

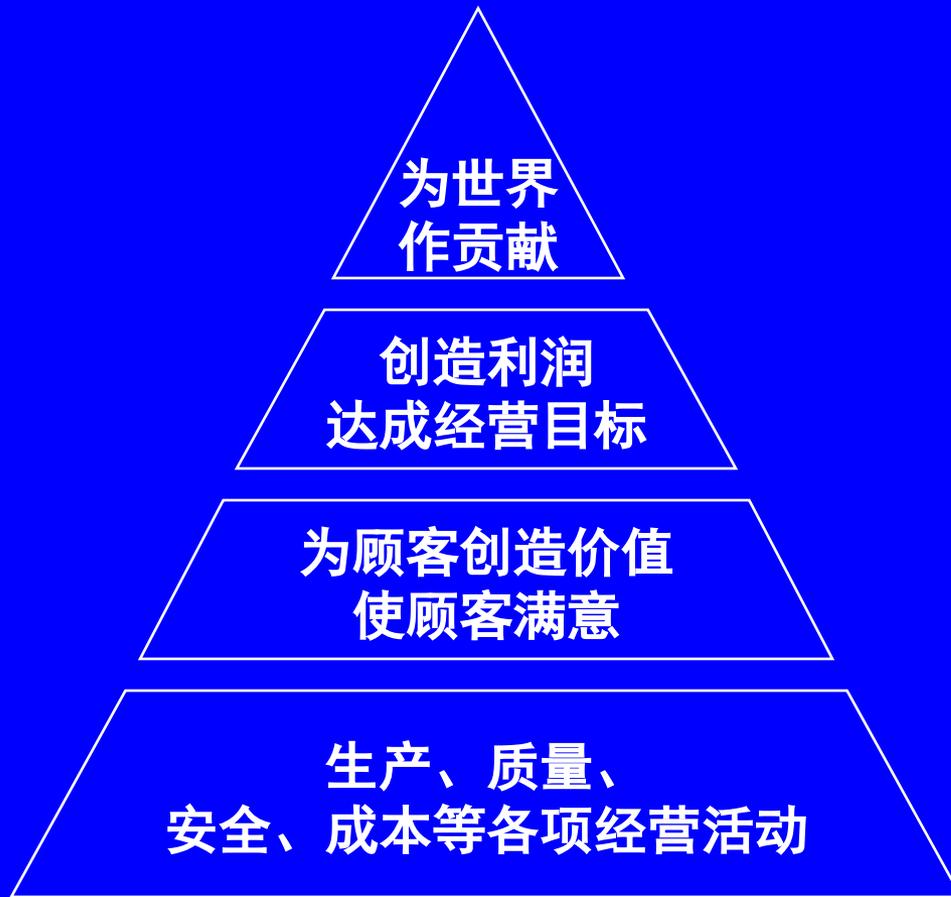
现场质量管理

目录

- 一、企业经营与质量管理
- 二、质量管理的基本内容
- 三、现场质量管理要点
- 四、QC七工具及其运用
- 五、QC小组活动

一、企业经营与质量管理

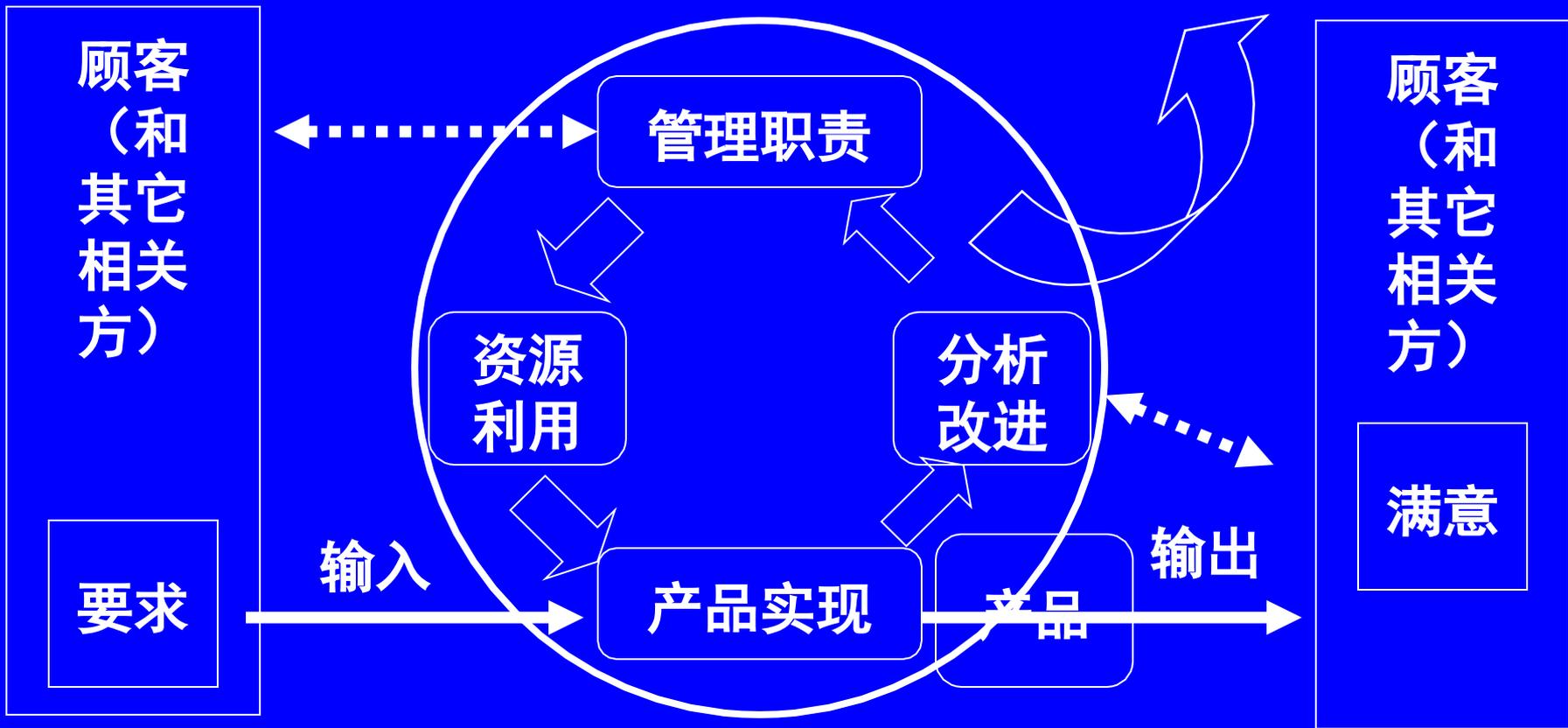
1. 企业的使命



企业存在的最
直接目的就是生产
金钱。

为世界作贡献
是企业的共同理念！

持续改进



—————> 增值活动
.....> 信息流

以过程为基础的质量管理体系

质量思想

质量的基本思想方法

方针

彻底实践
质量至上

培养客户
第一的思想

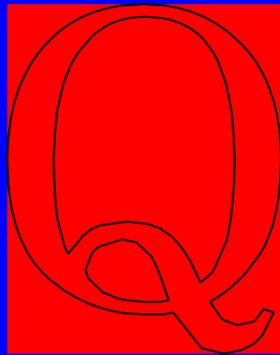
体制

心

1. 功能化、效率化、经济化的组织
2. 理所当然的教育、遵守之体制
3. 社会变化的快速应变能力

