

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHII (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2018 Issue: 03 Volume: 59

Published: 13.03.2018 <http://T-Science.org>

SECTION 33. Advertising technologies. Creative. Innovations.

Dmitry Olegovich Bordukh

bachelor, Department of "Design, technology, and design"
Institute of Entrepreneurship and
Service sector (branch) DSTU, g. Shakhty

Vladimir Timofeevich Prokhorov

bachelor, Department of "Design, technology, and design"
Institute of Entrepreneurship and
Service sector (branch) DSTU, g. Shakhty

Yury Dmitrievich Mishin

Siberian state University of means of communication
(Novosibirsk, Russia)

Pavel Mikhailovich Postnikov

Siberian state University of means of communication
(Novosibirsk, Russia)

Stanislav Matveyevich Zverev

JSC "Roslegprom" in city Moscow

Natalia Vasilievna Tikhonov

"Construction of clothes and shoes" Kazan National
Research Technological University (Kazan, Republic of
Tatarstan, Russia)

ABOUT FEATURES OF FORMING IN THE REGIONS OF SFD AND NCFD PRODUCTION OF IMPORT-SUBSTITUTING PRODUCTS

Abstract: The article examines the role of the leader of the enterprise team to ensure their effective activity in the production of import-substituting products. The authors identified a list of competencies that must possess the leader, the head of the staff of the enterprise to be able to successfully perform the formulated objectives and tasks in order to provide this to the company and successful execution of production to consumers demand products and be able to answer for failure to perform obligations only in such a Union possible guarantee of successful activity of enterprises of light industry of the regions of the SFD and skfo about filling markets demanded and competitive products.

Key words: leader, competence, responsibility, harmony, demand, import substitution, personality, quality, professionalism, criteria and quality assessment, consumers, producers, independence, dedication, independence, profitability.

Language: Russian

Citation: Bordukh DO, Prokhorov VT, Mishin YD, Postnikov PM, Zverev SM, Tikhonov NV (2018) ABOUT FEATURES OF FORMING IN THE REGIONS OF SFD AND NCFD PRODUCTION OF IMPORT-SUBSTITUTING PRODUCTS. ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (59): 62-77.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-59-10> **Doi:** <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.03.59.10>

UDC 685.34:335.74

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФОРМИРОВАНИЯ В РЕГИОНАХ В ЮФО И СКФО ПРОИЗВОДСТВО ИМПОРТОЗАМЕЩАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: в статье исследуется роль лидера коллектива предприятия для обеспечения им своей эффективное деятельности по производству импортозамещаемой продукции. Авторы обозначили перечень всех компетенций, которыми должен владеть лидер руководитель коллектива предприятия, чтобы быть способным успешно исполнять сформулированные перед ним цели и задачи, чтобы обеспечить этому самому предприятию и успешное исполнение о производстве для потребителей востребованной продукции и быть способным отвечать за неисполнение взятых на себя обязательств, только в таком союзе возможна гарантия успешной деятельности предприятия легкой промышленности регионов ЮФО и СКФО о наполнении рынков востребованной и конкурентоспособной продукцией.



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	РИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

Ключевые слова: лидер, компетенции, ответственность, гармоничность, востребованность, импортозамещение, личность, качество, профессионализм, критерии и оценки качества, потребители, производители, независимость, самоотдача, самостоятельность, рентабельность.

Введение

XXI век обострил научный, философский и практический интерес к конкуренции за счет совершенствования качества изготавливаемой продукции. Масштабы, содержание, формы и значение конкуренции поставили её в ряд глобальных проблем развития человечества с одним важным уточнением: от достижений в конкурентной борьбе выигрывает не столько само человечество, сколько отдельно взятые субъекты человеческой деятельности, начиная с личности исполнителя и руководителя предприятия, и до тех государств, в чьих интересах они работают. Поэтому, организация эффективного участия в конкуренции должна рассматриваться как ведущий показатель профессиональной компетентности, духовной зрелости и политической сознательности, имея в виду, естественно, политику экономическую.

Мы все желаем себе и ближнему успешности в жизни, и ассоциируется это у нас со счастьем. Объясняем такое состояние чаще – внешними факторами: везением, удачей, поддержкой. Реже – внутренними - личными качествами.

Судя по интересу к разного рода тестированию, экспертным оценкам, вопрос в общем случае остается открытым: что же определяет жизненный успех? [1]

Основная часть

Часто подсознательно мы чувствуем свою неэффективность, но, не понимая истоков, реагируем на это по-разному: одни с ещё большим остервенением набрасываются на опостылевшую работу, другие не с меньшим усердием начинают конфликтовать с окружающими, обвиняя их в своих неудачах. Успех, обычно связывают с тем, что, чем ты больше производишь, чем больше делаешь, тем выше твоя эффективность, твой успех. Их очень часто путают (и порой даже сознательно) с результативностью, забывая или не зная то, что эффективным будет любой результат, если его не соизмерять с затратами.

Производство мысли и вещи, при позитивном взаимодействии человека с миром, подчиняется общему закону Природы: существование возможно лишь при условии: приход энергии должен быть больше её расхода. Истинная эффективность есть функция двух составляющих её элементов: достигнутого результата (Р), а так же ресурсов и средств (РС), позволяющих его получить: вспомним басню о крестьянине и гусыне, несущей золотые яйца.... Эффективность заключается в балансе её

составляющих, т. е. « $P / PC = MEPA$ ». Действительно, если принять такую модель поведения, которая сосредоточивается только на золотых яйцах и пренебрегает гусыней, то вскоре останешься без ресурсов, производящих эти золотые яйца. С другой стороны, если заботиться только о гусыне, забыв про золотые яйца, то скоро не сможешь прокормить себя и гусыню. [2]

Итак, Эффективность деятельности заключается в соразмерности результата с ресурсами и средствами: « $P / PC = MEPA$ ».

Ресурсом предприимчивого человека является весь окружающий мир, но в первую очередь он сам.

Личные ресурсы человека в его разуме и характере, в умениях и навыках взаимодействия с миром.

Есть правило Парето: 20/80. Если попытаться использовать его в нашем случае, то получится следующее. Применительно к отдельному человеку это: 20% действий и мыслей дают 80% позитивного результата. Поражает упорство, с которым человек, десятилетиями имеет неудовлетворенный результатом, повторяет однообразные действия, но при этом у него ни разу не возникает мысль: «а я ведь делаю что-то не так!? Или – что-то не то!?!» Очень легко человек привыкает выполнять тупую, тяжёлую физическую или однообразную интеллектуальную работу и очень трудно ему посмотреть на себя глазами исследователя, глазами Мастера.

Говорят: «изменяют человека – ситуации», но только Мастер в них глубоко переживает происходящее, является их активным участником. Ситуация для Мастера наполнена не только новизной, но и смыслом, в ней он находит отличия, изменения, точки роста. Он в ней видит свою цель. Проблема вызывает в нем чувство соперничества, чувство готовности и мобилизует все его силы, которые при таком настрое только множатся с каждым положительным решением. Мы на ошибках учимся, а у него и ошибок то нет, есть только опыт, позитивный опыт.

Именно Мастера составляют те 20% людей, на долю которых приходится 80% успеха. И поэтому наша вечная проблема имеет вид дилеммы: либо ты становишься Мастером, либо всю жизнь гоняешься в «коллективе» восьмидесятипроцентной толпы за призраком двадцати процентного успеха. И оправданно звучит вопрос, а станем ли мы хозяином своей судьбы с внутренним ресурсом Мастера?

Вырабатываемые стратегии и линии поведения могут оцениваться как продуктивные

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	РИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

или непродуктивные, в зависимости от их соответствия ситуации: вспомним сказку о дураке, о мужике и гусыне, несущей золотые яйца.

