

*Ли Даньдань
студент*

*2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного
образования*

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

***ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ
В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ***

Аннотация:

Основная конкурентоспособность является источником непрерывного конкурентного преимущества многонациональных предприятий, предприятиям для поддержания долгосрочной инициативы в конкурентной борьбе необходимо развивать свои основные возможности. Теория конкурентоспособности предприятия особенно подчеркивает, что для удовлетворения потребностей клиентов, для создания большей ценности для клиентов, ключом является качество продукции и качество обслуживания. Управление качеством как ядро для создания конкурентоспособности предприятия, будет ближе к реальному положению предприятий, захватит суть конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, Управление Качеством, Международный Бизнес

*Li Dandan
student*

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

***THE WAY TO IMPROVE QUALITY MANAGEMENT IN
INTERNATIONAL BUSINESS***

Summary:

Core competitiveness is the source of continuous competitive advantage of multinational enterprises, enterprises to maintain long-term initiative in the competition, it is necessary to cultivate their core capabilities. Enterprise competitiveness theory especially emphasizes to meet customer needs, to create more value for customers, the key is the quality of products and service quality. Quality management as the core to create enterprise competitiveness, will be closer to the actual situation of enterprises, seize the essence of enterprise competitiveness.

Keywords: Competitiveness, Quality Management, International Business

Конкурентоспособность качества относится не только к качеству продукции, но и к качеству услуг. Все более совершенная рыночная экономика, ситуация избыточного предложения никогда не изменится, 21-й век - это век обслуживания, реальное конкурентное преимущество заключается в ускорении обслуживания. Сейчас перед предприятием стоит задача, как усилить управление качеством, так и постоянно поддерживать и создавать новые конкурентные преимущества в международном бизнесе¹.

Услуги делятся на технические услуги и управленческие услуги. Помимо традиционных технических услуг, управленческие услуги становятся более заметными, если предприятие только выпускает продукцию, не понимая управленческих услуг, то клиенты будут подозревать, что продукт производится при отсутствии условий управления, хотя качество лучше, но не могут распознать его качество. Предприятия через систему менеджмента качества ISO9001, систему экологического менеджмента ISO14001, сертификацию логотипа экологического продукта Китая; к основному процессу для конкурентного преимущества, к стратегии, структуре, процессу, координации культуры друг с другом как инфраструктура системы управления, новые концепции управления, методы управления и коммуникация с клиентами, чтобы помочь им достичь успеха. То

¹ Чжан фэнжун. Управление качеством и контроль [М]. Пекин: machinery industry press, 2011.

есть в продуктовых и управленческих решениях не только управление качеством продукции, но и Управление качеством обслуживания. Например, автомобильный рынок Китая находится в периоде бурного развития, его характеристики и зарубежный зрелый насыщенный рынок различны, многие производители сосредотачиваются на улучшении производственных мощностей, строительстве производственных линий, для потребительской ценности внимания недостаточно. Глядя на автомобильный рынок в Европе, Соединенных Штатах и Японии, поскольку на протяжении многих лет существовала жесткая рыночная конкуренция, выжившие автомобильные предприятия были относительно зрелыми, поэтому структура рынка относительно стабильна. Чем крупнее бренд компании, тем больше внимания будет уделяться качеству, ощущаемому клиентами, а не просто количеству удовлетворенности.

Качество - это процесс непрерывного совершенствования, улучшение означает инновации и создание "разницы". Клиенты чувствуют и принимают эту "разницу", предприятие создает конкурентоспособность. Предприятия, предоставляющие услуги по обслуживанию клиентов, особенно персонализированное обслуживание, превышают ожидаемые требования клиентов, так что это неожиданно или даже удивительно для удовлетворения. Сервис может сделать бренд продукта долгосрочным, укорененным в сердцах пользователей, поддерживать и укреплять отношения между брендом и клиентами, чтобы повысить конкурентоспособность предприятий.

Конкуренция заключается не в том, чтобы конкурировать с другими, а в том, чтобы конкурировать со своими собственными, непрерывными инновациями, выходящими за рамки себя, предоставлять клиентам услуги с добавленной стоимостью, поддерживать основной опыт, придерживаться устойчивого развития. С 1990-х годов система менеджмента 6Sigma была принята все большим количеством международных компаний, новая концепция превосходного качества пользуется большим уважением. Согласно

этой концепции, существует три основных показателя качества: первый-это отражение потребительской ценности, стремление к удовлетворенности клиентов и лояльности клиентов; второй - снижение стоимости ресурсов, уменьшение ошибок и дефектов; третий-снижение рисков и противодействие им. На самом деле качество заключается в том, чтобы обеспечить клиентам отличное, привлекательное качество, чтобы завоевать клиентов, победить в конкуренции. Конкурентоспособность менеджмента качества все чаще становится центром притяжения основной конкурентоспособности предприятий.

