

Асистент, Гриценко В.В.
Національний технічний університет України «КПІ»

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто проблеми контролю якості поліграфічної продукції як одного з найголовніших факторів конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкових відносин

In article are considered problems of the checking quality to polygraphic product as one of the most main factor to competitiveness enterprise in condition of the market relations

Постановка проблеми. На сьогодні проблема конкурентоспроможності підприємства стоїть досить гостро. Оскільки в умовах ринкових відносин та загострення конкурентної боротьби в лідируючих позиціях залишаються тільки ті підприємства, які здатні до швидких змін в організації управління, до постійного оновлення виробництва, впровадження інновацій, постійного поліпшення якості та характеристик продукції та послуг. Інтенсифікація виробничих процесів в поліграфії з використанням новітніх технологій, устаткування, широкого асортименту матеріалів вимагає постійного контролю якості виконання технологічних операцій для забезпечення високого рівня конкурентоспроможної продукції та задоволення потреб споживачів.

Якість поліграфічної продукції визначається якістю виконання робіт на різних етапах виробництва. Ми керуємо якістю продукції вибираючи персонал, матеріали, устаткування тощо. Але для одержання, дійсно, якісного результату необхідно чітко уявляти собі, як відбувається створення продукції протягом його життєвого циклу.

Аналіз останніх досліджень.. Питанню щодо факторів впливу на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств присвячено багато досліджень науковців [1,2,3,4,5]. Аналіз стану та тенденцій розвитку видавничо-поліграфічної галузі дозволяє робити висновок про те, що контроль якості продукції в процесі виробництва проходить, на жаль, не на всіх стадіях його

життєвого циклу, в наслідок чого ми отримуємо не завжди високоякісний продукт, який шкодить рейтингу підприємства на ринку.

Формулювання цілі статті. Метою даного дослідження є аналіз контролю якості продукції як одного з чинників конкурентоспроможності поліграфічних підприємств.

Виклад основного матеріалу. З кожним днем покращується оснащення поліграфічних підприємств високоякісним друкарським устаткуванням. Разом з тим зростають вимоги до якості продукції. Однак оснащеність першокласною технікою та впровадження передових технологій ще не гарантує високої якості продукції. У чому ж причини? Однією з них є відсутність контролю якості поліграфічної продукції на кожному етапі технологічного процесу. Якість – це те, чого прагне споживач. Отже, її забезпечення необхідне для дотримання певних норм, а також для гарантування ефективної роботи підприємства, передбачення можливих недоліків, помилок та невідповідальності працівників.

Розробка системи управління якістю здійснюється на основі дослідження та контролю якості продукції. У процесі виробництва управління якістю полягає в контролі якості матеріалів, стану устаткування та дотримання технологічних процесів виготовлення продукції [6].

Необхідність забезпечення належного рівня якості у виробничій діяльності зумовлює формування на підприємстві певної системи показників для оцінювання відповідності продукції, що випускається, технічними умовами (рис. 1).

