

论 质 量 文 化

陈 功 玉

本文认为质量文化是决定产品质量的重要因素。而质量文化又与一个国家的政治、经济、社会文化有着密切关系。由于中国因长期受计划经济体制的影响,目前与发达国家相比,质量文化还十分落后。这种状况严重地制约着我国的经济的发展。本文提出应该学习国外进步的质量文化,促进中国的质量文化的提高,促进中国改进目前的产品质量问题;质量文化是企业文化的核心部分,是企业和社会在长期的生产经营中自然形成的一系列有关质量问题的意识与观念,而不是“质量”和“文化”的简单叠加。

一、质量文化的内涵和外延

什么是质量文化?如何界定它的内涵?众说不一。但我们综合各种说法,认为:所谓质量文化,是指企业和社会在长期的生产经营中自然形成的一系列有关质量问题的意识、规范、价值取向、道德观念、哲学思想、创新意识、行为准则、思维方式、竞争意识、法制观念、风俗习惯、传统观念、企业目标、企业环境、企业制度、企业形象、商誉等。它不仅显现为产品自身的功能和性质,而且还延伸表现为价格、包装、交货期、外观、安全、可靠性、适用性、售后服务等。

质量文化是社会对质量的客观要求在人们头脑中的反映和体现,它深深地打上了经济管理体制和社会经济状况的烙印,不同的经济管理体制和经济发展阶段,客观上要求与其相适应的质量文化。

质量文化可分为“传统型质量文化”和“现代型质量文化”。前者是传统生产与经营方式的产物,它以“小质量”观点和“符合性质量”观点为其基本特征和主要体现。而后者是现代生产方式的结晶,它以“大质量”观点和“适用性质量”观点为其基本特征和主要体现。

质量文化具有客观性。它根植于企业长期的生产经营实践中,是一种客观存在,并影响着企业成败兴衰。犹如每个人都有自己独特的个性、风格与观念一样,每个企业只要留下了历史的足迹,都会形成自己的质量文化。

质量文化具有社会性。它是社会文化在企业的特殊形态,亦称社会文化中的“亚文化”,不同的社会制度具有不同的质量文化。同一社会形态中,因所有制不同,其质量文化的特征也有所差异。质量文化既是全体职工意志一致性、精神寄托、非纯理性的体现,也是大众的社会性的统一意志。它反映了企业行为满足社会需要,并得到社会承认的一种精神支柱。

质量文化具有继承性。它重视研究传统价值观念、行为规范等精神文化范畴在管理中的核心作用，而这一点在以往管理理论中并不被人所重视。质量文化从民族文化中吸取营养，兼承本企业优秀文化传统，随着企业的成长而发展，作为意识形态的质量文化将会被后继职工所接受，并将一代一代地传下去。

质量文化具有鲜明的时代性。它属于亚文化的层次存在于一个国家一定的社会物质文化生活的环境之中，必然反映时代的风貌和体现时代的要求，并与时代的发展保持同步。随着科学技术的发展，人类文明水平的提高，人们认识事物的水平、道德水准、评价事物的标准也发生相应的变化，因而整个人类的价值观也将相应的改变。所以，企业的质量文化作为一种历史现象，其内涵也必将随着生产力的发展而发生变化，而且这种变化会向着更高的水平发展。

质量文化的形成和培育是一个长期的渐进的过程，它作为一种共同价值观念，其塑造是不可能在一朝一夕就能形成的。因为价值观念的塑造是一个非常微妙而又复杂的心理体验过程，而企业的职工在个性、品行、气质、文化素养和社会背景等诸多方面存在着很大的差异，要在如此复杂多样的个体当中形成一种共同的价值观念，必须经过长时期耐心的倡导和培育。

质量文化对企业生产经营活动中的质量行为、质量实践起着导向、规范、制约作用。因而它成为影响、决定企业质量工作状况和产品质量的一个关键性因素，并作为一种观念形态成为企业文化的一个核心部分。它是现代工业文明在文化层次方面的表现，而不是“质量”和“文化”两个孤立概念的简单叠加。

