

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHHI (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

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: 2019 Issue: 03 Volume: 71

Published: 05.03.2019 <http://T-Science.org>

UDC 335. 47 519. 74.
SECTION: TECHNICAL SCIENCES

QR – Issue



QR – Article



Artur Alexandrovich Blagorodov

bachelor,
Department of "Design, technology, and design" Institute
of service sector and entrepreneurship (branch) of DSTU
in Shakhty, Rostov region
bordux1995@icloud.com

Dmitry Olegovich Bordukh

bachelor,
Department of "Design, technology, and design" Institute
of service sector and entrepreneurship (branch) of DSTU
in Shakhty, Rostov region
bordux1995@icloud.com

Angelina Vladimirovna Kopylova

bachelor,
Department of "Design, technology, and design" Institute
of service sector and entrepreneurship (branch) of DSTU
in Shakhty, Rostov region
prohorov@sssu.ru

Daria Sergeevna Smolina

bachelor,
Department of "Design, technology, and design" Institute
of service sector and entrepreneurship (branch) of DSTU
in Shakhty, Rostov region
prohorov@sssu.ru

Vladimir Timofeevich Prokhorov

Doctor of technical sciences, professor,
the department "Designing, technology and design", ISOP
(f) DGTU, Shakhty
prohorov@sssu.ru

Yuri Dmitrievich Mishin

candidate of philosophy, Professor,
Department of Philosophy and Culturology "Siberian
state University of railway communication" Novosibirsk
vinichenkoan@stu.ru

METHODOLOGICAL BASES OF QUALITY MANAGEMENT OF DIGITAL PRODUCTION OF DEFECT-FREE AND IMPORT- SUBSTITUTING TRUE FOR USERS OF THE SFD AND SKFO (2 MESSAGE)

Abstract: In report 2, the authors analyze the possibilities of policy and objectives of the company in the field of quality within the QMS in order to fight for defect-free production, reduction of marriage and guarantees consumers high quality of manufactured products. The use of Pareto charts allowed us to visualize the efficiency and

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИИ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

effectiveness developed by the authors of the policies and objectives in the field of quality within the QMS to ensure defect-free production with a substantial decrease in the production of defective products. The need to improve the quality management system in the light industry is due to the following important reasons. First, it is increasing the confidence of potential consumers in the products that the company produces. Secondly, it is an opportunity to significantly strengthen its position in existing markets, as well as significantly expand its sphere of influence by entering new domestic and foreign markets. And thirdly - it is a significant increase in productivity of any industrial enterprise which is supposed to introduce QMS using participatory management.

Key words: QMS, certification, import substitution, demanded, conformity assessment, standardization, audit, demand, defective products, Pareto chart, quality policy and objectives, documentation, effectiveness, efficiency, responsibility.

Language: Russian

Citation: Blagorodov, A. A., Bordukh, D. O., Kopylova, A. V., Smolina, D. S., Prokhorov, V. T., & Mishin, Y. D. (2019). Methodological bases of quality management of digital production of defect-free and import-substituting true for users of the SFD and SKFO (2 message). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 101-145.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-14> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.14>

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА БЕЗДЕФЕКТНОЙ И ИМПОРТОЗАМЕЩАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЮФО И СКФО (СООБЩЕНИЕ 2)

Аннотация: в сообщении 2 авторы анализируют возможности политики и цели предприятия в области качества в рамках СМК для того, чтобы бороться за бездефектное производство, снижение брака и гарантирует потребителям высокое качество изготавливаемой продукции. Использование диаграммы Парето позволило наглядно представить эффективность и результативность разработанной авторами политики и целей в области качества в рамках СМК для обеспечения бездефектного производства с существенным снижением выпуска бракованной продукции. Необходимость совершенствования системы менеджмента качества на предприятиях легкой промышленности обусловлено следующими важными причинами. Во-первых, это повышение доверия потенциальных потребителей к продукции, которую выпускает данное предприятие. Во-вторых, это возможность значительно укрепить свое положение на уже существующих рынках, а также значительно расширить сферы влияния путем выхода на новые отечественные и зарубежные рынки. И в-третьих – это значительное повышение производительности труда любого промышленного предприятия на котором предполагается внедрение СМК с использованием партиципативного управления.