Технический термин для стилей мышления – режимы запроса. Режимы запроса представляют собой базовый набор целенаправленных методов составления картины мира. Они строятся на ранее приобретенных предпочтениях, усвоенных ценностях и взглядах на мир – концепциях мира и характера реальности, которые соотносятся с картой как система ориентиров, используемых при передвижении.

Чтобы добиться успеха в обучении, достаточно просто начать работать с материалом, попробовать без каких-либо предубеждений, закреплять его усвоение соответствующими упражнениями.

В любом «мастерском» умении или действии мы можем обнаружить определенную «стратегию». Его стратегия Мастера включает в себя ряд мыслей и действий, неуклонно ведущих к успеху.

Заветные цели служат мерилем успеха. Выбор и достижение цели (к их числу можно отнести мечты, надежды, желания и конкретные задачи) можно считать важнейшими составляющими человеческого опыта. Помимо чувства удовлетворения от достигнутого успеха, правильный выбор цели может буквально изменить нашу жизнь. Обычно желаемого достигают, благодаря личным качествам. Именно личности превращают четкие цели в мотивацию, уверенность в своих силах, настойчивость и прочие человеческие качества, неуклонно ведущие к успеху. Одним из таких качеств несомненно считается честолюбие.

Деятельность воображения и развитие воли, несомненно, приносят намного больше пользы, чем сверхурочная работа.

У поведения есть цель, поскольку оно должно привести к тому или иному результату, а мы истолковываем свои действия как нацеленные на определенный исход. Мы сами придаём им значение, хотя иногда это делаем лишь после, «задним числом».

Даже в тех случаях, когда мы действуем, не осознавая, всё равно у нас есть основополагающее побуждение - не сформулированная цель.

Сознательное и точное формулирование собственных целей, то есть «хорошо очерченный результат», повышает шансы превращения наших

желаний в соответствующие действия на пути к успеху.[3]

Разберём это в контексте общего движения к совершенству, а именно:

1. Решите, чего вы хотите (сформулируйте и поставьте перед собою цель).
2. Сделайте что-нибудь.
3. Посмотрите, что получится.
4. Если понадобится – меняйте подход, пока не добьетесь желаемого.

Ставить верные цели – это значит - уметь «правильно сформулировать результат».

Основными принципами формирования и выбора своих целей, являются:

1. Выбор таких целей, которые заслуживают их достижения.
2. Выбор такой цели, которую сможете достичь своими силами.
3. Формулируй свою цель в утвердительных терминах.
4. Выражай свою цель точно, в сенсорных категориях.
5. Соотноси свою цель с ситуацией.
6. Трезво оценивай последствия достижения своей цели.

Возможно, мы начали понимать, что если мы хотим что-либо изменить, то начинать изменение надо с себя. И для того, чтобы изменить себя эффективно, мы, прежде всего, должны поменять свое восприятие.

Наши личные ресурсы и средства (РС) можно описать, используя четыре измерения человеческой природы: физическое - волевое, духовное, интеллектуальное и социально-эмоциональное:

Физическое - волевое: физические упражнения, питание, управление стрессовыми ситуациями

интеллектуальное: воображение, чтение, планирование, письмо

социально-эмоциональное: внутренняя безопасность, сопереживание, служение, синергия,

духовное измерение: прояснение ценностей, приверженность им, учеба и медитация

Эффективные навыки – хорошо усвоенные принципы и модели поведения. Чтобы что-то в своей жизни превратить в навык, необходимы три компонента: знание, умение, желание.

Знание – это теоретическая парадигма, определяющая что делать и зачем. Умение определяет как делать. А желание - это мотивация – хочу делать (рис. 1)

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	РИНЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

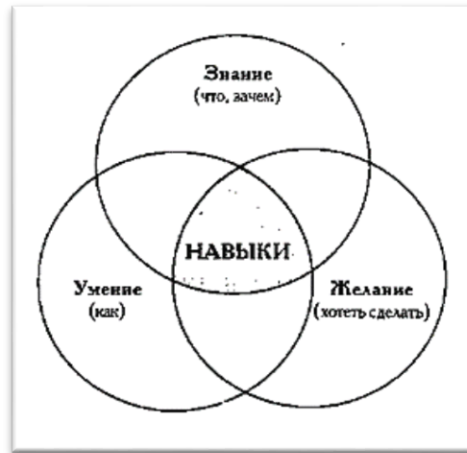


Рис. 1 Характеристика эффективных навыков: знание, умение, желание.

Если однажды мы повелим, что отныне наше поведение зависит от наших решений, а не от окружающих условий, то самый первый навык, необходимый при начавшемся саморазвитии личности – это проактивность. Под проактивностью надо понимать, осмыслив её как факт, что, иницируя происходящее, подчиняя чувства нашим ценностям, мы несём ответственность за свои действия и, прежде всего, перед собой. Поведение проактивного человека есть продукт его собственного выбора, он не ищет «виноватых» за свои поступки и за их результаты. В этом случае он себя спрашивает, и в себе ищет ответ.(рис 2)[4]

Стивен Р. Кови полагает, что для достижения личной победы победы над собой, человеку как минимум нужно ещё два навыка ,кроме - «Будь проактивным»(1): это – «Начинай,

представляя конечную цель» (2), и «Сначала делай то, что необходимо делать сначала» (3).Если в значении цели в нашей деятельности мы уже достаточно четко определились, то с третьим навыком надо еще разобраться. В данном случае имеется в виду необходимость управлять своим временем, четко представляя степень важности и срочности тех дел, которые намечаем к исполнению.

Отвлекаясь от отдельных частных аспектов, можно сказать, что основными составляющими любого предприятия являются люди, входящие в данное предприятие, задачи, для решения которых данное предприятие существует, и управление, которое формирует, мобилизует и приводит в движение потенциал предприятия для решения стоящих перед ним задач.

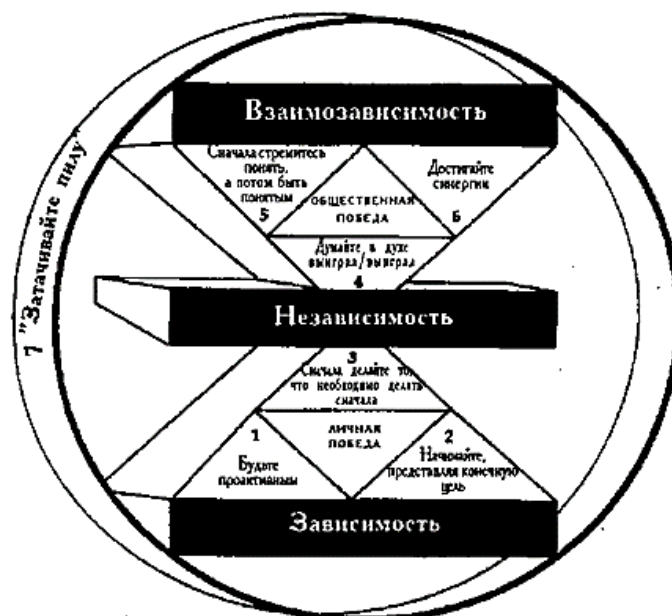


Рис. 2- Матрица управления временем

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

Опираясь на данное понимание основных составляющих предприятия, её можно определить как систематизированное, сознательное объединение действий людей, преследующее достижение определенных целей. В том случае, если существуют устоявшиеся границы предприятия, если определено его место в обществе, предприятие принимает форму общественной ячейки и выступает в виде социального института. Такими предприятиями являются как частные, так и государственные предприятия, государственные учреждения, общественные объединения, учреждения культуры, образования и т.п. Если же предприятие не институцировано, то в данном случае речь идет об организации как процессе. Например, это может быть организация митинга. При таком рассмотрении организации скорее выступает как отдельная функция управления.[5]

Любое предприятие может быть представлено как открытая система, встроенная во внешний мир. На входе предприятия получает ресурсы из внешней среды, на выходе оно отдает ей созданный на предприятии продукт.

