

Анализ конкурентоспособности мастерской по ремонту обуви показал, что предприятие имеет достаточно высокий уровень конкурентоспособности, обусловленный стойкими внешними преимуществами по таким критериям, как ассортимент оказываемых услуг, месторасположение, режим работы, приемлемые цены на услуги. Сильный урон конкурентной позиции предприятия, а, следовательно, конкурентоспособности, наносят скудный интерьер, не очень удобный вход в помещение, конструкция здания, недостаточная подготовка персонала в плане хорошего тона поведения. Устранение отмеченных слабых сторон предусматривает разработку конкурентной стратегии, которая гарантирует рост конкурентоспособности и обеспечит ей перемещение из нынешней конкурентной позиции в более сильную сторону.

Список использованных источников

- 1 Скосарева О.В., Щербакова Н.В., Алёхина Е.С. Снижение отрицательного влияния сезонности на деятельность предприятий сервиса по ремонту обуви. / Техническое регулирование: базовая основа качества товаров и услуг: Международный сборник научных трудов. – Шахты, ГОУ ВПО ЮРГУЭС, 2012.

УДК 658.562:005.6:[685.341.83]

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИ КОНТРОЛЕ КАЧЕСТВА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

М.С. Петренко, аспирант, Н.Г. Никуличева, к.т.н., доцент

*ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»,
г. Шахты, Российская Федерация*

Переход к рыночной экономике, вступление в ВТО поставили обувные предприятия России перед необходимостью работать по законам и требованиям рынка, приспособлявая все стороны своей производственно-хозяйственной деятельности к меняющейся ситуации и запросам потребителей, соревнуясь при этом с конкурентами. Поэтому в условиях насыщенности рынка обувными товарами вопросы обеспечения высокого качества обуви приобретают первостепенное значение. В решении данной проблемы важное место занимают статистические методы контроля и управления качеством.

Статистические методы контроля качества используются в качестве инструмента обеспечения уверенности в том, что производимая продукция обладает требуемым качеством. При правильном внедрении статистических методов предприятия получают возможность постоянного системного подхода к анализу процессов и выработке управленческих решений, направленных на повышение качества продукции.

Обувное производство является многономенклатурным, ориентированным на быструю смену ассортимента и массовое потребление. Обострение конкуренции на национальном и международном уровнях заставило многие предприятия по производству обуви обратиться к статистическим методам.

Статистические методы являются основой для эффективного распознавания проблем и их анализа. Основной их задачей является обеспечение производства пригодной к употреблению продукции и оказание полезных услуг с наименьшими затратами.

Для решения проблем, связанных с качеством продукции, широко применяются семь традиционных методов («инструментов» качества), а именно: диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, контрольные карты, гистограммы, метод расслоения, графики, диаграмма разброса. Большинство из названных методов используются для анализа численных данных, что соответствует требованию TQM: опираться в принятии решений только на факты. Однако факты не всегда бывают численными по своей природе, и для

принятия решения в этом случае необходимо знание поведенческой науки, операционного анализа, теории оптимизации и статистики. Поэтому «Союз Японских Ученых и Инженеров» на базе этих наук разработал очень мощный и полезный набор инструментов, позволяющих облегчить задачу управления качеством при анализе различного рода факторов.

Эти инструменты получили название семи инструментов управления качеством или «семи новых инструментов контроля качества». Наиболее часто они находят применение при решении проблем, возникающих на этапе проектирования, в отличие от других инструментов, находящихся наиболее частое применение на этапе производства. Эти новые инструменты особенно подходят для совершенствования качества путем улучшения процесса проектирования продукта или услуги и включают следующие: диаграмма средства; диаграмма связей; древовидная диаграмма; матричная диаграмма; стрелочная диаграмма; диаграмма процесса осуществления программы; матрица приоритетов.

Для иллюстрации эффективности и необходимости применения новых инструментов контроля качества обуви нами была определена проблема — «низкая удовлетворенность потребителей качеством женской модельной обуви». Для выявления причин появления названной проблемы была построена диаграмма связей.

Диаграмма связей (граф взаимозависимости) — инструмент, позволяющий выявить логические связи между основной идеей, проблемой или различными данными. Цель метода: выявление связей между причинами возникновения проблемы и выбор приоритетов для приложения усилий в те области, которые принесут наибольшую отдачу в решение проблемы.

Берётся центральная идея, вопрос или проблема и определяются звенья, которые связывают отдельные факторы, имеющие отношение к вопросу или проблеме. Таким образом, диаграмму связей можно построить на тех идеях, которые появляются при построении диаграммы средства, стараясь найти те звенья, которые ведут к критическому результату. Используемые в диаграмме связей данные могут быть получены (сгенерированы) с применением диаграммы средства и «мозговой атаки».