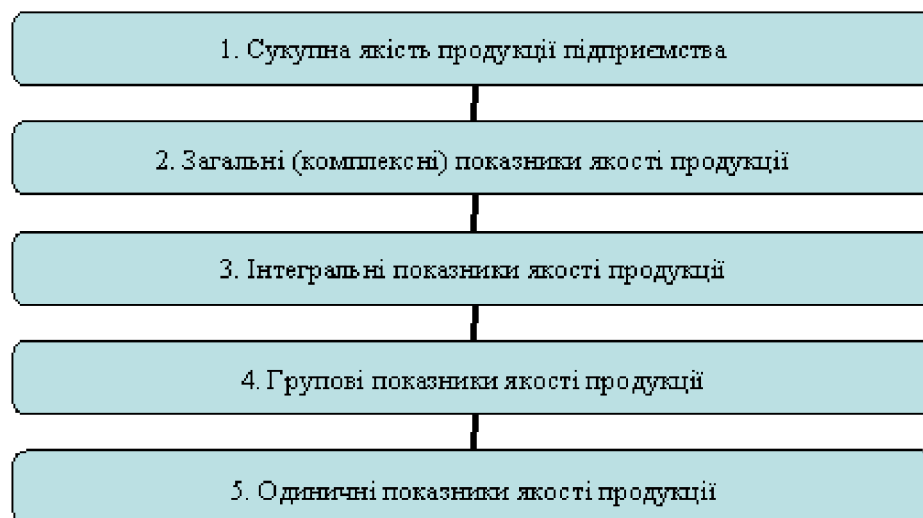


Рис. 1. Ієрархічна схема показників якості продукції підприємства

Як вже зазначалось, конкурентоспроможність підприємства визначається насамперед рівнем якості товару, що випускається. Тому для створення й випуску конкурентоспроможного товару на підприємстві необхідно забезпечити належний рівень якості продукції та виробництва в цілому.

Поточне управління якістю на підприємстві – це динамічна система, яка повинна враховувати дію різних факторів, що впливають на формування кінцевої якості продукції. Деякі з цих факторів наведені на рис.2 [7].

Чинники, що впливають на формування якості, є основою систематичного вдосконалення системи організації виробництва, яка органічно поєднує в собі підсистеми забезпечення та контролю якості продукції, що випускається. Для забезпечення якості продукції необхідно керуватися перевіреним практикою багатьох підприємств основним принципом: *робити якісно – завжди вигідніше*. Відомий у світі фахівець з питань якості Каору Ісікава підкреслює: «Не слід економити на якості, оскільки якість сама є економією».

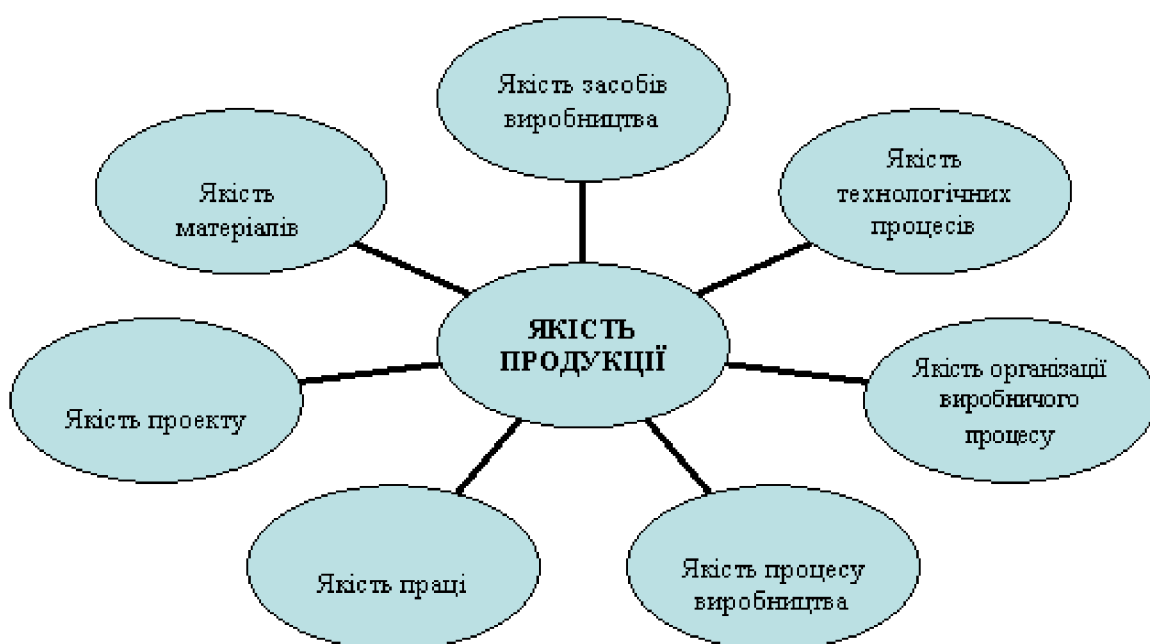


Рис. 2. Фактори, що впливають на якість кінцевої продукції

Якість продукції визначається тим її вирішальним значенням, яке вона має для споживача та її виробника: якість та ефективність виробництва перебувають у прямій залежності і доповнюють одна одну; якість є основою скорочення витрат і виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції; з позиції споживача якість виробу визначає ступінь задоволення потреб, на які повинен

своєчасно орієнтуватися його виробник [8].