Поэтому, жизнедеятельность предприятия состоит из трех основополагающих процессов:

- получение сырья или ресурсов из внешнего окружения;
- изготовление продукта;
- передача продукта во внешнюю среду.

Все эти три процесса являются жизненно важными для предприятия. Ключевая роль в поддержании баланса между этими процессами, а также в мобилизации ресурсов предприятия на его осуществление принадлежит управлению.

Когда мы говорим, что предприятие функционирует, то подразумеваем, что в его рамках люди осуществляют определенные действия, направленные как на взаимодействие с внешней средой, так и на внутриорганизационное взаимодействие. Первый тип взаимодействия — это ролевое функционирование предприятия. Здесь функция выступает в своей социальной интерпретации и является частью той общей роли, которую выполняет любое предприятие в системе общества, т.е. в системе более высокого уровня предприятия.

Особое место в этой борьбе, по другому её не назовешь, занимает настрой самосознания, системообразующим фактором которого является профессиональная культура. Которую надо воспитывать у руководителя предприятия. Если человеческий капитал определяет рост производства, то качество образования закладывает фундамент человеческого капитала. Компетенции эффективны не сами по себе, они имеют силу, когда сформированы в качестве потребностей личности, развитой разносторонне

и в гармонии своих, национальных и общечеловеческих интересов.

Формула гармоничности интересов личности предельно проста. Ее открыл 2500 лет назад Конфуций, и уточнил И. Кант, придав рациональный вид «другой человек не должен быть для тебя средством». Суммируя мысли наших великих предков, скажем: единственным, надежным, действенным средством устойчивого развития всех проявлений человеческой жизни будет достижение взаимозаинтересованного сосуществования людей. Применительно к производству вообще и потребительских товаров, в частности, заключение ещё более упрощается до создания в конкретном производстве технических, экономических и гуманитарных (социокультурных и психологических) условий, нацеленных на качественный, востребованный и доступный продукт. Организация производства разумной может считаться только в том случае, когда она подчинена единственной цели изготавливать востребованную потребителям продукцию. К сожалению, наша современная организация экономики противопоставляет производителя и потребителя, превращая их в противников, вместо того, чтобы стимулировать ,действовать в единой команде.

Где же причины такой аномальности, в чём? Связано ли это с объективными факторами, преодолеть сопротивление чьих сил нам пока не дано, или все-таки тормозящие силы имеют инерционный характер, достались нам в наследство, внедрены в порядке модернизации и мы способны с ними бороться, а не с потребителем на рынке? Каковы же наши резервы?

Ответы на поставленные вопросы надо искать в системном анализе, который требует обращения к научной и философской теории. Не следует бояться напряжения мыслетворчества. Известный натуралист Д. Дан, анализируя вслед за Ч. Дарвиным смысл конкуренции, пришел к выводу, что конкуренция в борьбе за существование не ограничивается большей и лучшей приспособленностью к обстоятельствам, она укрепляет нервную систему и развивает головной мозг. Так что начнем с философской рефлексии.

В экономике и политике известно немало явлений, противоречащих природе и функциям этих сфер общественной жизни. Практическое развитие не всегда совпадает с исторической логикой. История, вопреки её разумной основы, не всегда совпадает с историей осуществления деятельности человека разумного, нередко загоняет рефлексию разума в тупик. В связи с чем возникает проблема, если история социокультурной деятельности «человека



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

разумного» должна быть, как минимум, не менее разумной и логичной, чем индивидуальный разум человека, подверженного случайности несравнимо в большей мере, чем обобществленный разум человечества, то чем же объяснить наличие общественных аномалий, своего рода «косяков»?

Они – исторические тупики, из которых нам надлежит регулярно выбираться, или продукт издержек неразвитости организации общественных отношений и управления, включая сюда ограниченное знание исторических закономерностей. Другими словами говоря, перед нами загадка истории и нам определять, где искать ключи к её решению – в сознании, либо в объективной реальности? На чем именно сосредоточить внимание? У нас нет ответа, который можно было бы аргументировать в достаточной мере. Более того, нам представляется, что правомернее было бы исследование природы этой проблемы осуществлять параллельно – и в общественном бытии, и в общественном сознании.

Разумность истории человеческой деятельности не могла не заложить логически выраженный рисунок, но отсутствие в реальной истории внелогических процессов выглядело бы так, будто сценарий истории был кем – то заранее написан и тот, кто его придумал, продолжает дирижировать ходом исторического движения. Н.Г. Чернышевский сравнил историю с Невским проспектом, проложенным по линейке. Сделал он это, чтобы подчеркнуть, что историческая логичность требует специфического осознания. История сравнима с порядком движения в физическом пространстве бытия, но она располагается в нём нелинейно.

В природе нет прямых линий – они условны и существуют как интервалы-отрезки движения. То же и в развитии общества, оно разумно в меру исторической конкретности. И каждая историческая конкретность несёт в себе, как нечто новое, так и нерешённые или ограниченно решённые проблемы, оставляемые в наследство приходящим на смену поколениям. Историческая логика натывается на несовершенство исторической конкретности и будет лучше понята как последовательность конкретно-исторических разумностей, выстроенных из противоречий разумности человеческой деятельности, по сути относительной логичности той исторической конкретности, что сопровождает историческое восхождение обобществленного человека разумного.[6]

XX век подтвердил идею исторического материализма в его марксистской интерпретации. Развитие общественной жизни опирается на движение материального производства, связующим элементом которого изначально был

человек разумно-деятельный. Человеческая история выросла из труда, но современное состояние труда стало возможным только на этапе homo sapiens, что означает следующее: производство служит базой социального прогресса тогда, когда оно находит своё выражение в человеческой разумности. Чтобы быть действительной силой, производство должно соответствовать потребностям людей, потребности проявляться в мыслях, мысли же захватывают чувства, делаются убеждением.

Совершенствование производства обусловлено превращением науки в непосредственную производительную силу, техническим прогрессом, однако в не меньшей зависимости производительность и качество производящей деятельности зависит от нравственного фактора – отношения человека к труду. В этом свете показательна японская ментальность, выработанная оригинальной экономической политикой, связующей интересы собственников и наемных работников. Её ядром является национальная традиция, уходящая в историю конфуцианства. Конфуций учил: «При управлении государством ... необходимы постоянное внимание к делам и искренность в отношении к людям, умеренность в расходах и любовь к народу. И не менее важно побуждать народ к труду...».

В Японии, Китае и других странах Востока можно найти примеры нравственного расстройств, но они не столько свидетельствуют о социокультурной переориентации в национальном формате, сколько об исторических издержках развития национальной культуры. Там подавляющее большинство населения продолжает прислушиваться к словам и рассуждениям учителей. «Богатство и знатность, объяснял Конфуций, составляют предмет человеческих желаний, но благородный муж ими не пользуется, если они достались незаконным путем...» Как может благородный муж носить столь высокое имя, если он утратил человеколюбие? Благородный муж ни на час не расстается с человеколюбием, оно непременно с ним: и в беде, и в мирской суете».