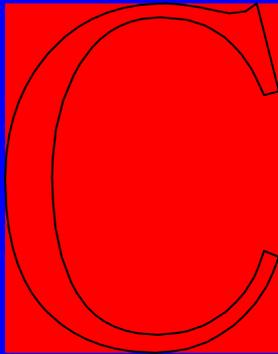
1. 站在客户的立场生产
2. 自身完成的责任感
3. 积极的进步欲望

2. 顾客满意：QCDSF



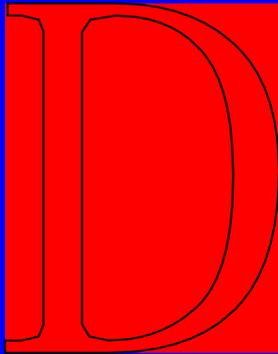
**质量 Q：站在顾客立场，
制造令顾客称心满意的产品**

以产品和服务为媒体完全实现
对顾客之承诺。



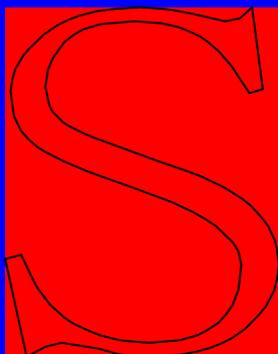
**成本 C：通过有效管理，
把顾客的负担降到最低程度**

通过高成本力减小顾客负担；通过提高技术含量和服务质量来提高对顾客的附加价值。



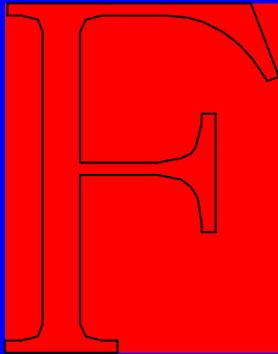
**交货期 D：抓住时机，
即时满足顾客需要**

**足够短的生产周期；按时交货，瞬
时响应市场。**



安全 S：健康、安全、环保