Проведя анкетирование, выявили причины, создающие проблему «низкая удовлетворенность потребителей качеством женской модельной обуви», и разбили их на 5 групп — «оборудование», «материалы», «персонал», «технология», «техническая база».

С помощью диаграммы средства определили, что одним из главных факторов, влияющих на качество женской модельной обуви, по мнению респондентов, является группа причин, называемая «Материалы». На рисунке 1 показана Диаграмма связей, отражающая результаты анализа такой проблемы, как использование обувных материалов низкого качества.

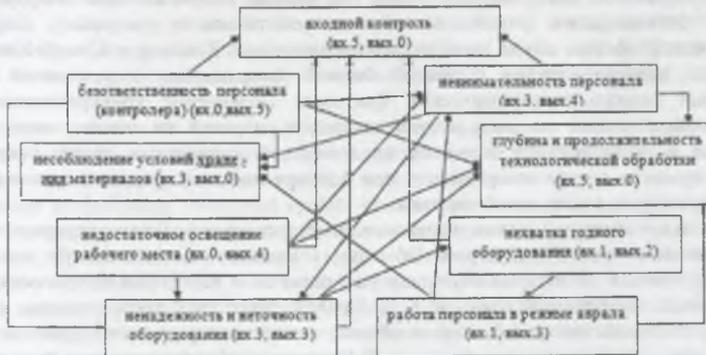


Рисунок 1 Диаграмма связей (граф взаимозависимости)

В зависимости от количества стрелок, идущих в каждом направлении, фактор может играть одну из двух ролей – драйвера (больше стрелок направлено от фактора, чем к нему) или индикатора (большинство стрелок направлено к фактору).

Индикаторами в данной диаграмме являются такие процессы, как: входной контроль и глубина (продолжительность) технологической обработки. Так как от факторов «безответственность» и «невнимательность персонала» исходит большее количество стрелок, то данные процессы являются драйверами. Индикаторы отражают работу драйверов, то есть на качество входного контроля и глубину (продолжительность) технологической обработки влияют такие факторы, как: используемое оборудование, его состояние, квалификация персонала и добросовестность выполнения работы.

В соответствии с полученной диаграммой, предприятиям, для решения поставленной проблемы, рекомендуется внедрять систему подготовки и переподготовки персонала, применять конкурсную основу приема на работу и уделять особое внимание правильности использования оборудования.

Процедура создания диаграммы связей позволяет членам команды предприятия выйти за рамки привычного мышления и способствует реализации творческого потенциала команды, что подтверждает эффективность применения новых инструментов контроля качества обуви.

УДК 334.764.47:685.34(470)

АКТУАЛЬНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ОБУВНОГО КЛАСТЕРА В ЮФО И СКФО

*В.Т. Прохоров, д.т.н., профессор, Е.В. Компанченко, инженер,
А.В. Власов, магистр, Д.В. Рева, магистр*

**ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»,
г. Шахты, Российская Федерация**

Переход к рыночной экономике и связанные с ним коренные изменения хозяйственных отношений, неизбежно ставят отечественные обувные предприятия перед необходимостью работать по-новому, по законам и требованиям рынка, приспосабливая все стороны своей производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности к меняющейся рыночной ситуации и запросам потребителей, соревнуясь при этом с конкурентами. Выданных условиях для обувных предприятий актуальны проблемы формирования конкурентоспособного ассортимента обуви на основе маркетинговой информации и изучения региональных особенностей потребительского спроса. Управление конкурентоспособностью обуви на обувных предприятиях Южного и Северо-Кавказского федеральных округов связано с частой сменой ассортимента и усилением влияния региональных социально-экономических факторов. Повышение конкурентоспособности обуви возможно только за счет разработки новых моделей на основе маркетинговой информации и углубленного изучения предпочтений конкретных групп покупателей, ускорения процесса смены ассортимента при одновременном сохранении или повышении эффективности производственной системы.

Надо сказать, что на ростовском рынке уже появились производители, которые стремятся жить по законам модной индустрии. Об этом, к примеру, свидетельствует их желание дифференцироваться. Некоторые обувщики уже делают свои коллекции на классику, бизнес-стиль, клубный, спортивный стиль и т. д. Правда, некоторые формулировки, например "летние туфли с классическим бизнес-дизайном", слегка настораживают, однако и они уже свидетельствуют о мыслительном процессе. В Ростовской области уже несколько лет бурно развивается производство мужской обуви. Фабрик и обувных цехов уже больше тысячи.