Для поддержания престижа предприятия в Японии активно используется опорное явление общественной формы жизни – семья, семейные традиции, аккумулирующие силу нравственности. предприятию служит семья. Каждый член семьи, традиционно связанной с историей производства, воспринимает предприятие и свою работу в нём через призму семейной традиции, снимая нагрузку отчуждения труда, неизбежную в условиях эксплуатации. Сама эксплуатация драпируется в форму социального партнерства. Сущностные противоречия буржуазного производства



Impact Factor:

ISRA (India)	= 1.344	SIS (USA)	= 0.912	ICV (Poland)	= 6.630
ISI (Dubai, UAE)	= 0.829	ПИИЦ (Russia)	= 0.207	PIF (India)	= 1.940
GIF (Australia)	= 0.564	ESJI (KZ)	= 4.102	IBI (India)	= 4.260
JIF	= 1.500	SJIF (Morocco)	= 2.031		

остаются, однако изменяется форма их восприятия сознанием. В современной России термин «эксплуатация» не употребляется для характеристики производства, что и не удивляет при наличии существующего практического отношения к национальной культуре, особенно к образованию, официально нацеленному политикой на выработку компетенций, нужных работодателю в первую очередь.

Качество производства и качество продукта производства находятся в зависимости от технических условий – технологии, технических средств, организации производства, профессиональной квалификации организаторов и исполнителей и отношения к труду. Две последних составляющих образуют содержание понятия «субъективный фактор» или «человеческий капитал». Опираясь на достижения научно-технической революции, предприниматели стараются минимизировать соучастие «субъективного фактора» ввиду его волатильности. Не афишируя, «субъективный фактор» относят к условиям неопределенности и риска.

Проблема здесь в том, что все попытки ограничить присутствие в производстве и, главным образом, в его технологической составляющей субъективного фактора, неизбежно ведут к абсолютизации технического компонента. Он становится тотальным средством повышения производительности труда, безопасности производства и рентабельности. Тем самым, управление организацией развития производства делегируется искусственному интеллекту, построенному на законах и правилах формальной логики, выражающей одну из сторон развития - консервативность.[7]

Исходный закон, а, по существу, принцип этой логики – закон тождества. Предмет и субъект, их связь признаются неизменными. Движение сводится к его относительному моменту – покою. Покой подменяет движение и вместе с ним изменение как суть любого движения.

Ч. Дарвин говорил: природа не любит скачков и пояснял, потому что вся из них состоит. Ж. Кювье, напротив, пытался понять изменчивость видов как результат земных катаклизмов. Жизнь природы подсказывает нам, что надо бояться в мышлении логической линейности. Она эффективна, когда что-то актуально довести до совершенства в своем традиционном проявлении. Например, в случае улучшения существующего ассортимента, достижения рационального соотношения покупательских требований к известному привлекательному товару, его качеству и цены. Но всему приходит край, совершенствование не исключение, следовательно, нужно заранее

искать варианты интересного перспективного развития товарного ряда, думать не о том, что в принципе уже есть, улучшать имеющееся, а пытаться фантазировать системно, опережать спрос новациями. По другому сегодня управлять потребностями покупателей нерационально.

Мышление наше в той своей части, которую называют креативной, творческой, достаточно просторно для новаторских действий. Только важно понимать, что за горизонтом известного аристотелевская логика терпит свой эвристический потенциал. Перспективное мышление – это мышление, пытающееся «схватить» направление перемен в товарном производстве. Здесь доминирует возможность в мышлении опережающего отражения действительности – свойство, открытое П.Анохиным. Физиологические основания предвидеть изменения есть, психические предпосылки в виде воли, потребности, эмоций также естественны. Остается искать логические инструменты. Стрелку движения следует перевести с аристотелевской формальной логики на гегелевскую диалектическую, опирающуюся на принцип развития содержания понятий и изменения самих понятий. Представляя особенность диалектической логики, её коренное отличие от логики Аристотеля, Г. Гегель писал: «В рассудочной логике понятие рассматривается обычно как простая форма мышления и, говоря более точно, как общее представление, ... будто понятие как таковое есть нечто мертвое, пустое, абстрактное». И уточнял: «Конечно, понятие следует рассматривать как форму, но как бесконечную, творческую форму».

Совсем не случайно единомышленники К. Маркса отмечали, что основоположник универсального понимания диалектики не оставил наследникам учебника, так как им должна была стать логика анализа движения производства в «Капитале». К. Маркс показал, как логическая ограниченность мышления управляющих производством сводит процесс к управлению капиталом и доводит производство не только до кризиса, провоцируемого перепроизводством, но и до социального – политического напряжения. Развитие политической экономии после К. Маркса было ожидаемо, подчинено исторической реабилитации капитализма. Интеллектуальные и политические силы сконцентрировали на отождествлении совершенства товарного производства с его буржуазной формой организации.

Здесь и пригодились особенности аристотелевской логики, нацеленной на неизменность условий умозаключения. Если товарное производство является единственной универсальной реальностью объективного

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	РИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

исторического процесса в условиях развитого общества, то ему самой историей суждено осуществляться достойно, исключительно в форме буржуазной организации. Таким образом, мышление потребителя, также настроенное в общем виде на формально – логический тип действия, подводят к окончательному выводу: период, предшествующий капитализму, был доисторическим, всего лишь становлением. Истинная история товарного производства творится в буржуазной форме. Объективная реальность воплотилась в абсолютную, то есть внеисторическую форму. Дальнейшая история может быть понята только как восхождение капитализма к высшим и абсолютным достижениям и всемерная защита устойчивости буржуазного строя - оптимального для товарного хозяйства.

Сила логики в способности выстроить внутренне непротиворечивую теорию, но истинность любой теории проверяется не одной её последовательностью. Здесь особую значимость имеет соответствие следствий теории жизненным реалиям. Экономическая теория тестируется в массовом порядке, ибо ее результаты касаются непосредственно всех. Производителями люди могут быть и не быть, а потребляют продукты производства все и все хотят сделать потребление устойчиво качественным и соответствующим их платежной способности.

Начиная с ремесленного труда и цеховой формы его организации, качество товара вытеснило все прочие признаки производства на второй план. Пока разделение труда носило цеховую форму, а внутри цеха каждый производил товар вплоть до конечной товарной формы и полной мерой гарантировал качество своим клеймом, качество производства и качество товара пребывали в единстве существования, а проблема качества товара упрощалась, сводясь к соблюдению технологического стандарта производства. Производство было способом жизнеобеспечения производителя, поэтому актуальность качества товара снималась спецификой его отношения к производству.

На рынке товар был качественным, опасаться следовало только фальсификата, который не имел нынешних масштабов и решительно пресекался как государством, так и саморегулированием торговли. Для массового производства, явившегося основным следствием промышленной революции, проблема заинтересованности производителя в качестве товара среди общественно значимых не отмечалась. Она, бесспорно, была, но характер производства не давал ей выйти из сферы

частного сознания и материализоваться в товарном ассортименте.

Потенциально данная проблема появилась ещё до товарного производства, однако в то время она носила форму абстрактной возможности, ибо действительностью была актуальность количества произведенного продукта. Производство только набирало силу источника жизнеспособности человека. Сначала родилась проблема количества, нарастание количества поставило вопрос о качестве, так как появилась возможность сравнения произведенного продукта, наметилась специализация производства в зависимости от своеобразия естественной среды.

Развивающийся рынок требовал разнообразия товаров. Нужны были товары в рамках различия покупательской способности потребителей. Фабрично – заводское производство, опирающееся на техническую базу, открывало перспективу варьирования качеством товара. Жесткие ограничения по производству, отличавшие цеховую деятельность отступили. На рынке появились товары разного качества. В британской философии Просвещения активно обсуждалось само понятие качества. Дж. Локк предложил версию сочетания в определении качества объективных свойств предметов и субъективного восприятия их сознанием.

В разделении признаков качества на «первичные» и «вторичные» имелось рациональное начало, связанное со спецификой «второй природы» - вещи, преобразованных из естественного состояния человеческим трудом. «Первичные» качества товара или его сырья обусловлены природной реальностью и в полной мере независимы от человека. «Вторичные» признаки, напротив, находятся в зависимости от человеческого труда. Именно труд их выявляет, либо создает, поэтому и качество трансформированных трудом предметов должно определяться с человеческой оценкой. Включение человека как фактора производства качества товара усиливает влияние субъекта труда на качество производства и качество произведенного товара. В связи с чем увеличивается нагрузка на процесс управления.