绝对的安全卫生保证，遵守环保和技术法规。



**柔性F：敏锐感觉市场，敏捷适应变化
预见性地满足顾客需要**

倾听顾客的声音。应变力。

3. 质量是利润的长远基础

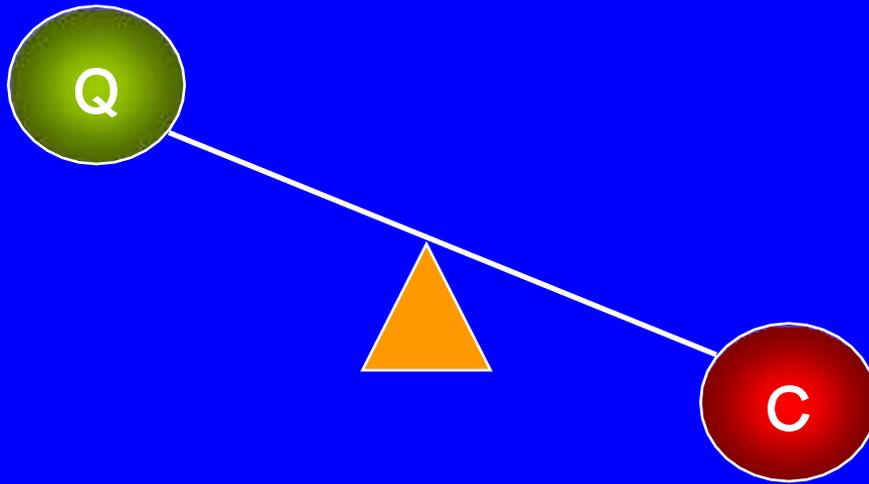
企业在花钱和收钱中追求利润。

利润是对社会贡献的回报。

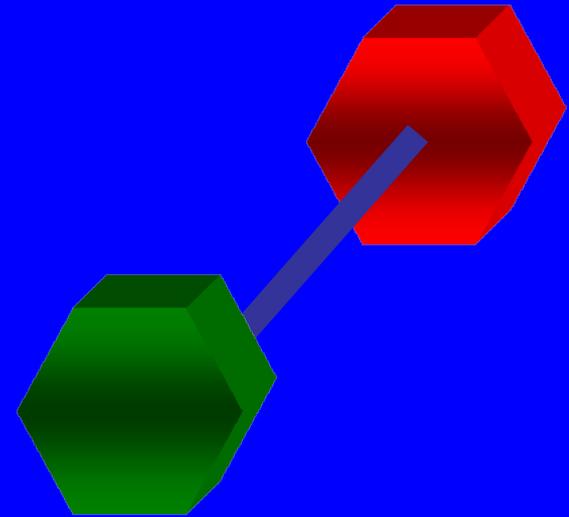
质量是实践企业经营理念的重要手段！

质量问题与企业的使命背道而驰！

质量和成本是矛盾共同体



杠杆关系是质量管理的大忌！



哑铃关系才是质量管理的境界！

质量是相对的概念，过度的质量也是浪费

4. 质量管理与企业经营



个性化设计，激发顾客冲动！

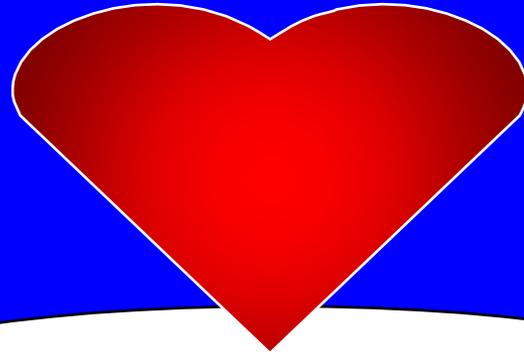
随着质量（含服务质量）的提高，
价格在销售中的重要性相应下降！

魅力

