年,微软与 IBM 签订合同,为 IBM PC 提供 BASIC 解码器,之后微软又向 IBM 的机器提供操作系统。微软之后购买了 Tim Patterson 的 QDOS 使用权,在进行部分改写后通过 IBM 向市场发售,将其命名为 Microsoft DOS。MS-DOS 获得了巨大的成功。操作系统程序设计语言的编码器以及解码器文字处理器、数据表等办公软件互联网客户程序,例如网页浏览器和电邮客户端等这些产品中有些十分成功,有些则不太成功。从中人们发现了一个规律:虽然微软的产品的早期版本往往漏洞百出,功能匮乏,并且要比其竞争对手的产品差,但之后的版本却会快速进步,并且广受欢迎。今天,微软公司的很多产品在其不同的领域主宰市场。

2002年,微软的多项网络以及互联网相关产品多次出现安全漏洞。一些恶意的程序员不断利用微软软件的安全漏洞搞破坏,例如通过互联网创造及发布能够消耗系统资源或破坏数据的蠕虫、病毒以及特洛伊木马。这些破坏行为一般的目标是微软的 Outlook 以及 Outlook Express 电邮客户程序,Internet Information Server (IIS) 网页服务器,以及 SQL Server 数据库服务器软件。微软辩解说,由于其在互联网软件市场上的领导地位,自然而然的,微软的产品会遭到更多的攻击,因为这些微软产品被广泛使用。而有人则反驳说这些攻击也对准那些微软并不占优势的产品,表明微软的产品要比其竞争对手的产品在安全性上要低人一筹。

盖茨启动了可信赖计算计划(Trustworthy Computing Initiative)。他将其形容为一个长期的、全公司性的计划,以寻找并修正微软产品中的安全以及泄漏隐私方面的漏洞。在该计划下,公司会重新评估和设计原先的一些规范及过程,也延迟了 Microsoft Windows Server 2003 的上市时间。对可信赖计算计划的反应各不相同,有观察家表扬了微软对安全问题的重视,但也提醒公司还有很多工作要做。

[资料来源] <http://baike.baidu.com>.

【思考题】

1. 什么是可持续的质量改进?
2. 结合案例及日常知识分析微软怎么样实现可持续的质量改进。

参考答案要点:

1. 什么是可持续的质量改进?

持续改进是增强满足要求能力的循环活动。质量改进不是一次性的工作,任何组织不管其如何完善,总存在进一步改进的余地,这就要求组织不断制定改进目标并寻求改进机会。持续改进强调持续的、全程的质量管理,在注重末端质量的同时,注重