Ключевые слова: СМК, сертификация, импортозамещение, востребованное, подтверждение соответствия, стандартизация, аудит, спрос, бракованная продукция, диаграмма Парето, политика и цели качества, документация, результативность, эффективность, ответственность.

Введение

У нас продолжается затаенный поиск идеи, которая объединила бы нацию. Качество не видно даже рядом с тем, что предлагают. Занимаются качеством всерьез исключительно энтузиасты, продираясь через «кущи» демократии, апатии и т.п.

Нашим «рулевым» не до качества. «Капитаны» по-прежнему прокладывают путь на Запад и вкладывают средства не в родную экономику. Парадокс: вложения иностранцев в российскую экономику в ближайшее время превысят вклад соотечественников.

Потеряв перспективу сделаться олигархом и почувствовав прессинг со стороны фискальных служб, кандидаты в олигархи ищут счастья в дальних странах.

Японцы концентрировали капитал в родной стране. Патриотизм для них значил больше, чем личная выгода. Вот в чем причина (не единственная) «японского чуда».

Союзники в 1945 году разрушили все, что было на японских островах, кроме национального самоуважения. И оно стало стартовой площадкой для возрождения страны. Подчеркнем, что конкретные механизмы превращения качества в тотальный интерес нации японцы активно искали в практике организации службы качества в СССР: «кадры решают все!», «Качеству – главное внимание!», «Все на службу качеству!» – это лозунги из советской истории. И за ними стоял жесткий партийный и государственный контроль.

Японцы в борьбе за качество подчинили все национальные и государственные (муниципальные) резервы, заставив работать на качество даже телевидение. Существенно – средства массовой информации не ограничивались рекламой качества. Они организовали школы, курсы, университеты обучения качеству ключевых фигурантов: мастеров и бригадиров. Национальные финансы

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

направили на просвещение и обучение качественному труду, его организации.

Что имеем мы? Качество отдано на откуп всем, кто на обучении и просвещении зарабатывает прибыль. Что они сделали – втиснули проблему в рекламный продукт.

У нас отсутствует национальная программа обеспечения качества. Нет у нас и государственного приоритетного проекта (наряду с известными нацпроектами). Создается впечатление, что, официально заявив о поддержке международных систем качества, высший политический менеджмент РФ посчитал свою миссию выполненной, решив, что остальное отрегулирует рынок.

Идеи Э. Деминга нашли продолжение в концепции еще одного американца, работавшего на «японское чудо», Й. Джурана. Й. Джуран сместил акцент в разработке системы управления качеством со статистических методов в сторону абсолютизации значения заказчика, разделив возникающие проблемы на случайные и хронические. Случайно (внезапно) возникающие проблемы качества разового (единичного) происхождения. Они имманентно производству не присущи. Решать случайные проблемы следует в рабочем порядке в рамках текущего менеджмента. С этой целью необходимо достаточно четко распределить ответственность управляющих за принятие контрольных мер и своевременное введение корректирующих мероприятий. [1-2]

Иное дело проблемы хронического порядка. Они присутствуют в процессе и как бы «запланированы» изначально. Й. Джуран понимал хронические проблемы как результат допущений, сделанных на предшествующей фазе процесса. До определенного момента такие допуски существенно не влияют на качество, далее, под воздействием условий реализации и собственного движения, они приобретают существенное значение и делаются недопустимыми. Именно хронические проблемы Й. Джуран «обвинил» в стагнации или потере качественных показателей. У руководства компании не должно быть благодушия от хороших показателей по сравнению с прошлым сроком. Смотреть надо не назад, а вперед, иначе легко попасть в кризисную ситуацию.

Бессмысленно пытаться решать хронические проблемы приказами. Начинать надо с выявления их основных причин, источников. Здесь требуется коллегиальная форма анализа случившегося – «мозговой штурм».

Вторая половина XX века ознаменовалась интенсивным вторжением в управление качеством математических методов исследования процесса. Возникла новая научная дисциплина – теория управленческих решений, явившаяся развитием исследования операций. В теории решений в центре внимания оказалось принятие решения.

Оно трактовалось процессом, доступным для количественного измерения.

Работы велись по двум направлениям. Сторонники первого из них старались найти математические модели, пригодные для использования в реальных производственных ситуациях (Фогаль, Люс). Разработчики второго обратились к статистике, теории игр, широко привлекая методы статистических испытаний («метод Монте-Карло»).

