

**ЯКІСТЬ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА
НА РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПОСЛУГ**

© **О. М. Барзилович**, ст. викладач, **В. В. Одінцова**,
НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Рассматриваются подходы к определению качества как конкурентного преимущества для предприятий на рынке полиграфических услуг. Объектом исследования обязательных этапов контроля качества является ООО «Новий друк».

There are considered determinations of the term «quality», as a competitive advantage for the printing and publishing industry. The object of the research of the main necessary stages of quality control is OC «Novuj druk».

Постановка проблеми

Мінливість зовнішнього середовища, тиск конкурентів, проблема виживання та наступний інтенсивний розвиток підприємств зумовлює пошук найбільш ефективних важелів на ринку. Вирішальним чинником залишається якість продукції, робіт та послуг. У перспективі у виграшному становищі опиняються ті підприємства, які можуть забезпечити не тільки найвищу продуктивність праці, завантаженість потужностей, а й високу якість, споживчу вартість та конкурентоспроможність продукції. Дані елементи безпосередньо пов'язані між собою: корисність продукції відображає її споживчу вартість, і є одним із основних факторів, що формують перший рівень системи показників конкурентоспроможності. Якість продукції зумовлює формування попиту споживачів на 80 %, а не достатній її рівень — негативні економічні та соціальні наслідки (втрати матеріальних і трудових

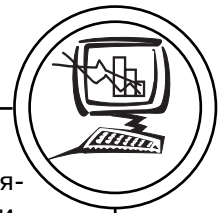
ресурсів, затрачених на виготовлення/збереження/недоброякісної продукції; не завантаженість потужностей внаслідок браку замовлень, а отже втрати частини ринку).

Мета роботи

Якість поліграфічної продукції є однією з ключових конкурентних переваг для замовників та рекламодавців; ціллю досягнення більшості передових друкарень. Відповідно, питання якості як для видавничих, так і для поліграфічних організацій залишається актуальним. Доцільним є розмежування широкого поняття «якість» з точки зору конкурентної переваги для замовників друкованої продукції та друкарень, виявлення шляхів досягнення та контролю для останніх.

Аналіз попередніх досліджень

Міжнародний стандарт ISO:8402-94 містить строки що-



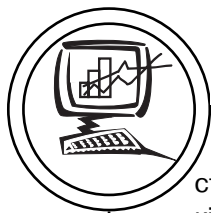
до якості, пояснює їх сутність і те, як вони застосовуються в стандартах ISO:9000 «Системи якості». Якість — це сукупність характеристик об'єкту, щодо його спроможності задовольняти встановлені і передбачувані потреби. Відповідно до держстандарту управління якістю продукції — це взаємопов'язаний комплекс заходів для встановлення, забезпечення і підтримання необхідного рівня якості продукції, при її розробці, виробництві, експлуатації, або споживанні, здійснюваних шляхом систематичного контролю якості і цілеспрямованого впливу на умови і фактори, що впливають на якість продукції. У свою чергу, автори не відхиляються від даних визначень.

Результати проведеного дослідження

Фактично у поняття «якість поліграфічної продукції» ті чи інші організації, які мають безпосереднє відношення до видавничої сфери вкладають різний зміст. З точки зору клієнта поліграфічного підприємства різниця у його ставленні полягає у ступені необхідності та «достатньої якості» свого замовлення, оптимального балансу ціни та очікуваного результату, що залежить від функціонального призначення виробу. Поява широкого спектру технологій та матеріалів, загроза зі сторони електронної книги та аудіо версії стали рушійною силою загострення конкуренції. У відповідних умовах якісне поліграфічне виконання виявилось ваговою конкурентною перевагою як для

неперіодичної літератури (дитяча література, подарункові видання, презентаційна література), так і для періодичних видань вищого класу, зокрема унікальні характеристики, що супроводжуються поліграфічним оздобленням — випуск журналу LQ з 3D обкладинкою. Проте потрібно зважити, що якість підкріплюється вагомими коштами (більше 50 % ціни складає поліграфічне оформлення). У такому аспекті видавництва намагаються перетворити відсутність певного рівня якості у своєрідну конкурентну перевагу — зменшуючи собівартість продукції. Цей шлях виправдовує себе коли це не є література представницького класу, а спрямована на сектор споживачів пріоритетним для яких залишається ціна, а не поліграфічне виконання (розважальна підліткова література). У тому числі на рівні зі зменшенням тиражності видань можливим є маніпулювання якістю задля покриття збитків, спричинених структурними змінами на ринку реклами. Як результат, кожна стратегія замовників поліграфічних послуг, відносно якості, змушує продукцію працювати на цілі організації.

Поліграфічні підприємства розглядають якість як відповідність вимог замовника, звісно орієнтуючись на внутрішні нормативи та рекомендації (за умови відсутності акредитації по стандарту ISO 9000). Конкуренція на ринку поліграфічних послуг є досить високою і зумовлюється виправданням суперечливо-



сті головного бажання замовників «висока якість = низька ціна». Забезпечення якості на поліграфічному підприємстві визначається внутрішніми факторами: технічними та організаційними (безперервне управління якістю, контроль матеріалів, виявлення/запобігання/усунення браку). Впровадження та дотримання цих факторів потребує значних капіталовкладень, що формує «посередніх гравців» та лідерів ринку.

Прикладом гарантованої якості та постійної клієнтної бази є лідер українського ринку ТОВ «Новий друк». Підприємство постійно оновлює парк поліграфічного устаткування (2008 рік — гібридна машина GOSS, маючи на меті зайняти лідируюче позицію у випуску газетної продукції), вбачаючи у цьому провідний шлях успіху, спрямовуючи основну частку інвестицій у цьому напрямку.

