

浅析企业发展与生产质量的关联性

兰丽晶

山东质联认证有限公司

DOI: 10.12238/jpm.v4i3.5717

[摘要] 目前来看生产制造型的企业发展遭遇到了国内外多方面问题的挑战, 重点之一就是在成产加工技术上和国际发达国家的制造行业产生的差异还是较为大的, 一个企业的基石、支柱、立足之根本就是企业造出来的产品。想要市场中取得强有力的地位, 占据主动优势必须要有过硬的产品质量且符合认定的生产标准规则。现代的制造型企业都是在以往的一些小作坊、传统的手车间基础上一步一步的壮大起来的。在此期间的发展过程中想要使产品质量得到部分提升, 都是有一个合理且健康的生产质量管控体系, 本文将简明扼要叙述一些制造型企业生产质量的好坏对发展过程中所产生的影响, 并简单的提出了一些合理性的建议。

[关键词] 企业; 生产质量

Analysis of the correlation between enterprise development and production quality

LAN crystal

Shandong Quality Union Certification Co., LTD. 266555

[Abstract] At present, the development of manufacturing enterprises has encountered challenges from many problems at home and abroad, one of the key points is in the processing technology and the international developed countries in the manufacturing industry difference is relatively large, the cornerstone of an enterprise, pillar, based on the fundamental is the products made by the enterprise. In order to obtain a strong position in the market, to occupy the active advantage must have excellent product quality and meet the recognized production standard rules. Modern manufacturing enterprises are in the past some small workshops, traditional manual workshops on the basis of step by step. In this period of development process to improve part of the product quality, there is a reasonable and healthy production quality control system, this paper will briefly describe the production quality of some manufacturing enterprises on the process of development, and simply put forward some reasonable suggestions.

[Key words] enterprise; production quality

在这十几年来制造行业在我国 GDP 上的贡献是占到了显著的位置, 极大的推动了国民经济的的增长。它可以完全反映国家一级的工业化。只有通过实现社会主义的现代化, 保持或稳步提升制造业的发展才能做出很多贡献。现阶段我国的生产质量水平正在加以完善, 但是国内诸多制造型公司与国外的制造型企业相对比的话仍然存在差距, 目前来看大部分公司面临着不合理的生产结构和产品质量低的情况。面对如此严峻的问题挑战, 只有积极应对, 采取有效合理的方法措施, 才能为企业发展打下一个稳定良好的起步。

一、对“质量”的新理解

在 USA 国度的某位 MR 朱博士指出, “以前的二十世纪可以标明为一个以生产效率的世纪, 而当今时代绝不可能再以生产效率来衡量了, 必须以质量来评判的世纪”。生产质量、产品质量这类词的含义在二十一世纪已经是让人们经常想到的事件了。举个简单的例子: 国际标准的质量管理体系 ISO-9000 这块就提出了新的概念-相关方, 其含义指的是除消费者这一群体外, 还包括了企业单位的员工、老板、股东等人员。员工、他们都期望对生产产品和销售产品的过程中能产生足够多的物质价值来充实自己。所以在当今时代, 人们使用汽车或使用任何一种消耗能源的产品, 只要其生产出来的产品所作出的

贡献大于其所产生的危害。此类产品才会允许使用。如果企业的所有相关方都能从中获得增值,都能获得相应的质量效益,而且所增之值或所获得的质量效益高于社会平均水平,那么这样的产品才能称作质量高,否则,就不能冠以“质量”。因此,公式也适用于社会,适用于政府。如果我们用“社会”一词来包含上述的所有相关方,那么显然可以得到这样一个结论,质量就是为社会增值。所谓增值,就是为社会增加价值,或者说是为社会增加总价值。社会的总价值最终体现在社会的福利上,增值也就是为社会增加净福利。

(1) 质量是用来彰显生产产品的个性与特色。每个公司产品的竞争力在于它特有的品质和不同之处,主要包括了其中两个方面:第一就是拥有与其他竞争的同类型产品不同的吸引点,以满足不同的小众或大众的消费群体偏好;其二就是拥有比同行业所生产出来的产品有着更优质的质量,关键的点就是要表现出产品的独特之处与吸引点,假设一下:“如果有某一类产品只有光鲜亮丽的表面,但是品质非常低劣,那这类产品只会在短瞬间就从消费群体的购物车里丢弃,随后再也不会出现在市场上面了。国外的某一国度“帅牌”挂锁在广告中称:“在帅牌挂锁面前警察也无能为力!”这使警察非常恼火,于是厂家邀请警察在射击场进行了试验,即把一般挂锁和帅牌挂锁并列在一起,逐一用枪射击,一般的挂锁都跳开了,而帅牌挂锁被打烂了也没有跳开。正是这种具有个性的质量才征服了消费者。