Односторонность обоих подходов породила третью школу, ее основоположники хотели максимально «привязать» математические исследования к задачам квантификации экономических явлений. В итоге появился так называемый «эконометрический» подход к анализу и управлению экономическими процессами, в первую очередь, эффективностью и качеством производства.

Согласно приведенной выше концепции, в экономико-математической модели должны быть четыре компонента:

1. Она должна включать в себя экономические явления качественного содержания, выраженные в определенных единицах измерения. Такие величины являются параметрами модели;

2. В нее должны входить определенные количественные связи и зависимости между параметрами. Это могут быть балансовые соотношения или же более сложные зависимости, связывающие результаты процессов с вызывающими их причинами;

3. Модель должна определять область допустимых изменений параметров модели во времени, пространстве и объеме – «ограничения, положенные на количественные зависимости»;

4. Она должна представлять собой систему взаимосвязанных параметров, зависимостей и ограничений с определенными входами и выходами.

Управление такой системой, то есть получение определенных результатов на выходе, должно осуществляться путем воздействия только на вход. Без вмешательства в ее внутреннюю структуру.

Наиболее известные экономические модели числятся за Л. Клейном и А. Гольдбергом. Свой вклад в математическое моделирование экономической деятельности внес и В. Леонтьев, получивший за свои работы Нобелевскую премию.

Эффективность экономико-математического моделирования относительно крупномасштабных экономических явлений не высока. Не отрицая значения такого моделирования, видный экономист Т. Хаавелло писал: «Вполне возможно, что по мере развития все более совершенных методов мы будем все ближе подходить к осознанию одного неприятного факта:

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

экономические «законы» с трудом поддаются точному измерению, и поэтому мы живем фактически в мире больших, но в значительной мере поверхностных или ложных корреляций. Можно, конечно, ссылаться, как всегда, на плохие статистические данные. Однако я думаю, мы можем найти объяснения и в другом, а именно в несовершенстве экономических теорий».

Управление качеством представляет собой некоторое исключение. В отличие от невысокого КПД использования математического аппарата при исследовании экономики как целого или отдельных отраслей, применение математики к управлению качеством оказалось вполне приемлемым действием. Ее возможностями активно пользовались и Деминг и Джуран.

Анализ экономической стратегии в области управления качеством показывает, что эффективность управления качеством находится в зависимости от согласованных макро и микроэкономических взглядов. Этому учит и реальный японский опыт. Решение же самой проблемы качества предполагает шаговый ход от определения проблем, через диагностику их состояния и поиск решений, до реализации принятых решений, удержания и развития достигнутых результатов.

На первом этапе, Й. Джуран назвал «проблемой, в которой запрограммировано решение», вычленились проблемы, выявляются приоритеты, устанавливается рейтинговый порядок; определяются исполнители и их полномочия.

На этапе диагностики происходит определение оптимальных симптомов состояния; выстраиваются гипотезы, проверяются; осуществляется поиск причин.

Этап поиска решений предполагает нахождение оптимальных решений; разработку необходимых мероприятий; внедрение принятых решений.

Заключительный этап складывается из проверки эффективности результатов внедрения, сопоставления в динамике достигнутых результатов с запланированными.

Высокая эффективность концепций Деминга и Й. Джурана спровоцировала Ф. Кросби объединить их системы с опытом управления качеством, накопленным в США.

Программа «Ноль дефектов» Ф. Кросби не стала чем-то принципиально новым в теории управления качеством, но в ней содержались интересные идеи. Например, утверждение о профилактике возникновения дефектов; необходимости разработки «политики качества», требования подключения к качеству деятельности непроизводственных подразделений.

Ф. Кросби считал, что на каждом технологическом участке должен быть инженер, отвечающий за качество. В его профессиональные

обязанности входит представление ежедневного списка проблем, вызывающих существенные и частые дефекты; систематизации их по степени значимости для качества; определение корректирующих действий; привлечение персонала, занятого на участке.

«Фаза постоянного повышения качества» помогла преодолеть противоречие между затратами на качество и достижение эффективности производства. Потребитель стал получать качественный товар по доступной цене, приблизилось воплощение в жизнь идеи «общества потребителя».