Розглянемо основні етапи виготовлення газетної продукції, устаткування, контрольньо-вимірвальне обладнання та кінцеву оцінку якості, які супроводжують технологічний процес та контроль якості на даному підприємстві.

1. Додрукарський етап (на 90 % впливає на якість друку). Перевірка готових макетів на відповідність регламентованим вимогам. Кольоропроба. Вивід фотоформ здійснюється системою Puruf-Eskofot Magnum Imagemaker, який конструктивно виконаний по схемі із внутріш-

нім барабаном, що дозволяє досягти якості експонування та високої точності. Перевагою виводу офсетних пластин за допомогою СТР Lotem-800 Quantum є перехід до стохастичних растрів. Зокрема для рулонного друку використовують Staccato 36, серед переваг даної технології є відсутність муару, менші витрати фарби, розширений кольоровий спектр. Висока якість друкованої продукції можлива при умові оперативного контролю формних процесів. Остаточна перевірка здійснюється фахівцями на монтажному столі із контролем адекватності принтерних роздруківок, присутній денситометричний контроль. Оцінка якості та комплектності друкарських форм забезпечується візуально (також за допомогою лупи).

2. Друкарські процеси. Якість продукції безпосередньо залежить від задрукованого матеріалу — офсетного паперу — що обирається відповідно до вимог замовлення та стандартів, акліматизаційного терміну та справності приладжування рулонної машини. У даному випадку устаткування представлено новітнім зразком — GOSS COMMUNITY, яке розраховане на друк газетно-журнально-книжкової продукції. Після друку тиражу технолог здійснює візуальний контроль стабільності кольоропередачі або за допомогою денситометра та наявності браку офсетного друку ме-



тодом вибіркової перевірки. Система вибіркового контролю встановлюється робітником залежно від його навичок, умов та накладу. На даному підприємстві, величина браку не перевищує норми 3–5 %, і зазвичай залежить від людського фактору. Достовірність контролю якості залежить від кваліфікації технолога та підпорядкованих йому працівників, особистих нерегулярних факторів, які не піддаються контролю.

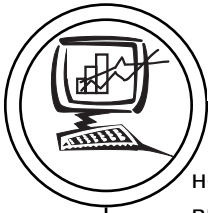
3. Післядрукарська обробка. З метою контролю готової продукції, та попередження розбіжностей переконань з замовником є доцільним статистичний контроль готової продукції, який на підприємстві є в менших межах за наступні стандартні показники: для отримання 100 % гарантії якості 1000 примірників необхідно перевірити 150 з них, відповідно для 97 % — 85 примірників, для 95 % — 30 примірників. Процес «прийняття» продукції та оцінки якості її кінцевої обробки здійснюється замовником, який відбувається по типовій схемі — візуальному контролю, який, як правило, виключає використання чітких критеріїв та базується на уявленнях клієнта, визначення браку по принципу «подобається — не подобається», у межах прописаних у договорі норм.

Встановлення відповідності продукції та процесів вимогам нормативно-технічної документації, зразкам-еталонам; інфор-

мація про перебіг виробничого процесу та підтримання його стабільності; захист підприємства від постачань недоброякісних матеріалів, енергоносіїв тощо; виявлення дефектної продукції на ранніх етапах; запобігання випуску недоброякісної продукції є необхідними елементами системи управління якістю на підприємстві, увага до якої незмінно зростає.

Висновок

Якість, як споживча вартість, залишається пріоритетною конкурентною перевагою, планкою, яку ставлять видавничі та поліграфічні підприємства. Високу якість друкованої продукції формує повноцінне змістове наповнення, доречний формат, професіональне художнє та поліграфічне оформлення. Балансування між якістю та остаточною собівартістю змушує поступатися певними нормами, тому для видавничих організацій неофіційно поширеним є поняття «достатня якість». У свою чергу поліграфічні підприємства шукають оптимальні шляхи задоволення потреб замовників, щодо якості/ціни/оперативності, шляхом контролю якості виробничого процесу та впровадженням інновацій. Відповідно питання організації якості у поліграфії є проявом ініціативи керівництва, задля підвищення конкурентоспроможності видань та виходу на іноземного замовника. Підсилена робота над покращенням якості незмін-



но призводить до збільшення витрат, проте це відбувається на першому етапі. Як наслідок, високий рівень якості дозволяє добитися економії, внаслідок скорочення браку, втрат часу та засобів на його виправлення,

зниження часу та кількості простоїв; підвищити рентабельність продукції; вийти на новий сегмент ринку; підвищити репутацію та ступінь довіри — отримати необхідну конкурентну перевагу.

1. Організація виробництва : [навчальний посібник] / В. О. Оніщенко, О. В. Редкін, А. С. Старовірець, В. Я. Чевганова. — К. : Лібра, 2003. — 336 с.
2. Єгупов Ю. А. Організація виробництва на промисловому підприємстві : [навчальний посібник] / Єгупов Ю. А. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 448 с.
3. Лихачев В. В. Стандартизація, метрологія и сертификация : [учебное пособие] / Лихачев В. В. — Москва : МГУП, 2003. — 171 с.
4. Електронний ресурс. — Режим доступу : <http://kdkinst.wordpress.com>.
5. Електронний ресурс. — Режим доступу : <http://ndruk.kiev.ua>.
6. Електронний ресурс. — Режим доступу : <http://www.mediaproject.su>.
7. Огар Є. І. Дитяча книга : проблеми видавничої підготовки : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. заклад.] / Огар Є. І. — Л. : АЗ-Арт, 2003. — 160 с.

Рецензент — З. В. Григорова,
к.е.н., доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 29.11.10