(2) 企业产品质量的好坏就是对消费者承诺的兑现。每一个企业想要发展必须拥有市场份额,市场份额的大小也决定了企业实力是否雄厚。市场的份额在于企业所生产产品的吸引力与在社会上的传播力。就像同仁堂之所以受到广大消费者信任与尊重,就是因为其公司能够遵守传承下来的三百年古训。“品味虽贵必不敢减物力、炮制虽烦必不敢省人工。”按其药房里的某类古方写着,药材前期处理要用金锅银铲,还要用重达百余两的黄金与药材放在同一药炉,共同烹煮。”而其消费群体对这类生产产品所求,不是简单用主观去评判其药物质量的优劣。而是根据其三百余年的品牌说服力、持久性与产品可靠性来实现对消费者的承诺。

(3) 质量代表效率和效果。随着时代的变迁和社会的发展,消费者的品牌意识越来越强。这意味着对产品的质量要求越来越高。企业也必须跟随时代潮流满足消费者的需求才能获得经济利益。因此,作为理性的“经济人”,“产品的质量”是企业和消费者共同所关注的焦点。从某种意义上说,产品质量就意味着企业所获得的经济效益,比如格力空调一直主打卓越的品质,海底捞的食品一直宣扬优质的服务,这样的宣传与行动相结合,让其本身质量就过硬的产品更加的畅销又俘获了一批忠实的消费群体。公司在生产产品时不仅赚取到了可观的经

济回报并且也让消费者得到了最大的效用。

(4) 产品质量是一种不断创新的过程,要随着时间推移是一步步向上提升的。国内有一些产品在上个世纪八九十年代备受消费者青睐,但由于缺乏不断创新意识,故步自封,原地踏步。很快便成为明日黄花。就像以前的海燕收录机、华生电扇,上海凤凰牌自行车等都曾是高质量的象征,品牌力十足,深受广大消费者喜爱。也是当时市场的抢手货,可随着市场经济竞争的加剧,同行业生产的产品质量已经与之媲美,并且还逐渐超越。在同等价位上,质量比不上竞争品,那消费者也会有新的对比,缺少了广大的消费群体,市场占有率减少。它们那些竞争力不足的产品与公司也很快就销声匿迹了。可见产品质量就是一个企业最核心的地方,只有不断改进提升,才能维系自己的品牌,一旦生产产品质量出现下滑并没有及时改正很快就会被经济快车甩下来的。

二、企业的质量问题及成因分析

1. 在现代很多小型的生产制造业的企业老板对于现代质量意识这一块是没有认知的,他们对自己工厂或作坊生产出来的产品质量这一块是不愿意投入太多的精力、资金。始终喜欢用低成本、品质较差的原料去生产。所以其生产出来的大部分产品质量非常低下,严格来说就是粗制滥造、假冒伪劣。小企业主大部分的资金与精力都是用于所谓的“市场营销策划”举办座谈会赠礼品、夸大宣传效果、一锤子买卖。以往的老话也说过,多少钱办多少事。投资太少,成本过低,所生产出来的产品质量不可能太高,毕竟一分钱一分货。像好多年前的山寨手机,价格低,质量差,完全没售后。其生产厂家就是为了做这一锤子快钱买卖。

2. 信息的不对称性导致产品质量的降低。许多公司拥有一定水平的资本,但是生产布局方面分布的不合理,把大量资金投入在广告宣传策划上,没有过多的让有效资金去改善新产品并提高产品质量。现实中大多数消费者对于产品的认知都是产品的外观和使用,只有极少数的消费者去了解产品的制造材料,结构和产品的技术内容。因此过于信任广告的宣传,在企业的营销手段的刺激下,消费者往往盲目的进行了冲动消费,事后察觉到受到了欺骗、上当又引发了后系列的纠纷。

3. “出租行为”是造成产品质量低劣的重要原因。一些投资者利用关系密切、行贿受贿以牟取暴利的方式利用假冒经销商。产品质量差的一个深层次原因是这种“出租”行为的“时效性”。在国民收入普遍较低的情况下,市场所能接纳的容量也是普遍较低的。因为消费水平与消费能力摆在那。因此,廉价的低质量产品占据了大部分消费品市场。假冒伪劣产品充斥市场,导致优质商品无法销售。所以在中小企业逐渐形成的观念:“低成本制造生产出源源不断的低质量产品。低质量产品更赚钱、更容易销售。所以国内有一段时间造假泛滥成灾,引

起国家重拳出击, 绝大部分其成产企业都受到法律处理。

4. 投资者自己的素质缺陷会导致产品质量较差。大多数公司投资者在文化和专业品质方面都有些缺陷。首先, 专业质量缺陷主要反映在经验和缺乏自己的创新方面的管理公司中。他们没有深深地认识到, 品牌是企业竞争的热点。品牌产品是高质量, 高信任, 高市场份额和高经济利益。例如, 麦当劳, 诺基亚, 奔驰汽车, 惠普电气, 海尔和长虹电器都是以其高品质而闻名。他们不仅在市场上拥有很高的市场份额, 而且在全球范围内销售, 并为公司带来丰厚的利润。目前我国的大部分生产企业的老板由于自身专业, 认知, 眼界、胆识还未达到踏出国门的程度, 只能在国内驰骋一番。其次, 文化质量的缺陷主要反映在产品供应商或服务方中, 缺乏“以人为导向”的概念。他们不了解意味着他们深厚文化概念的产品和服务的质量。他们看不到人们生活概念变化的独特联系在民族, 国家, 社会和经济发展上, 以及改变产品和服务的需求。