Управление подчиняется решению задачи устойчивого получения качественного продукта. Как в любой задаче, здесь необходимо:

- четко определиться с тем, что такое «качество»?;
- понять, что специфично для качества товара?;
- разобраться, как связаны «качество» товарного производства и его массовость, проследить механизм взаимодействия качественных изменений с количественными.;



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

• раскрыть системное положение проблемы качества массового производства в контексте развивающейся экономики.

Лишь получив ответы на перечисленные вопросы, мы сможем продуктивно исследовать проблему: «Насколько реалистично наше стремление придать массовому производителю потребность в качественности товарного результата», говоря иначе, «возможно ли достаточно мотивировать получение качественного продукта изнутри массового производства?». Пока, к сожалению, управление качеством осуществляется привнесением в производство идей, разработанных не в нём, а в «чистой» теории управления.

Подобный механизм управления качеством возвышает значение научного анализа, определяя самодвижению производства к качеству роль подсобного, опытного хозяйства. Ретроспективный взгляд на историю осмысления того, как следует управлять качеством производства в общем виде демонстрирует наглядно, что история эта очень похожа на движение мысли по принципу «проб и ошибок». Каждая следующая «теория» после С. Кольта (1870-е годы), - Г. Лаланда, Г. Форда, А. Файоля, М. Вебера, Ф. Тейлора, В. Шухерта, Э. Деминга, И. Исикава, И. Джурана, Ф. Кросби, А. Фейгенбаума неизменно напоминала выход из тупика, в который заводила её предшественница, пока в итоге не заменили ключевое понятие СК на СМК – «Систему менеджмента качества».

Сравнение СМК с СК позволяет рассмотреть тренд движения – стремление, разрабатывая новый подход к управлению качеством, преодолеть узкотехнологический взгляд на качество как некий стандарт, ограниченный процессом производства вне условий потребления.

Сложившееся под влиянием экономической рациональности толкование качества товара не отражает социокультурный статус товара, по крайней мере, товара потребительского ряда. Качественную характеристику товара, предназначенного для массового потребления, целесообразно искать на стыке производственных, хозяйственно – бытовых и социокультурных его достоинств. Причем желательно, чтобы товар не только удовлетворял существующие потребности, но и стимулировал их культурное развитие, служил инструментом развития личности потребителя. Человеческий капитал участвует в творении продукта производства, а производство призвано способствовать совершенствованию личности. Иного способа преодолеть отчуждение в условиях абсолютизации частной собственности и её непропорциональных труду размеров распределения не существует. Только придание

труду креативности и соответствующего творчеству вознаграждения можно «снять», выражаясь в терминах гегелевской философии, напряжение отчуждения. Качество товара в широком смысле может рассматриваться как фактор социального прогресса и как тест социокультурных достижений общественного развития.

В определении качества наиболее часто встречающимся недостатком является отсутствие системности. Качество определяется как совокупность существенных свойств. Обычным методом подбора таковых выступает способ пирамидального расположения свойств предмета. В основании остаются важные, но не определяющие, а по мере восхождения к вершине формируется иерархия оставшихся свойств. На вершине мы получаем сумму главных свойств, которые и включаются в определение качества предмета. Г. Гегель в свое время остроумно определил качество от противного – «качество есть то, теряя что, предмет перестает быть собою».[8]

Следуя примеру великого мыслителя, определим «обувь», как «одежду для ног». Насколько верным будет это определение? Для обуви, вероятно, да. Для качества обуви вряд ли. Если лишить обувь способности быть «одеждой ног», то она действительно не будет обувью. Если же сохранить обуви только свойственную ей способность, то неопределённым будет требуемое качество изделия. «Одежда для ног» может быть опасной из-за токсичности материала, средств крепления, неудобной для движения конструкции. Формально выстроенное требование к предмету не совпадает с качеством предмета. Оно значимо в качестве предпосылки к качественной определенности товара. К определению качества товара надо идти от его функциональной предназначенности. Функциональное же предназначение следует рассматривать как состояние отношений формально определяющего предмет свойства со спецификой эксплуатации предмета, его товарным назначением, заключенном в потребительской стоимости товара.

Ноги, для которых изготавливают одежду в виде обуви, представляют часть живого организма. Это не колодки и не конечности трупа, также предназначенные для определенной одежды. Одежда для ног не будет обувью до тех пор, пока не получат достаточные доказательства её безопасности – гигиенической, эргономической, производственной, хозяйственно – бытовой. Качество – это не совокупность существенных свойств товара, оно есть их система, системообразующим признаком которой действительно является способность выполнять некоторую формально наиболее

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	РИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

значимую функцию. Её и закладывают в основание определения качества товара «выращивая» затем саму систему, как выращивают из случайной песчинки жемчужину в раковине или Периодическую систему химических элементов из атомного веса.

Г. Гегель был прав в своем определении качества, начинать всегда лучше с того, что «на виду», чтобы потом наращивать определение. Вокруг ядра атома существует электронная оболочка и вместе они дают определение атома. В определение мы закладываем качество, раскрывая его впоследствии в совокупности конкретизирующих свойств.[9]

С философской точки зрения качество предмета, отражая многообразие мира, воспроизводит в себе это объективно существующие предметное различие. Качество товара, особенно массового непосредственного потребления человеком, требует дополнительного уточнения, связанного с ответственностью производителя за безопасность использования изделия. Качество товаров «ширпотреба» более сложно структурировано. В его определение входит системное расположение основных компетенций технического и гуманитарного значения.

Обувь своим качеством, по определению, должна обеспечивать взаимодействие двух основополагающих компетенций – безопасности и комфортности при эксплуатации. Эстетические свойства обуви подчинены им и в них упакованы. С их помощью производитель «завлекает» потребителя подобно цветкам растений, призывающих насекомых, производящих через потребление работу опыления.

Культурную оценку изделия ошибочно упрощать до уровня эстетической ценности изделий. Культурный статус товара синтезирует в себе и культуру исполнения, и культуру сознания производителя, принимающего решение какие материалы использовать, в чьих интересах действовать – рентабельности производства или потребностей потребителя, доверяющего производителю. Восходя, мы без труда можем подняться и до самого верха – культуры общественного сознания. В каких-то странах не воруют, считают обман подлостью, а в иных всё на этих пороках построено, они легализованы, ибо выросли в национальный менталитет.

Подмена философского понимания качества товара экономическим закономерна для экономики, нацеленной преимущественно на получение прибыли, наращивание капитала в частных интересах. Экономическая доминанта в характеристике качества имеет идеологическую базу. В том же контексте следует рассматривать и стремление отделить экономику от социально-культурного развития. Идея, согласно которой

экономическое движение должно быть абсолютно независимо от политического надзора и гуманитарных функций, всё внеэкономическое обеспечивается налогами с экономики, набирает силу, а главное её поддерживает власть.

Попытки противопоставить этой логики, здравый смысл общественного развития как прогресса личности и межличностных отношений в рамках социальной организации исторического процесса неэффективны. Им отведена роль локального общественного мнения, которое никогда не отличалось особой солидарностью. Философский системный анализ качества и дефектов его толкования остается уделом профессиональной рефлексии.

Казалось бы, перед нами сугубо теоретическая проблема: что называть действительным качеством товара и как выглядит система качественных свойств в характеристике товара? В действительности, при практическом приложении, она разрастается в идеологическую проблему: каким позволительно видеть качество товара в современных конкретно-исторических обстоятельствах общественного культурного развития.