二、中国质量文化的历史渊源和现状

尽管质量文化这一概念出现在80年代，但是它的历史渊源很长。质量文化从“隐形”到“显形”并走上管理的历史舞台，经过了漫长的发展过程。

众所周知，美国提出质量文化一词是由于它发现日本成功的原因在于日本有优秀的质量文化。日本企业质量文化的核心在于日本的儒教文化，而日本儒教文化却来源于中国的儒家思想。中国的儒家文化，是以家族为主体基础进而推广到社会的，它在调整人际关系，维系家族或社会组织内部和谐等方面，有着完善的理论体系。儒家思想经过数千年历史的发展演变，到了本世纪20—30年代，在旧中国的民族资本企业中，就形成了“号训”和“企业精神”，并在实际工作中取得了极为显著的效果。

中国近代和现代质量文化的发展过程，我们可将其分为以下几个阶段：

第一阶段，从第二次国内革命时期至1949年。那时在革命根据地办了一些企业，主要是以军工产品为主兼有一些手工业，不过规模很小，管理也比较落后，但是很注重产品质量，不过这只是一种战时的现象。

第二阶段，从1949年至1965年。其间在全国范围内广泛学习和引进苏联的管理方法，国家对内实行高度集中的计划经济体制，对外实行闭关自守，所以，对产品质量要求不高，质量文化意识很淡薄。

第三阶段，1966年至1977年的“文化大革命”期间。此间是以阶段斗争代替生产斗争，污蔑工业70条是“复辟资本主义总纲领”，叫嚣“砸烂一切规章制度”的时期。所以，人们价值观念受到扭曲，正常行为受到桎梏。在极“左”思潮影响下，政治统帅一切作为质量文化的主要内容。

第四阶段，1978年至1992年的改革开放期间。在这段时间，随着商品经济的发展，逐步增强了全社会的商品经济意识、竞争意识、质量意识、市场意识、品牌意识。这些意识逐步改变了

人们落后的价值观念,初步形成了中国的新的质量文化。

第五阶段,从1992年至现在,即党的“十四大”确立社会主义市场经济体制以来,中国的质量文化有较大的发展。人们初步懂得,搞市场经济主要依靠产品质量,而产品质量又取决于质量文化。

我们纵观中国质量文化的发展历程,可以发现中国的古代文明和灿烂的文化,对中国产品的质量文化曾产生有益的影响,从而使中国曾出现过一些国内外名牌产品。但是,中国毕竟是一个脱胎于半封建半殖民地的官僚社会制度、而没有经过资本主义社会的国家,所以商品经济还不很发达。再者,中国过去一向采用的是计划经济体制,并对外实行封闭,市场经济意识、竞争意识还不强。由于中国经济不太发达,大多数中国人的消费水平还比较低,所以对商品的需求还停留在功能满足方面,而缺乏对其附加值的需求。

相对于发达国家来说,我国的质量文化还很落后,这与我国的社会主义市场经济发展的需要相差甚远。改变这种状况的根本措施是加快建设中国的质量文化,使之形成具有中国特色的质量文化,完善宏观质量调控必需的企业管理基础。

三、建设质量文化的必要性和迫切性

本文前面已经概要提到为什么要加快建设中国质量文化,下面将其具体加以分述。

(一)我国产品质量的现状

近年来,我国政府和企业为了提高产品质量做了大量工作,如普及推广现代质量管理思想和方法;有计划地组织技术改造、技术引进、技术攻关;实现产品质量的升级、换代和创优;强化国家对产品质量的监督和宏观管理,等等。这些工作都在不同程度上促进了产品质量的提高,1992年仅提高产品一次合格率,就为企业节约人民币60多亿元,质量管理小组活动为企业创造的直接经济效益达160亿元人民币。虽然我国质量管理工作取得了很大成就,但是和工业发达国家相比,仍有不小差距,主要反映在:

1. 产品档次低

我国多数产品仍然是资源消耗型初级产品,资源消耗要占总成本的70~80%(工业发达国家普遍在50%左右)。产品的技术含量、文化含量低,同样的物化劳动和活劳动,创造的财富少。基于这一原因,导致中国某些初级产品在国际市场上的售价呈持续跌落趋势;而在国内市场上,原材料、能源的售价变动呈持续上升势头,因此,产品的经济效益很低。据对一些行业的分析,我国产品的质量和性能水平大约落后发达国家10—15年。

2. 质量管理工作不扎实

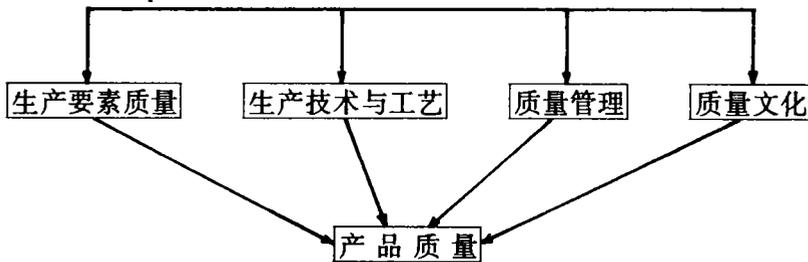
相当一部分干部和职工的质量意识淡薄,劳动纪律松弛,没有真正建立严格和科学的质量保证体系。产品合格率低,不良产品损失大。特别在向社会主义市场经济体制转变过程中,部分企业由于急功近利,短期行为严重,因而放松质量管理工作。

3. 假冒伪劣产品屡禁不止

自1992年以来,全国各地广泛地开展了各种形式的“打击假冒伪劣产品”活动,查处了一大批假冒伪劣产品的案件,对净化市场环境起到了积极的作用,使假冒伪劣产品泛滥的情况得到一定程度的遏制。但是,市场上至今仍不断出现“假冒伪劣产品”,尤其是服装、鞋帽、医药、饮料、食品、烟酒等消费品为最多。

笔者认为造成目前这种状况的原因固然很多,但是其深层次的原因还是由于质量文化落

后所致。对这个问题的解释可用下图表示:



(二) 企业转换经营机制的需要

进一步深化经济体制改革的重要内容之一是实现企业经营机制的转换。从转换企业经营机制的重大举措来看,企业必须摆脱政府的束缚和对政府的依赖,尽快成为自主经营、自负盈亏、自我发展的独立经营者。实现这一转变,意味着政府将要把企业推向市场,同时企业也应该主动走向市场。现时期,全球范围内的市场竞争日趋激烈,而质量竞争又已成为经济竞争的焦点,到下世纪竞争必然更加激烈,将是世界级质量的较量。在此条件下,中国的企业要想在竞争中立于不败之地,就必须具有较强竞争力的产品质量。当然,优质产品的制造又要靠质量文化作为保证。为此,我国从现在开始,必须提高质量文化,以便迎接新的挑战。

(三) 进一步打开国门之必然

我国正处在扩大对外开放、恢复“GATT”和参与世界经济大循环的新形势下。当今世界,地区和地区、国家与国家之间的联系越来越密切,科学技术和经济间的互补性越来越强。为此,推行产品质量标准化已是当务之急。我国将很快恢复“GATT”地位,这就意味着我国是国际经济大家庭中一个有影响的成员,并将遵循“平等、互惠和不歧视”的原则,与世界各国发展经济技术合作。这使得我国的产品有平等地进入国际市场的权利,为我国产品开拓国际市场,扩大在国际市场的份额提供了极好的机会。同时也将遵循国际经济贸易的共同准则,逐步取消关税以外的各种贸易保护措施,这意味着工业发达国家的名、优、特、高、新产品就比较容易进入我国市场。这种非价格因素的竞争将会对我国民族工业提出严峻的挑战,迎接这一挑战的准备工作是必须首先发展中国的质量文化。

四、如何培育和高质量文化

质量文化恰当地把以人为中心的软管理与以物为重点的硬管理统一起来,为企业发展提供了超越型的活力和动力模式。现在,世界各国企业都把质量文化作为创造未来发展模式的基本追求目标,大力弘扬与培育。对于我国企业来说,要想在产品质量和科技水平上赶超国际先进水平,就必须借鉴国际国内先进经验,采取适合自身的实践形式,大力加强质量文化的培育。就目前我国企业的一般状况而言,应从以下几方面努力。

