

全面质量管理的研究

方 敏 冯咪咪

(陕西科技大学 陕西 西安 710000)

【摘要】科技日益变化，消费者对产品的需求或者说关注度开始转向产品的化学成分、操作是否可靠安全、效率是否较高、外观是否美观大方等方面，消费者需求的变化导致企业生产关注点发生变化，逐渐采取各种措施（例如全面质量管理）在产品质量管理中广泛应用，本篇文章主要探讨对全面质量管理的研究。

【关键词】全面质量管理；研究

1 全面质量管理

1.1 全面质量管理概念

通常所讲的全面质量管理是指一个组织以质量为中心，以全员参与为基础，目的在于通过让本组织所有成员及社会受益而达到长期成功的一种管理活动，也是一门企业的现代管理科学。

1.2 PDCA 循环

PDCA 循环即计划、执行、检查、处理四个阶段，其中包含了发现问题、分析造成问题的原因、找出问题的主要问题、制定改进的方案和时间表、按照既定方案实施、监视测量分析、对能够标准化的标准化、对尚不能标准化的流至下一循环解决八个步骤。

1.3 全面质量管理特点

1.3.1 事先控制。质量是企业的生命线，质量风险是企业最大的风险。从原材料的采购到产品生产的诸多环节，稍有不慎便会导致产品出现不同层次的问题，那怎么才能相对减少产品质量问题呢？其中一个关键环节就是事先控制。事先控制要求企业在实施全面质量管理前应具有高度的预防性，具有较强的灵敏性，把握各种动态信息，并迅速做出决策控制，防止蔓延。

1.3.2 以顾客作为关注的焦点。产品生产的目的是为了满足客户的需求，企业应把客户看成是自己服务对象的具体化，从最基本的做起，诚心为顾客服务，始终以顾客为中心，针对不同的用户，特别是特殊顾客，进行针对性的服务，保证让顾客满意，有利于让顾客保持对本企业的“忠诚度”。

1.3.3 全员参与的管理。人是一个企业的根本，无论是企业向顾客提供产品，还是企业的正常运行都是通过员工来实现的，哪一个环节出问题都将影响产品的最终质量，只有人人都参与进来、关心质量，都对质量高度负责，打起十二分精神，产品质量才能真正的提高和保证，所以，必须全员参与共同管理。

1.3.4 全面性。所谓全面性是指对涉及质量的各个方面都进行的管理。它包括管理内容全面：从过去仅仅关注产品质量，到现在逐渐进行工作、方针决策、成本的质量等；管理过程全面：这个范围包括从市场调研开始，经产品设计、制造，直到产品售后服务的全过程。可见，实施质量管理必须主抓仅看重产品质量这一个方面的管理。

2 目前各企业存在的问题及解决方法

2.1 企业在运用全面质量管理方法经营公司时的问题

2.1.1 缺乏统筹规划。统筹规划是指对企业各个方面进行统一安排部署与管理，并整体性、系统性地设想企业未来的发展规划，而缺乏统筹规划就会出现以下问题：（1）做事没有规划性，一个企业如果没有统筹规划，那么这里的员工工作也就没有激情和方向性；（2）对企业前景的发展设想缺乏系统性思考，可能会导致企业走很多弯路。（3）全面质量管理没有完全结合融入到企业的整体方针、策略和目标中去。

2.1.2 员工之间不能团结、互相推卸责任。责任不明确，员工之间出现分歧、互相指责、抱怨和推卸责任，必将造成团队内部成员消极怠工的情况出现。这种情况长久的持续下去，就会在员工间产生消极的工作氛围，产品质量得不到保证，甚至还会影响到企业其他方面的发展。

2.1.3 长时间未进行市场调研。现代社会在日新月异地变化更迭，市场也是变化瞬息，如果长时间不进行市场调研的话，就不能清楚地掌握市场需求，出现投入营销后才发现市场定位

失当、盲目投放资源未能获得回报、市场反应大措手不及失去商机等情况。

2.1.4 企业激励机制不健全。PDCA 循环的处理阶段中包括总计经验、巩固成绩，那么其中关键的一环就是“激励”措施，好的方面提出表扬，较弱的方面提出建议，激励转入下一个循环。然而，一些企业中却很少存在反馈机制，难免会造成一些有意见或感到不公平的员工觉得“委屈”却无处反映，出现大量离职的情况。

2.2 解决措施

2.2.1 构建全面管理战略。构建全面的管理战略有利于企业确定其发展方向，聚焦主营业务，使企业处于长期稳定发展状态。其次，全面质量管理战略的构建能使产品从设计、研发到制造的各个流程和环节完成的情况具有真实性和可靠性。

2.2.2 推动全员参与，增强员工质量意识。时常组织员工参加一些优秀产品的展览以及废品事故等的展览，尤其是废品事故的展览能让员工充分意识到质量的重要性；同时，可以定期开展一些与产品质量有关的游戏，既可以让员工在日常忙碌的工作中提神，又可以让质量一直围绕在大家身边；有关部门要设立周期性考核制度，让员工时刻关注质量问题，推动全员参与。

2.2.3 定期进行市场调研，掌握市场动态信息。企业需不定期与定期相结合开展市场调研，了解市场的销售量、某种商品在市场的销售位置、消费需求等相关动态信息，为企业有根据的制定未来发展策略、提前应对可能产生的风险或特殊情况等提供很好的依据。

2.2.4 建立企业激励机制。对内部来说，激励机制是否公平恰当对调动员工积极性，提高员工的竞争意识，将外推力量转化成一种自我努力工作的动力，激发大家的凝聚力、向心力和创造力有着举足轻重的作用，激励机制可以和奖励机制相结合，充分发挥人的潜能；对外部来说，有助于将人才向公司引流，促进员工的竞争意识。

2.2.5 以顾客为中心。始终把顾客放在经营的中心位置，牢固树立“顾客需要什么样的产品，企业就什么什么样的产品”的意识，只有这样才能生产出令顾客满意、愿意消费的产品，提供使客户满意甚至超过其期望值的服务结果。另外，产品售后的服务也要尽善尽美，多从顾客的角度进行思考，只有“客户满意”才能体现服务的价值。

3 总结

随着社会经济的发展，质量问题已成为各个企业必须关注的方面，且质量问题已成为一个企业前景发展好坏、综合实力强弱、竞争力高低的重要衡量。提高质量水平，百利而无一害，它既可以满足市场与顾客需求，又可以提高企业经济效益，以质量为核心的全面质量管理已迫在眉睫。

参考文献：

[1] 李树华，全面质量管理在企业管理中的应用研究 [F]，企业改革与管理，2019 (18)：43-44。

[2] 李若遥，关于企业管理激励机制对企业发展的影响分析，参考网，2016 (32)

[3] 金跃鹏，全面质量管理理念在企业中的应用，盐科学与化工，2017, 46 (10)：40-42

作者简介：

方敏，2000年10月，陕西科技大学，大三在读，工商管理。

冯咪咪，2001年08月，陕西科技大学，大二在读，工商管理。