从一开始就抓住顾客的心！

二、质量管理的基本内容

1. 质量



质量是一种顾客心态

质量是指与顾客的需求与愿望保持一致

质量三角锤

质量

与顾客要求
保持一致

本质：产品或服务
是否满足使用目的

功能
性能

安全性

方便性

坚固性

理所当然
的质量

市场质量

积极的
质量

可靠性

服务性

服务性

环保

工序
质量

配件
质量

工作质量

2. 质量的八要素

功能 性能

耐久性 可靠性

随意使用

外观 做工

安全性

摆放服务性

坚固性

废弃性

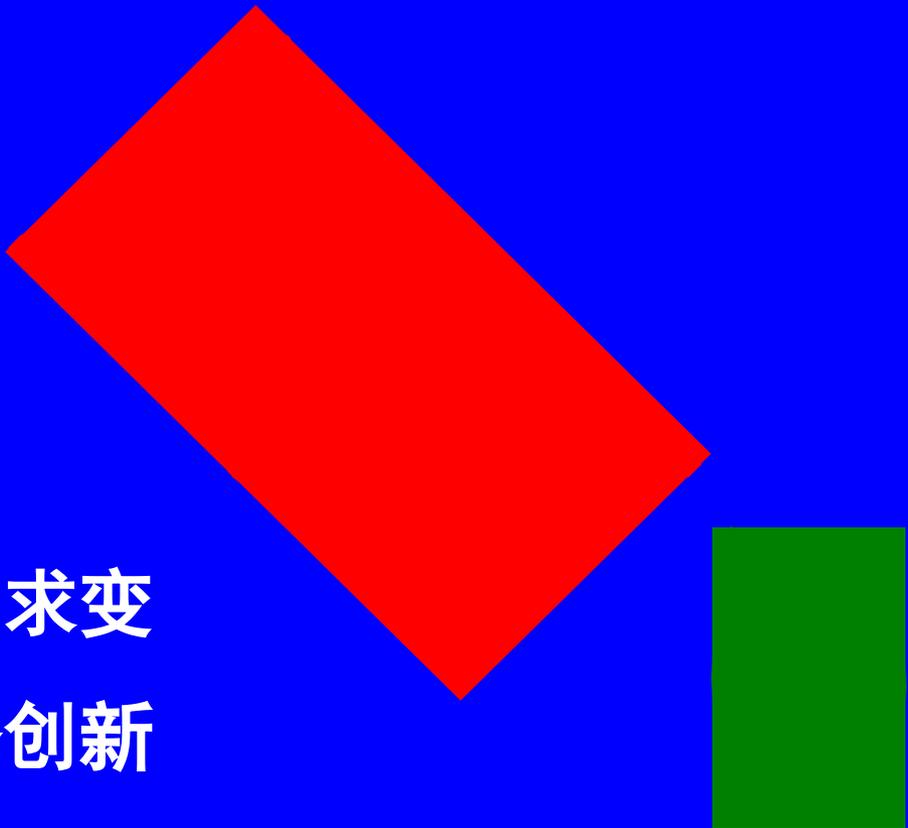
3. 积极的、富有魅力的质量

人性化
设计

个性化
设计

预见性地
满足顾客
需要

伴随时代
变化



求新、求变

技术创新、服务创新

永远为顾客考虑

吸引顾客关注、激发顾客兴趣

获取顾客忠诚

质量管理全貌

顾客
满意