Упрощение понимания качества товара путем сведения его к его свойствам, обеспечивающим рентабельность производства, делает производство, а не потребителя системообразующим фактором получения «качественности» товара, что противоречит качественности развитой экономики «постиндустриального», «нового индустриального» и даже «индустриального» общества. На заре человечества потребитель радовался всему, что удавалось произвести. Производство было определяющей стороной в отношениях с потребителем. Сегодня считают рынок движущей силой развития производства. На рынке инициатива принадлежит покупателю. Переход к принципу: «Покупатель всегда прав!» предполагает определять качество товара его потребителем.

Экономическая доминанта в характеристике качества товара явно не современна в философском смысле, но в ней выражена суть буржуазной основы существующей экономики, следовательно, и политически, и идеологически её будут отстаивать. Тем более, что в определенном смысле это интересно, в частности, для решения проблемы мобилизации производственного потенциала на получение востребованного товара в значительных объемах, правда само качество такого товара будет условным, - «экономическим». Получило официальное признание понятие «эконом - класс» в развитие понятия «произведено для реализации в России».



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

Мы уже подчеркивали, что на протяжении 130 лет буржуазные экономисты создавали модели эффективного производства качественного товара, востребованного рынком, акцентируя внимание на экономическое содержание качества. Загнав движение производства в тупик экономическими моделями качества, топменеджеры совместно с теоретиками – экономистами, обособившими профиль своего научного интереса от социокультурных целей производства материальных благ, вынуждены были признать потребителя не в качестве рыночного анти субъекта, а как партнера, соучастника производственного процесса.

Признание потребителя соратником равносильно включению его в команду по разработке производственной политики, правда, формально, ибо он остается в прежнем положении контрагента. Чтобы изменилось понимание качества, нужно совершенствование производства начинать с интересов потребителя, отражать их в свойствах товара, а потом думать, как оптимизировать организацию его массового изготовления.

В конечном счете, вначале допустимо и компромиссное решение, обоснованное возможностями производства и необходимостью двигаться путем расширения этих возможностей. Сейчас покупатель принципиально остается холопом при производителе - барине и политическом протекторате интересов крупного капитала. Интересы массового потребителя продвигают поступью японских женщин, в то время как доминирование в производстве интересов предприятий движется парадным шагом победителей. Темп движения не сопоставим, заметного преимущества в продвижении интересов потребителя нет и пока не предвидится.

Потребителя с его интересом в качестве товара теоретически не исключают из разработки стратегии, тактики и рекламы. Сошлемся на Б.С. Алешина с соавторами: «Чтобы стратегия качества была успешной, как внутренний так и внешний потребитель должны быть не только удовлетворены и вовлечены в процесс, обеспечивающий это удовлетворение, но и принимать непосредственное участие в непрерывном улучшении качества этого процесса». С этой целью усовершенствовали систему Kaizyo; заменив её новой редакцией Kaizen. Изменения в организации управления качеством выявили преимущества тех стран, где массовый потребитель – он же и работник производства чувствует себя более комфортно, ощущает свое соучастие в развитии производства. Во второй половине 1980-х годов японские предприятия получали в 40 раз(!)

больше предложений по совершенствованию производственного процесса от своих работников, чем предприятия США (40 млн. против 1 млн.). Показательно и то, что свыше 90 процентов предложений, так, или иначе, были использованы.[10]

Идеология качества перестраивается на новую – потребительскую ориентацию крайне неохотно и половинчато. Система управления качеством ИСО 9000 (в РФ – ГОСТ Р ИСО 9000-2015) была внедрена в мировую практику 30 лет назад. Ее исходное положение (№1): «Качество продукции – это характерный управляемый объект», задает генеральное направление в понимании качества. Качество – продукт производства. В пункте №2 уточняются места участников, влияющих на качество товара: «цель управления качеством – создание продукции такого уровня качества, который удовлетворяет определенным, установленным требованиям, потребностям». Чтобы ясно было о чьих требованиях и потребностях идёт речь, в конце пункта читаем через запятую – «запросам потребителя».

Интересы потребителя учтены, но по остаточному принципу. О них вспоминают в последнюю очередь, «если резервы производства позволяют». В научных и популярных источниках можно встретить объяснение такому раскладу интересов – технически сложные товары и их совершенствование – удел специалистов. Складывается впечатление, что специалисты не потребители.

В ISO 9000 – 2015 впервые на самом верху списка появляется потребитель. Первый принцип СМК констатирует: «Ориентация на потребителя». Именно потребитель декларирует свойства качества. Статус предприятия зависит от того насколько качество предлагаемого товара удовлетворяет запросы к качеству покупателей. Предприятие должно понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания

Но не следует спешить радоваться произошедшим переменам. Механизм управления качеством по-прежнему настроен на разработку качества технологии производства, а не на получение качественного продукта. Качество деятельности предприятия, как и раньше тестируется на предмет поддержания качества организации производства. Интересы потребителя остаются «на потом». В РФ представлены все ведущие международные регистраторы качества менеджмента качества: Веритас, Британский институт стандартов, Регистратор Ллойда, общества надзора (TUV). Помимо них на рынке управления качеством свои услуги предлагают многочисленные доморощенные и совместные предприятия,



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

имеющие отношение к сертификации качества производства и изделий. Проблема не в том, чтобы найти искомую организацию, а в том, что все они «заточены» на производство или продукт вне контекста с интересами потребителей, которые достаточно специфичны и далеко не во всем совпадают со взглядами на качество производителей.

Диалектика рынка, объединяющего производителя и потребителя проста – они противоположности, существующие исключительно в единстве, поэтому нужно искать равновесие интересов обоих субъектов, чтобы придать производству качественных товаров устойчивый характер, служащий защитой от рецессий и кризисов. Кризисы перепроизводства – классические для капитализма XIX и первой половины XX столетий сделали историей. На смену им пришли финансовые системные потрясения. Специалисты ищут панацею в качественной, умной, рачительной, щадящей (lean production) экономики. «Исторический опыт свидетельствует, что с повышением внимания к качеству начинался выход из кризисных ситуаций во многих странах. С помощью государственной политики, ориентированной на повышение качества, преодолевались крупномасштабные кризисы в Японии и Германии конца 40-х годов. Кризисные ситуации на рынках США и Европы, возникшие в конце 80-х – начале 90-х годов, заставили не только отдельные корпорации, но и целые страны – Швецию, Великобританию, США – обратить внимание на улучшение качества, как единственное средство, помогающее национальной экономике устоять под натиском конкурентов» [11]

Солидаризируясь с выше изложенным анализом экономической истории второй половины XX – первых двух десятилетий XXI веков, от себя выразим удивление, как случилось, что при определении новейшего общественного развития через качество, сам подход к пониманию качества радикально не модернизировался. Тотальность значения качества предполагает пересмотр содержания понятия «качества» и новый взгляд на факторы, обеспечивающие действительное качество деятельности и её продукта. Системообразующее положение фактора качества в социальном прогрессе обуславливает также и новое политическое отношение к качеству. Требуется ориентация развития производства на внутренние – не привнесённые послы.

Управление качеством должно идти от потребности. Именно в ней, а не в награждении за качественный труд в виде поощрений истинное начало новой экономической политики.

Поощрение, естественно, никто не собирается отменять, их меняют местами с мотивацией. Сегодня поощрение побуждает к требуемому качеству действия, завтра культура профессионального отношения к труду будет достраиваться поощрениями. Движение наиболее производительно именно в форме самодвижения. Внешнее побуждение менее эффективно. Вознаграждение должно соответствовать качеству труда и устойчиво мотивировать труд.

