

Ли Даньдань

студент

*2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного
образования*

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация:

В условиях все более жесткой конкуренции на мировом рынке задача транснациональных компаний заключается в поддержании устойчивого и стабильного роста. Предприятия должны основываться на стратегии развития компании и собственной фактической ситуации, производственной линии или научно-исследовательском центре от более высоких производственных затрат страны быстро переходить к низкозатратной производственной базе, чтобы обеспечить удовлетворение потребностей потребителей продукцией на рынке своевременно, что требует от каждого предприятия уделять внимание вопросам управления качеством.

Ключевые слова: Управление качеством, транснациональные компании, Международный бизнес, принципы

Li Dandan

student

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

QUALITY MANAGEMENT IN INTERNATIONAL BUSINESS

Summary:

In the increasingly fierce competition in the global market, the challenge for multinational companies is to maintain sustained and stable growth. Enterprises must be based on the company's development strategy and their own actual situation, the production line or R & D center from the higher production costs of the country quickly transferred to the low-cost production base, in order to customer satisfaction products to the market in a timely manner, which requires each enterprise must pay attention to quality management issues.

Keywords: Quality management, multinational companies, International Business, Principles

Предприятия, занимающиеся международным бизнесом, формированием транснациональных компаний¹, прорываются через всевозможные монополии и искусственные дискриминации и ограничения, повышают конкурентоспособность продукции и технологий на международном рынке, получают доступ к передовым мировым технологиям и научному управленческому опыту. Способствовать интеграции предприятий с международным рынком, научиться использовать международные ресурсы и международные рынки, имеют действительно важное значение и

¹ Ли Хуа, операции и управление транснациональными компаниями[М].Издательство Университета Цинхуа, 2011(6)

роль. Транснациональные компании впервые появились в конце 19-го века и в начале 20-го века после того, как Вторая Мировая война стала бурным развитием, после Второй мировой войны экономика Соединенных Штатов получила большее развитие и абсолютное преимущество в мировой девственнице, ставшей крупнейшим источником инвестиций транснациональных компаний в текущем дюйме. Начиная с 1970-х годов, из-за несбалансированного развития капиталистических стран Западной Европы, быстрого подъема экономики Японии и создания транснациональных компаний США и борьбы с транснациональными компаниями по всему миру. Транснациональные корпорации в бывшем Советском Союзе, Восточной Европе и развивающихся странах также процветают, и их роль растет.

Странам необходимо и вполне возможно развивать транснациональные корпорации. Во-первых, в некоторых областях технологии страны имеют свои преимущества, особенно некоторые области применения технологий, имеют большую привлекательность для других стран ; Во-вторых, с быстрым развитием науки и техники и появлением структурной перестройки, для экономик стран открываются все большие возможности, а развитый зарубежный рынок финансирования создает и условия для привлечения средств ; В-третьих, есть много крупных и средних предприятий с сильной силой в различных странах. После последних лет развития и накопления, некоторые крупные предприятия были знакомы с международной практикой и рыночной средой, заложив предварительную основу для стран, чтобы

расширить зарубежные инвестиции. Развитие и рост многонациональных компаний, это великое дело, многонациональные проблемы управления качеством, также ждут нас для изучения, для изучения.

(1) Проблемы, с которыми сталкивается управление качеством многонациональных компаний

Транснациональные компании, это особая международная бизнес-организация, она имеет три характеристики: Во-первых, транснациональная, то есть материнская компания, базирующаяся в стране, через границу создает дочерние компании за рубежом, занимающиеся производственно-хозяйственной деятельностью; во-вторых, принятие "Глобальной" стратегии организации инвестиций, производства и сбыта; в-третьих, внедрение централизованной системы управления внутри компаний, дочерние компании, разбросанные по всему миру, образуют единое целое, формирование внутренней интеграции бизнес-систем. Эти характеристики делают многонациональные компании парадоксальным единством: в управлении качеством. Проблема фокусируется на следующих аспектах :

Во-первых, существуют определенные культурные различия между различными странами или регионами, включая язык, уровень образования, религию, эстетические идеи и ценности. Восточная культура и западная культура-два наиболее репрезентативных типа культуры в мире, и между ними существуют большие различия. Культурные различия отражаются в качестве, с одной стороны, это отношение к качеству продукции и качеству

обслуживания различных требований. С другой стороны, существует другое понимание управления качеством. В некоторых странах или регионах, придающих большое значение управлению качеством, управление качеством стало активным, всеобъемлющим, превентивным и всесторонним участием в управлении. В других странах или регионах управление качеством считается односторонним делом руководителей предприятий, основной функцией которых является контроль качества.