可靠性

质量
保证

综合质量管理

P
D
C
A

质量
管理

工业
工程

小集团
活动

价值
工程

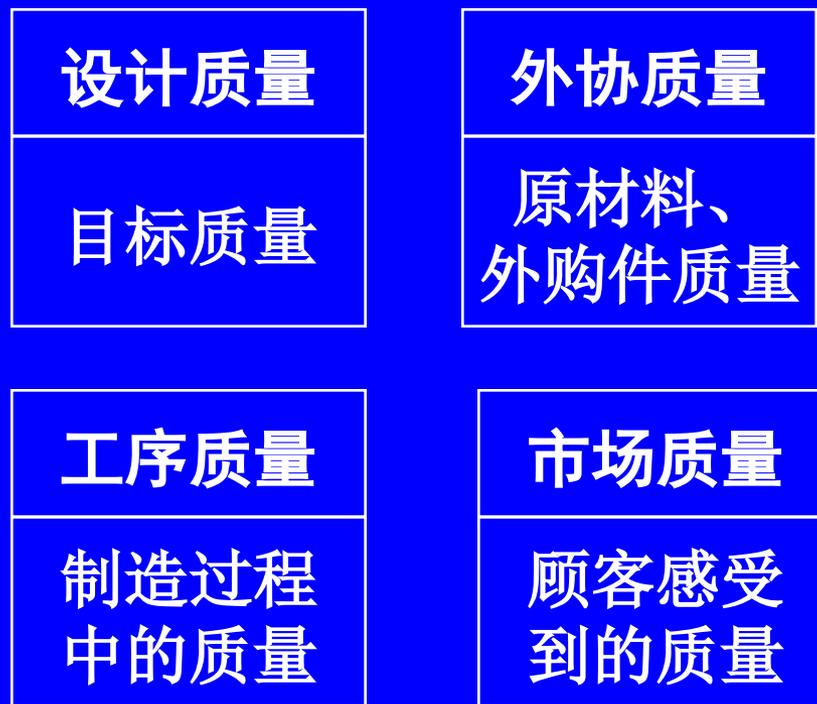
其他

逻辑分析
质量意识

统计手法
专门技术



4. 生产流程中的质量阶段



市场质量是质量管理的最终目标！

5. 商品化流程中的部门职能

——质量管理是和谐的交响乐演奏



全员参与演奏的和谐交响乐

——成功的质量管理

企划

了解顾客期待

倾听顾客的声音（VOC），针对“客户真正喜欢的商品”展开调查、立案。

设计

体现顾客期待

**具体决定采取何种方案和技术
来体现顾客期待。**

计划

根据顾客需求，统筹安排在合适的时机、以合适的数量满足顾客。

采购

在合适的时间、以合理的价格
购买必要的、高质量的材料，保障
生产按计划进行。

生产

按时、保质、保量地制造出顾客期待的产品。

销售