Смена качественной стратегии экономической политики с побуждения к качественному производству на формирование потребности в качественном продукте не очередная попытка реанимировать экономический романтизм и не коммунистическая ностальгия по потребности культурного человека в труде как может показаться тем специалистам, кто перестроился с политической экономии на экономистику, низведя диалектический анализ до статистического, приспособленного к волатильности современного производства. Речь идет о решении системообразующей проблемы истории – об отношении личности к обществу и общества к личности, кому какая сторона данного противоречия больше импонирует, но в принципе это всего лишь двойная спираль социального прогресса. Развитое общество тестируется как условие развития личности. В свою очередь развитое общество есть само продукт культурной деятельности личности.

Формально-логический вывод из взаимозависимости личности и общества очевиден: надо их отношения выстроить в гармонии, на основе осознания взаимного интереса, доведя интересы до степени естественно-необходимой потребности (по классификации Эпикура) друг в друге. Сейчас мы переживаем исторический этап формально-абстрактного осознания личностью и субъектами, определяющими политику, базового противоречия развития. Личность и общество как бы притираются в движении, ищут точки взаимного роста. Отчасти удачно, примеров немало – массовое производство, свобода доступа к образованию, источникам культурного развития, политическая демократия, продвижение культуры природопользования, солидарность в противоборстве с экстремистскими устремлениями, совместное пользование научно-техническими достижениями, укрепление авторитета идеи толерантности.

Особое место в этом перечне должно занять стремление к качественной экономике. Суть здесь следующая: противоположности, по определению, взаимно отчуждаются. Диалектические противоположности, к которым

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

принадлежат личность и общество, отличаются выгодно тем, что единство в их отношениях заложено при возникновении. Его только надо довести до генерального положения за счёт восхождения от формально-необходимого этапа к абсолютно необходимому, нагружая процесс реальным содержанием, предметно демонстрируя преимущества взаимодействия. Иного пути преодоления, объективно заложенного в отношения противоположностей личности и общества, отчуждения - нет. Через качество деятельности — к качеству социального совершенствования. Неестественно отчуждать то, что служит реальным условием твоего развития. В условиях классического капитализма отчуждение было предпосылкой достижения власти капитала, и сама политическая организация общества приспособилась откровенно к обеспечению буржуазного государства. Демократия была адаптирована к буржуазному общественному устройству.

Революции 1917 года в России и последующую историю СССР надо оценивать не столько как национальные достижения, сколько как перелом в истории классического капитализма, переход к постклассическому. Господство частной собственности и преимущества капитала остались неприкосновенными, но в общественной надстройке свершились существенные перемены. Классовый антагонизм уступил место социальному партнерству. Доступ к капиталу привел к возникновению различных форм ассоциативного использования его в производстве. Культурный прогресс сопровождался интересом к качеству жизни, изменением самого этого понятия. Мировые катаклизмы, бесспорно, не просто напугали народы Европы, Азии. Они отодвинули сознание от пропасти крайних интересов в решении противоречий.

Отчуждение личности в труде не преодолено, но развитие объективно (общество) и субъективно (личность) осуществлялось через взаимодвижение. Сложилась определенная условия снятия отчуждения. И новый подход к качеству --потребительски-производственный - является вехой на пути сближения основных субъектов общественной жизни. Он заставит вносить коррективы в экономическую политику, вернёт системное понимание общества, ограничив стремление разложить общественную жизнь «по полочкам».

Качественный вектор развития экономики, разумеется, потребует дополнительные расходы, но на то и государство с его экономическими инструментами, чтобы постараться их компенсировать. И рынок наверняка позитивно

отреагирует на качественный товар своей активностью.

В нашем представлении само по себе существование частной собственности в многообразии форм её реализации не является достаточным основанием отчуждения в труде личности. К. Маркс, разрабатывая идею отчуждения Г. Гегеля, по-видимому, имел ввиду определенный способ организации труда, связанный с абсолютизацией господства частной собственности. Частная собственность служит потенциальной экономической базой эксплуатации. Но эксплуатация - не имманентно присущий ей признак. Одной частной собственности для эксплуатации явно недостаточно. Что же до противоположной частной собственности общественной (общенародной), которой управляет государство и служит реальным субъектом собственности, то и она не содержит в себе экономических гарантий преодоления отчуждения, в чём не сложно убедиться на опыте деятельности отечественных госмонополий.

Складывается впечатление, что экономические основания отчуждения надо искать не в собственности, а в распределении. Экономические противоречия непреодолимы, но они допускают управление, задача которого контролировать характер противоречий, держать их в пределах несущественных, приемлемых различий, не испытывающих существующее единство производства на историческую целесообразность.

К месту вспомнить еще об одном наблюдении Г. Гегеля, признанным Ф. Энгельсом в качестве важнейшего в понимании диалектики развития: «Всё разумное действительно, всё действительно разумно». Г. Гегель сумел открыть основания необходимости системных преобразований общественных отношений, включая экономические.

В развитии есть два состояния, которые воспринимаются в форме существования, однако различаются внутри общего статуса своего проявления - «реальное существование» - «реальность» и «действительное существование» - «действительность». Эти формы существования принципиально различаются по основанию. «Действительно существующее» опирается на необходимость быть в своей форме, она представляет развивающуюся реальность. «Реально существующее» прошло стадию своей необходимости, перестало быть фактором развития, потеряло актуальность. Оно тормозит процесс развития. Так как развитие мышления и общества Г. Гегель понимал в виде движения к абсолютной разумности, то необходимость действительного он отождествлял с реальностью.

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

Можно, конечно выжимать из разработанного ассортимента и налаженной технологии производства все до последнего рубля. Вопрос: нужно ли это делать? Время движется вперёд в определённом режиме, «посвоему», объективно скроенному «расписанию». Не попадёшь в ритм, отстанешь, перестанешь соответствовать изменившимся требованиям. Искусство управления - управление производством не исключение, состоит в способности не «выпасть» из современности, тогда всегда будешь делать это, сообразуясь с разумностью. Разумность оградит от большинства проблем. «Семь смертельных болезней» Э. Деминга уместятся в одну – не выпасть с определением товара и организацией производства из временного цикла.

Сделать такое способны только те, кто в состоянии мобилизовать человеческий капитал, правильно сосредоточить финансовые и технические ресурсы на решение этой задачи. Без умения контролировать «пульс» времени - понимать конкретную экономическую и социокультурную ситуацию, состояние потребительских интересов, реальные возможности производства, обрести устойчивость положения в условиях возрастающей конкуренции на рынке шансов нет. Сделаем еще одно прибавление - на качественную ориентацию развития производства и станет ясным общий вывод: путь экономической разумности лежит через создание действительных условий формирования потребности в качественной продукции. Тестироваться эта потребность должна ответственностью перед потребителем как перед самим собой. Древняя мудрость Конфуция: Относись к другим так, как ты хотел, чтобы они относились к тебе, не устарела, напротив, следование ей обеспечило преимущества в экономическом прогрессе странам Азии.

Конкретность достижения разумности в современном качественно ориентированном производстве - в солидарности человеческого капитала:

- внутренней солидарности производителей, их потребность в качестве;
- внешней солидарности с потребителем, учёт интересов последних;
- солидарности в понимании качества на основе сочетания экономических и социокультурных подходов;
- последовательности и взвешенности экономической политики государство по ориентации рынка, индуцированию интересов качества в развитии рынка инструментами хозяйственного механизма.

Мы пытались определить и суммировать основные условия достижения солидарности.

Насколько позволяет нам анализ литературных данных, это делается впервые, поэтому уточнения и дополнения будут восприняты позитивно.[12]

Итак, что нужно рассматривать как необходимые условия достижения коренного перелома в отношении к качеству производства действительно качественного товара - перехода от этапа внешнего аудита к этапу внутренней гарантии, формирующейся посредством становления потребности создавать товар, требуемого качества потребителем.

1. Наличие конкуренции на рынке качественного профессионального труда, чтобы было четкое понимание необходимости работать в соответствии с потребностями товарного рынка. По-другому рынок не позволит занять устойчивое место на нём.