Во-вторых, технические различия. Первая-это разница в качестве человеческой технологии. Люди в разных странах или регионах, степень образования и результирующая структура знаний различны. В частности, различия в процессе индустриализации, скорее всего, вызовут различия в техническом качестве людей. Во-вторых, разница в производительности процесса. В разных странах или регионах производится в соответствии с одинаковыми конструкторскими чертежами, но в результате качество продукции будет иметь большой разрыв, причина в том, что существуют различия в технологических мощностях. Опять же, есть разница в традиционных технологиях. В странах с высокой степенью индустриализации сельское хозяйство было механизировано. Наконец, существует разница в уровне стандартизации. Из-за различных базовых стандартов, технических стандартов и эксплуатационных стандартов, принятых в разных странах или регионах, это неизбежно приведет к появлению одинаковых деталей и изделий разного качества.

В-третьих, политические и правовые различия. Разные страны или регионы, с разной политикой в области качества и регулированием качества, некоторые страны или регионы поощряют свободную конкуренцию между продуктами, ограничивают рыночную монополию, государственное вмешательство в качество продукции меньше. В некоторых странах или регионах правительство поощряет развитие продукции в направлении джентрификации, активно поддерживает предприятия по повышению качества продукции, продвижению отечественной продукции на международный рынок и так далее. ТНК должны в полной мере учитывать политику в области качества и нормативные положения в области качества в своих регионах и разрабатывать соответствующую политику в области качества и политику в области качества.

(2) принцип управления качеством многонациональных компаний²

По сравнению с одной локальной компанией транснациональные компании имеют характеристики транснационального характера, по сравнению с международной торговлей имеют характеристики акцента на производство, по сравнению с общей международной организацией бизнеса, но также имеют характеристики использования централизованной системы управления. Эта характеристика диктует, что транснациональные корпорации должны уделять внимание управлению качеством. А единство должно сочетаться с гибкостью. В целях обеспечения реализации Глобальной стратегии качества ТНК и достижения максимальной экономической выгоды.

² Цянь Сядун, исследования по управлению качеством в рамках многонационального проекта перевода предприятия[D], Тунцзи университет, 2011

Во-первых, единая политика качества, высшее руководство многонациональной корпорации должно разработать единую политику качества для всей компании, филиалы должны строго выполнять единую политику качества, разработанную головным офисом. Единая политика качества, то есть полностью отвечающая требованиям качества заказчиков, но и полностью учитывающая преимущества транснациональных компаний в мире для максимизации. Также отражает операционные характеристики компании. Единая политика в области качества и вытекающая из нее многонациональная система качества для реализации эффективных планов в области качества, а также для достижения бесполезной, значимой качественной информационной обратной связи имеют важное значение, но также и основные требования внутренней коммуникации. Для достижения "национального дизайна продукции, закупок материалов другой страной, а также производства и продаж по всему миру" единая политика качества еще более важна.

Во-вторых, создание и совершенствование системы качества, в соответствии с политикой в области качества, разработанной головным офисом, филиалы должны следить за развитием общей деятельности по управлению качеством, созданием и совершенствованием организации, выполнением обязанностей в области качества, четкими процедурами работы в области качества, оснащенными необходимыми ресурсами. Система качества звука является необходимым условием для того, чтобы

транснациональные компании проводили единую политику в области качества во всем мире.

В-третьих, гибкость управления качеством. То есть каждая отрасль в политике компании в области качества, цели в области качества, соответствующие предпосылкам работы по управлению качеством, должны сочетаться с конкретной ситуацией страны или региона. Если дочернее предприятие игнорирует это, то работа по управлению качеством не может быть полностью понята и принята сотрудниками компании, органами местного самоуправления, жителями, пользователями и сотрудниками, работа трудна в выполнении, качество не гарантировано.

В-четвертых, в полной мере использовать преимущества страны или региона, филиалы транснациональных компаний распределены по всему миру, во всем различаются политические, экономические, научно-технические, культурные и религиозные убеждения. Чтобы управление качеством было успешным, необходимо в полной мере использовать преимущества каждого места.

В-пятых, создание эффективной качественной информационной сети, филиала по созданию качественных разведывательных органов, своевременный сбор и обработка информации о качестве продукции и качестве услуг в стране или регионе. Должна быть создана нормальная система обмена информацией между филиалами, а также система передачи информации филиалами в головной офис. Таким образом, транснациональные компании смогут взглянуть на общую ситуацию, стремясь получить

наилучшие общие выгоды от условий, проделать хорошую работу по корректировке структуры продукта, позиционированию качества продукции и работе по улучшению качества продукции, чтобы сохранить преимущество качества кросс-Вай-компаний на международном рынке.

Литература:

1. Ли Хуа, операции и управление транснациональными компаниями[M].Издательство Университета Цинхуа, 2011(6)
2. Wang Xiaoguang,Enterprise Project Quality Management[J], China Quality and technical supervision, 2010(11): 72-73
3. Cheng Yuanjun, Project Quality Management[M], machinery industry press, 2007(2), 1-е издание
4. Цянь Сядун, исследования по управлению качеством в рамках многонационального проекта перевода предприятия[D],Тунцзи университет,2011