满足顾客期待

将顾客期待的产品通过高质量的服务送到顾客手中，实践企业对顾客的承诺。

顾客满意是根本目标。

质管

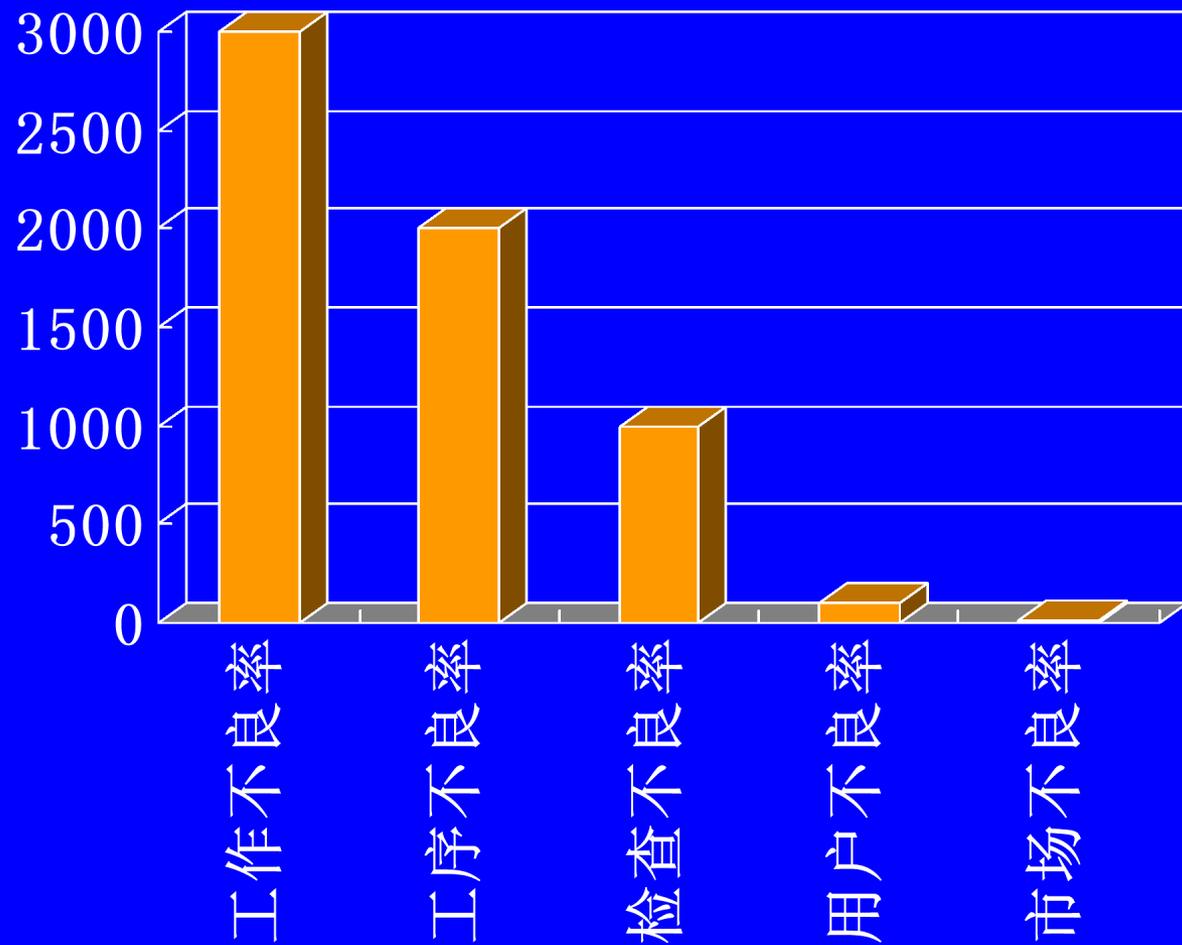
通过完善质量保证体系并持续改进，提高产品和服务的质量保证能力。

6. 质量管理常用指标

不良率

- 工作不良率（广义上的质量不良）
- 工序不良率
- 检查不良率
- 用户不良率
- 市场不良率

各种不良率之间的对应关系

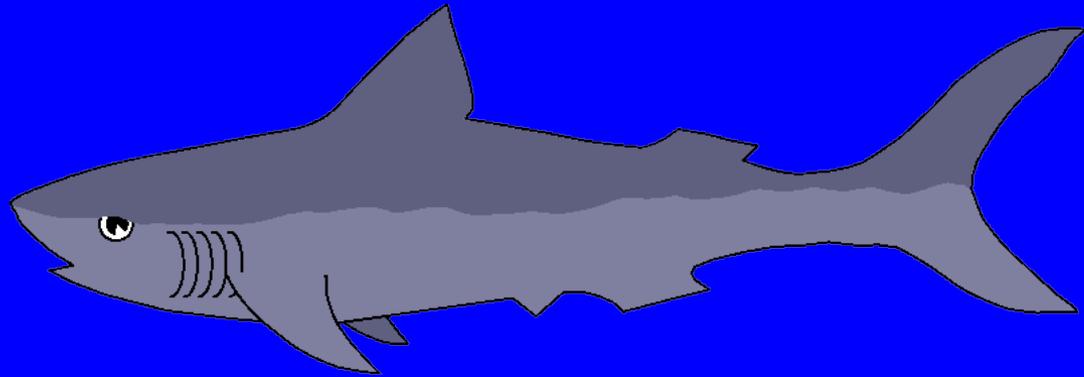


无情的等式

$$0.0001\% = 100\%$$

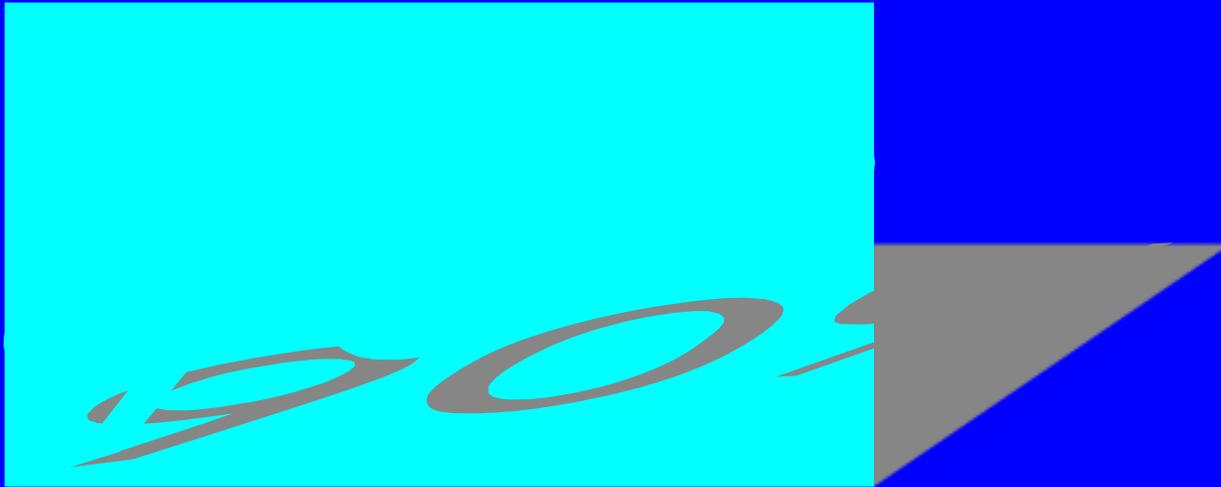
1台不良品对企业来说也许只是0.0001%，但对最终消费者来说，不良率就是100%。

漏网之鱼



天网恢恢，疏而有漏。

搞质量管理绝对不能有
任何侥幸心理。



据统计，市场不良的原因最终都可以追溯到工作不良，其中90%都是低级错误。

要降低市场不良，务必从提高工作质量、减少低级错误做起。

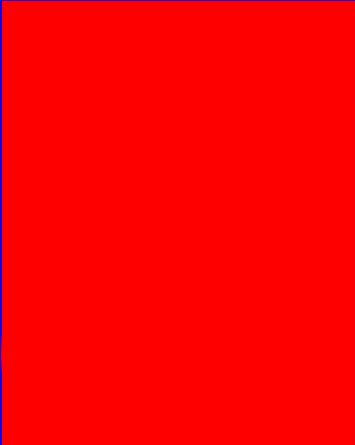
不良率的常用单位

%

‰

PPM

常用不良率单位的变化充分反映社会进步和顾客期待。



全面质量管理

3. 4PPM

目前，6σ成为优秀企业质量管理追求的目标。

质量成本

- 工序报废率
- 市场报废率
- 投诉费用
- 质量投资：培训、工艺革新、
检测手段等

报废管理



绝对金额：元

单位报废金额：元 / 台

万单位报废金额：元 / 万台

改善无止境！

放大镜是发现问题最好的方法之一。

三、现场质量管理的要点



以现场为中心

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/325322000013012002>