Для того, щоб успішно керувати підприємством і забезпечувати її функціонування, необхідно спрямовувати та контролювати її діяльність систематично і відкрито. Успіху можна досягти завдяки впровадженню та актуалізуванню певної системи управління, розробленої для постійного поліпшення показників діяльності, з врахуванням потреб усіх зацікавлених сторін. Управління підприємством охоплює управління якістю поряд з іншими аспектами управління.

Підсумовуючи все вище сказане, можна рекомендувати основні принципи управління якістю, які будуть сприяти поліпшенню показників діяльності підприємства: орієнтація на замовника (підприємство залежить від замовників і тому повинні розуміти поточні та майбутні потреби, виконувати їх вимоги та прагнути до перевищення їхніх очікувань); взаємовигідні стосунки з постачальниками матеріалів (підприємство та її постачальники є взаємозалежними, і взаємовигідні стосунки підвищують спроможність обох сторін створювати цінності); процесний підхід (бажаного результату досягають ефективніше, якщо діяльністю та пов'язаними з нею ресурсами керують як процесом).

Висновки.

1. Сучасна ринкова економіка висуває високі вимоги до якості продукції, рівень якої багато в чому визначає конкурентоздатність підприємства та його позиції на ринку в умовах жорсткої боротьби за споживача.

2. Якість та конкурентоспроможність – два неподільних параметри, які формуються синхронно упродовж всього життєвого циклу продукції шляхом управління її якістю й конкурентоспроможністю.

3. Зміст якості продукції розкривається через систему одиничних, комплексних та інтегральних показників, які визначають рівень відповідності продукції, що випускається.

4. Для того, щоб продукція відповідала вимогам ринку і в певний період часу була конкурентоспроможною, підприємство-виробник повинно впровадити і підтримувати на відповідному рівні систему якості, яка забезпечує контроль всіх чинників, що впливають на якість продукції та послуг.

5. Важливо вибрати та побудувати систему якості таким чином, щоб одночасно задовольняти потреби споживачів та захищати власні інтереси, тобто вдала структура управління якістю на підприємстві дає змогу знизити витрати,

збільшити власний прибуток при постійному підвищенні якості продукції, що випускається.

Список літератури

1. Швайка Л.А. Фактори якості та конкурентоспроможності продукції поліграфічних підприємств / Л.А.Швайка // Наукові записки УАД. – 2000. – №. 2. – С. 114-116.
2. Никольская Э.В. Анализ хозяйственной деятельности полиграфических предприятий / Э.В. Никольская, Е.М. Мерзликина, Г.Д. Прилепская. – М.: Книга, 1990. – 319 с.
3. Богомолова В.А. Оценка конкурентоспособности полиграфических предприятий / В.А. Богомолова, Э.В. Никольская, О.Г. Исаева // Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2002. - № 4. С. 12-18.
4. Кондрашова В.К. Экономика полиграфического предприятия: Учебник для вузов / В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева. – М.: Изд-во МГУП, 2000. – 320 с.: ил.
5. Гавенко С. Системний аналіз та методи керування якістю книжково-журнальної продукції / С. Гавенко, І. Корнілов, В. Ничка. – Ужгород, 1996. - 76 с.
6. Єгупов Ю.А. Організація виробництва на промисловому підприємстві. Навчальний посібник / Ю.А. Єгупов. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
7. Організація виробництва: Навч. посіб. / В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганов. – К.: Лібра, 2003. – 336 с.
8. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник / В.Г. Васильков. – К.: КНЕУ, 2003. - 524 с.