三、树立现代质量观念, 推动企业快速健康发展

1. 提高产品质量, 建立自己的品牌。首先, 加强企业领导层的质量意识。美国质量管理专家戴明指出: “组织的第一个顶级的质量, 94%的质量问题不是由工人, 但是这个系统, 这是由管理。”作为企业领导人, 必须坚持正确的质量意识和人格化的效应模型指导所有员工的角色, 培养企业员工的敬业精神和一丝不苟的工作态度。使企业内部形成“以质量求生存, 以信誉求发展”的良好氛围。松下帮助松下, 索尼的盛田昭夫是一个很好的例子。海尔集团的“点击冰箱事件”还不清楚。这个事件虽然某公司损失, 但也获得了国内教育工作者, 外国设立海尔的质量声誉的双重效果, 最终使海尔为了国内外著名的“零缺陷”。第二, 完善的质量保证体系, 加强企业员工质量意识。首先加强质量意识的运营商, 工人提高产品质量是最基本的工作。因此, 对于一些没有通过的操作技术人员必须专业技能培训、技术许可、证书, 不得出现在“南郭先生”第一线的工作。第二, 企业的质量检验部门应严格质量, 充分发挥其作用的质量监督, 确保产品在市场上实现“零缺陷”, 维护企业的声誉的产品。第三, 实施 ISO 质量认证体系。质量认证应国家质量监督管理局授权的合格和质量体系认证, 产品认证部门认证的合格产品, 或者企业授予合格标志、质量认证证书, 通过 ISO 质量认证, 推动和促进科学、标准化和规范化的质量管理。

2. 提高服务质量并建立公司形象。

(1) 建立系统概念。生产具有优质技术的高质量产品很重要, 但仅生产形状产品, 提高公司质量并建立公司形象。这是很难的。因此, 有必要根据消费者的需求确定服务项目, 制定服务工作计划和相关系统, 并改善服务系统。例如, 在手机

和空调的销售中, 将提供 - 萨尔斯服务之后, 包括更换(当在截止日期内发现严重的质量问题)和退货商品(当发现严重的质量问题时)做到无交换), 保修(免费), 其他服务项目。有必要仔细考虑每个链接的服务是否满足人性化要求, 即客户是否方便且价格合理。

(2) 必须确定服务提供位置。

(3) 必须有一个特殊的设施。

(4) 必须有专门的维保中心。

3. 提高企业员工的专业技能和人文素养。人, 既是能动的生产力, 又是企业的活广告。提高企业员工的专业技能和人文素养, 对提升企业品质, 树立良好的企业形象同样非常重要。优秀的员工队伍对内是企业生产经营的效率, 对外是企业形象的标志。他们的一言一行表现出来的素质代表着企业的品质。因此, 一是合理招聘人才。所谓“合理”, 就是要针对企业的现状和未来发展的需要和企业岗位的需要合理地配置人力资源, 做到人尽其才。应根据企业发展战略制定用人战略, 包括专业方向、技术开发、工资水平等问题。二是树立“以人为本”的管理理念。管理思想, 在西方早已提出并付诸实施。运用“人本主义”来管理企业, 就是要发掘人, 尊重人, 科学用人; 重视人, 关爱人, 塑造人。员工为企业劳动, 企业应为员工提供发展的空间, 让员工实现自身的价值。

结语:

质量是决定一个企业的命脉之处, 无论这个企业是大还是小, 都必须制定独特的业务策略, 而生产的产品质量就是这策略中的核心点。也是第一步, 随着时间的推移是产品质量要求成为经营战略里的“心脏”。当然, 那些不注重产品质量的生产企业或专门只生产假冒伪劣的生产企业, 往往是长久不了的, 只是短暂的昙花一现。因为一个企业的发展没有长期而久远的发展目标, 只想趁着风头真好赚一天是一天, 国家政策打击不严厉的生产企业, 是绝对不可能生存的长久。

[参考文献]

[1] 闫永蚕. 制造业高质量发展的异质性与收敛性研究[D]. 天津理工大学, 2022. DOI: 10.27360/d.cnki.gtjgy.2022.000912.

[2] 刘家旗. 效率视角下数字经济对经济高质量发展的影响研究[D]. 西北大学, 2022. DOI: 10.27405/d.cnki.gxbdu.2022.001095.

[3] 田晶. 对外直接投资对中国制造业高质量发展的影响探究[D]. 山东财经大学, 2022. DOI: 10.27274/d.cnki.gsdjc.2022.000326.

[4] 王亚男. 中国经济高质量发展统计测度研究[D]. 对外经济贸易大学, 2021. DOI: 10.27015/d.cnki.gdwju.2021.000364.