(一) 建立和健全各种质量制度和法规

制度文化是企业管理各种法规制度的总和。建立和健全各种质量法规是培育质量文化的一个重要保证。质量文化的培育,迫切需要透明的成套的法律和市场运行规则的约束。树立质量观念,提高全民质量意识,治理我国的产品质量问题,一是要靠健全的社会主义法制,二是要建立一套社会的产品质量监督机制。在此之前,国家曾制定出一些有关质量的法规,如《中华人

民共和国反不正当竞争法》、《产品质量法》、《环境保护法》等。同时也采取了一些必要的执法措施,如“打假”活动。但是,制度和法规还不够健全,执行过程中还不够严格,“打假”的力度还不够大。今后还得继续制定一些质量法规和制度,以此来促进质量文化建设。在这方面,发达国家比我们做得好。

(二)继续学习国外经验

培育质量文化的第二个措施,是吸收并消化发达国家某些有益的质量文化内容,如继续学习国外TQC小组活动和日本人的“品不正在于心不良”的质量文化意识。日本在二次大战后一无原材料、二无能源的情况下崛起,靠的就是产品质量。目前,日本的汽车、家用电器、微电子技术、数控机床等产品都跃居世界之首,靠的也是质量。

另外,应该学习美国的质量月活动 and 欧美一些国家的企业全面质量管理自我诊断法等,大力推广“ISO 9000 系列标准”,是当前向国外学习的一项重要内容。

在学习国外优秀质量文化方面,我国的一些企业已经取得了一些成绩,如杭州金松洗衣机有限公司,引进、消化、吸收了松下公司的“TQ-up、和“6S”的做法,使其产品质量有了很大的改进。这些只是一个开端,还必须继续不断地学习国外有益的质量文化。

(三)积极开展质量文化教育

从产品形成的全过程来看,每一个环节无不涉及到人的问题,这意味着建设质量文化,归根结底还是人的因素最重要。因此,应该对企业职工进行深入、广泛的质量文化教育,使得在全社会范围内大力弘扬质量文化。质量文化教育的内容包括:质量法规教育、质量意识教育、质量的重要性教育、质量管理知识和与质量有关的专业技术知识教育、劳动纪律和质量责任教育、与质量文化有关的其他方面的知识教育等。

改革开放以来,国内涌现出许多质量工作搞得好的企业,他们的成功经验都是十分重视质量文化教育,例如,一汽认为:提高产品质量=教育+压力+措施。在创名牌过程中,一汽始终把教育放在首位,另外,日本的质量管理专家常说,全面质量管理应该“始于教育、终于教育”,现在许多发达国家都把质量文化教育看作是最有效的投资。

(四)贯彻“质量第一,质量兴国”的方针

整个世界经济的发展趋势是由数量型经济向质量型经济转变。此时,一个国家拥有名牌产品的多少,不仅反映了这个国家的综合国力和经济发展水平,而且还象征着这个国家、民族的精神和形象,显示着这个国家在国际社会中的地位。那些在国际事务中作用显赫的国家,无一不是在名牌产品上占有优势,并由拥有众多的名牌产品的大企业、大集团来支撑。所以,我们一定要充分认识到,产品质量问题,不仅是一个经济问题,而且还是一个十分重要的政治问题。

一位美国人指出:“现在全世界正在进行一场‘第三次世界大战’,这不是一场使用枪炮的战争,而是一场商战,这场商战的主要武器就是质量”。由此看来,质量已成为一项永远没有终点的长跑运动,各国都在你追我赶。谁赢得了高质量,谁就占有商战的主动权,谁就能取胜。

在这场严峻的经济形势下,不能不说“质量兴国”是一项重大国策。认识到这一点,我们没有理由不去加快建设中国质量文化,走“质量兴国”之路。

(责任编辑 邹惠卿)