2. Существенное повышение покупательской способности. Достижение того уровня, который позволяет осуществлять выбор нужного товара. Качественный товар не может по определению быть дешёвым, но его можно сделать доступным с помощью рыночных механизмов.

3. Высокий уровень профессиональной подготовки производителей, обеспечивающийся на основе формирования профессиональной культуры и национального самосознания. Главным должно быть воспитание отношения к труду как делу, посвятившему свою жизнь. Развёрнутое просвещение потребителей, восприятия их в качестве субъектов общего дела.

4. Преодоление ощущения осознанного и неосознанного отчуждения способности личности в труде и его продуктах с помощью следующих инструментов:

4.1. Достижение симметрии качества труда и вознаграждения.

4.2. Сведение к разумному соотношению различия в размерах вознаграждения руководителей и исполнителей, понятность оснований в подобной пропорциональности.

4.3. Зависимость вознаграждения от динамики повышения квалификации и от участия в совершенствовании производственного процесса.

4.4. Всемерное задействование социокультурных механизмов стимулирования личности к общекорпоративному движению, вхождению в командные формы движения.

4.5. Устойчивость корпоративной деятельности.

4.6. Сформированность отношений по типу: «Один за всех, все за одного». Активное продвижение командной формы ответственности за результаты труда.

4.7. Организация систематического соревнования по качеству труда.

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

4.8. Стремление к национальному и международному признанию качества и ассортимента производимых продуктов.

4.9. Формирование трудовых династий, участие в распределении прибыли.

4.10. Понимание качества товара как комплексной оценки продукта.

4.11. Осознание того факта, что именно «мелочи» раскрывают совершенства качества, поэтому к мелочам нужно относиться как к строительному материалу качества.

Заключение

Внутренняя жизнь предприятия состоит из большого количества различных действий, подпроцессов и процессов. В зависимости от типа предприятия, его размера и вида деятельности отдельные процессы и действия могут занимать в нём ведущее место, некоторые же, широко осуществляемые в других предприятиях процессы, могут либо отсутствовать, либо осуществляться в очень небольшом размере. Однако, несмотря на огромное разнообразие действий и процессов, можно выделить пять групп функциональных процессов, которые охватывают деятельность любого предприятия и которые являются объектом управления со стороны менеджмента. Данными функциональными группами процессов являются следующие:

- производство;
- маркетинг;
- финансы;
- работа с кадрами;
- эккаунтинг (учет и анализ хозяйственной деятельности).

Управление производством предполагает, что соответствующие службы менеджмента осуществляют управление процессом переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, поступающих на входе в предприятие, в продукт, который предприятие предлагает внешней среде. Для этого менеджмент осуществляет следующие операции:

- управление разработкой и проектированием продукта;
- выбор технологического процесса, расстановку кадров и техники по процессу с целью оптимизации затрат на изготовление и выбор методов изготовления продукта;
- управление закупкой сырья, материалов и полуфабрикатов;

• управление запасами на складах, включающее в себя управление хранением закупленных товаров, полуфабрикатов собственного изготовления для внутреннего пользования и конечной продукции;

- контроль качества.

Управление маркетингом призвано посредством маркетинговой деятельности по реализации созданного предприятием продукта увязать в единый непротиворечивый процесс удовлетворение потребностей клиентов предприятия и достижение целей предприятия. Для этого осуществляется управление такими процессами и действиями, как:

- изучение рынка;
- реклама;
- ценообразование;
- создание систем сбыта;
- распределение созданной продукции;
- сбыт.

Управление финансами состоит в том, что менеджмент осуществляет управление процессом движения финансовых средств на предприятии. Для этого осуществляется:

- составление бюджета и финансового плана;
- формирование денежных ресурсов;
- распределение денег между различными сторонами, определяющими жизнь предприятия;
- оценка финансового потенциала предприятия.

Управление персоналом связано с использованием возможностей работников для достижения целей предприятия. Кадровая работа включает в себя следующие элементы:

- подбор и расстановка кадров;
- обучение и развитие кадров;
- компенсация за выполненную работу;
- создание условий на рабочем месте;
- поддержание отношений с профсоюзами и разрешение трудовых споров.

Управление эккаунтингом предполагает управление процессом обработки и анализа финансовой информации о работе предприятия с целью сравнения фактической деятельности предприятия с его возможностями, а также с деятельностью других предприятий. Это позволяет предприятию вскрыть проблемы, на которые оно должно обратить пристальное внимание, и выбирать лучшие пути осуществления его деятельности, чтобы не спровоцировать банкротство.



Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHHI (Russia) = 0.207	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 4.102	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

References:

1. Engel's F. (1961) Anti-Dyuring. K. Marks i F. Engel's. Soch., Izd. vt. M.: Gospolit. izdat. t 20. 1961. p. 5-342. - 827 p.
2. (2014) Bol'shaya kniga vostochnoy mudrosti. - M.: Eksmo, 2014. - 800 p.; p. 410.
3. Gegel' G. (1975) Entsiklopediya filosofskikh nauk t1. Nauka logiki. M.:Mysl',1975. - 452p, p. 341-342.
4. Aleshin B.S. (2018) Filosofiya i sotsial'nye aspekty kachestva: Uch. pos. - M.: Logos.-238 p.; p. 103.
5. (2000) Upravlenie kachestvom. T.2 Printsipy i metody vseobshchego rukovodstva kachestvom. Osnovy obespecheniya kachestva. - M.: MGIEM, 2000. -387 p.
6. (1955) Epikur privetstvuet Menekeya. Materialisty Drevney Gretsii. M.: Gos. izd. polit. l-ry,1955.-238 p.; p.210.
7. (1955) Materialisty Drevney Gretsii. M.: Gos. izd. polit. l-ry,1955.-238 p.
8. (2008) Upravlenie kachestvom konkurentosposobnykh i vostrebovannykh materialov i izdeliy: Monografiya / Yu.D. Mishin [i dr.]; pod obshchey redaktsiyey d.t.n., prof. V.T. Prokhorova.- Shakhty: Izd-vo GOU VPO «YuRGUES», 2008. - 654 p.
9. (2012) Upravlenie proizvodstvom konkurentosposobnoy i vostrebovannoy produktsiyey: / V.T. Prokhorov [i dr.]; pod obshch. red. d.t.n., prof. V.T. Prokhorova; FGBOU VPO «YuRGUES». - Novocherkassk: YuRGU (NPI), 2012. - 280 p.
10. (2018) Konkurentosposobnost' predpriyatiya i konkurentosposobnost' produktsii - zalog uspeshnogo importozameshcheniya tovarov, vostrebovannykh potrebitelyami regionov YuFO i SKFO : kollektivnaya monografiya / Prokhorov V.T.[i dr.]; pod obshch. red. d-ra tekhn. nauk, prof. V.T. Prokhorova; Institut sfery obsluzhivaniya i predprinimatel'stva (filial) Donskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta.- Novocherkassk: Lik, 2018. - 337 p.
11. (2017) Kontseptsiya importozameshcheniya produktsii legkoy promyshlennosti: predposylki, zadachi, innovatsii : monografiya / Prokhorov V.T.[i dr.]; pod obshch. red. d-ra tekhn.nauk, prof. V.T. Prokhorova; Institut sfery obsluzhivaniya i predprinimatel'stva (filial) Donskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta.- Novocherkassk: Lik, 2017. - 334 p.
12. (2014) Revolyutsiya kachestva: cherez kachestvo reklamnoe ili cherez kachestvo real'noe: monografiya V.T. Prokhorov [i dr.] ; pod obshch. red. d.t.n., prof. V.T. Prokhorova; ISOiP (filial) DGTU. - Novocherkassk: YuRGPU (NPI), 2014. - 384 p.