В современном управлении качеством существует несколько проблем. Во-первых, из-за отсутствия контроля процесса производства нисходящего звена не может быть своевременной обратной связи с вышестоящим звеном, что приводит к большой трате ресурсов; во-вторых, из-за отсутствия детальных стандартов между вышестоящим звеном, что приводит к взаимному уклонению между различными отделами компании, значительно снижая эффективность производства; опять же, осведомленность о качестве сотрудников будет снижаться, что приведет к частым авариям качества; в-четвертых, серьезные аварии качества повлияют на доверие к компании и даже потеряют заказы или принесут огромные претензии, что приведет к серьезным экономическим потерям; в-четвертых, серьезные аварии качества повлияют на доверие к компании и даже теряют заказы или предъявляют огромные претензии, что приводит к серьезным экономическим потерям. Поскольку предпрофилактический контроль и управление технологическими процессами в этом вопросе так важны, как улучшить управление качеством предпрофилактического контроля и управления технологическими процессами в этом вопросе?

1. Должно быть сильное чувство полного управления качеством²

Многие ученые завершили разработку стандартов менеджмента качества после изучения американских и японских

² Лостер. Полное Управление Качеством. Издательство университета Жэньминь в Китае. 2004.3

автопроизводителей. Регламент четко определяет, кто должен отвечать за какой этап производства и каким стандартам должна соответствовать продукция? А кого проверять, кому забивать показатели и прочие обязанности, в концепции менеджмента качества реализовывать все аспекты производства, не только положения “как делать”, но и конкретно указано “кому делать”. Таким образом, от разработки продукта, проектирования технологического процесса до закупки сырья, от первого процесса до выпуска продукта с конвейера, от упаковки до транспортировки, каждое звено должно разработать подробные, контролируемые стандарты управления качеством. Фокус предварительного контроля по разработке продукции и стандартов. Технологии и стандарты в случае ошибок принесут много хлопот управлению качеством, поэтому следует принципиально минимизировать аварии качества, снизить сложность управления качеством. Контроль в основном относится к процессу контроля качества в соответствии с технологическими стандартами от сырья на заводе до продукта с конвейера, а также к основной работе по управлению качеством. В вопросе контроля требуется строгий контроль, своевременная обратная связь, своевременное исправление. В центре внимания посмертного контроля находится обеспечение того, чтобы каждый продукт был квалифицирован и чтобы некачественные продукты своевременно возвращались в производственный отдел для переработки.

2. Установить исполнительную культуру предприятия

В каком-то смысле предприятие – это исполнительная команда. Командный уровень предприятия в основном отражает конкурентоспособность команды, исполнение команды разбивается на индивидуальное исполнение. Что такое хорошее исполнение? Выполнение каждого сотрудника определяет, является ли команда предприятия хорошей командой, является ли она эффективной командой для достижения цели. Хорошее решение сделать что-то одно может не привести к хорошему результату, и если оно не будет выполнено хорошо, результат может быть

неправильным. Поэтому создание корпоративной культуры исполнения мы должны культивировать, играть на общих преимуществах команды, создавать эффективное управление исполнением.

Для усиления общего исполнения предприятия, как и руководство управленческой команды, необходимо подавать пример. Все хорошие лидеры должны быть прагматичными и практичными в реализации. На самом деле настоящая тщательная реализация заключается не в том, чтобы завершить все просто отлично, а в том, чтобы понять проблему, в чем заключается важный порядок выполнения дел? Для того, чтобы действительно выполнить поставленную задачу. Кроме того, должен быть хороший управленческий механизм, полностью отражающий самооценку таланта и положение на предприятии, полностью реализующий максимальное исполнение. В этом смысле внедрение должно стать важной частью корпоративной культуры и должно быть встречено всеми людьми из практики.

Крупные предприятия мирового класса, все быстрорастущие и хорошо развитые предприятия - это хорошее исполнение предприятия. Для того чтобы обеспечить долгосрочное предприятие, предприятие должно всесторонне улучшить впечатление клиента об управлении качеством продукции и управлении качеством обслуживания, обеспечить надежность продукта и постоянно удовлетворять потребности клиентов, повысить основную конкурентоспособность предприятий.

Управление качеством - это вечная тема предприятия, это первая жизнь предприятия, качество хорошее или плохое отражает всестороннюю конкурентоспособность предприятия. Для предприятия это отражает общий уровень его менеджмента, технологий и корпоративной культуры. В условиях современной рыночной экономики ориентированные на потребителя корпоративные ценности стали мудрым выбором подавляющего большинства предприятий. Практика доказала, что все управление качеством в приоритетном положении предприятия в конкурентной борьбе выиграет

рынок, выиграет время, выиграет выгоды, будет продолжать расти и развиваться. Наоборот, он потеряет все и в конце концов будет.

Литература:

1. Чэнь Чжицянь. Основы управления качеством [М]. Пекин: China metrology Press, 2001.
2. Чжан фэнжун. Управление качеством и контроль [М]. Пекин: machinery industry press, 2011.
3. Лостер. Полное Управление Качеством. Издательство университета Жэньминь в Китае. 2004.3
4. Гун Йимин. Современный менеджмент качества. Издательство Университета Цинхуа. 2003.4
5. Ю Ву. Журнал менеджмента качества. Столичный университет экономики и торговли. 2005.