С точки зрения производителя сложилась идеальная ситуация. Но оценка ситуации была односторонней, только с позиции потребителя; параметры качества задавал не тот, кто товар потребляет, для кого делается изделие. Качество стандартизовалось в нормах производителя и, естественно, отражало в первую очередь его собственные интересы. Потребителю оставляли выбор: приобретать товар определенного качества или отказаться. [3-4]

Это вновь привело к «перегреву» производства, к возрастанию его затратности, так как частыми оказывались просчеты в определении запросов потребителей. Качественный (по оценке производителя) товар, доступный по цене, не находил необходимого спроса у потребителей.

Ликвидировать новую форму противоречий надо было с учетом интересов потребителя. «Фаза постоянного повышения качества» уступила место «фазе планирования качества».

Началом очередной фазы считают работы Г. Тагути. Именно он ввел в теорию управления качеством понятие «функция потерь» и разработал современную методику планирования промышленных экспериментов. Целью исследований Г. Тагути было преодоления противоречия между обеспечением качества и эффективности производства в его существующих формах.

Фундамент концепции планирования качества составили четыре новых идеи:

1. Вывод, что дефекты изделий преимущественно объясняются некачественными действиями на стадии проектирования.

2. Заключение о необходимости сосредоточить основные изделия не на натуральных испытаниях моделей товаров, а на математическом моделировании и товаров, и процесса их производства. За счет чего рассчитывали своевременно обнаружить и устранить причины повышения брака. Конструкторский и технологический процессы предлагалось взять под контроль до стадии реального производства.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

3. Мысль о том, что концепцию «ноль дефектов» нужно заменить идеей «удовлетворенного потребителя».

4. Высокое качество товара подчеркивать приемлемой ценой и постоянным снижением цены, обеспечивая тем самым устойчивый рыночный спрос на качественные товары.

Новый виток в развитии управления качеством преодолел отмеченную форму фундаментального противоречия между качеством и эффективностью производства, но не само противоречие. В настоящее время складывается его очередная «экологическая» форма.

Включение в характеристику качества товара экологической чистоты требуют значительных затрат.

Своеобразие современного этапа управления качеством состоит в том, что на предприятиях практикуются все известные формулы (фазы). Б.С. Алешин с соавторами, отражая этот необычный способ существования истории и современности построили «Башню качества». Она представляет не только теоретический, но и практический интерес (рисунок 1).

В семидесятые годы А. Фейгенбаум обобщил накопленный интеллектуальный и практический опыт в разработке проблемы экономического управления качеством и заложил основание того, что в наши дни известно как TQC-Total Quality Control (всеобщее управление качеством).



Рис. 1. «Башня качества» по Б.С. Алешину.

По существу TQC – не система управления качеством, а система достаточных условий для качественного процесса. Развитие логически шло к разработке TQC. Все предшествующие шаги по пути к качественному управлению качеством, несмотря на поступательность движения, были однотипными. Они «завязывали» решение проблемы экономического управления качеством на какой-либо фрагмент (фрагменты) процесса. Таким образом, совершенствование управления качеством «обходило» суть процесса производства – его единство и системный характер его единства как определенным образом выстроенных связей и зависимостей.

Ближе всего к пониманию системы качества как отражения системы производства подошли Э. Деминг, К. Исикава, Ф. Кросби и А. Фейгенбаум.

Основными условиями TQC можно считать следующие:

обеспечение тотальности участия в решении проблемы качества всех сотрудников;

осознание тотальной ответственности за качество всех участников процесса, понимания того, что ни одно специализированное подразделение (ОТК, ОУК и т.п.) не способно справиться с задачей; [5-6]

соответствие качества деятельности всем этапам «жизненного цикла» продукта: от разработки концепции продукта и маркетинговых исследований до способа утилизации продукта и его упаковки. В условиях повышения экологических требований в ряде стран, например Японии, сертификация товара предполагает обязательную разработку способа утилизации даже упаковки;

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

тотальность совершенствования знаний и навыков исполнителей и управляющих; регулярность специально организованных форм повышения квалификации; планирование соответствующих затрат;

достижение тотального понимания того, что качество труда достигается не столько техникой и технологией, сколько ориентацией на качество деятельности мотивации сотрудников, причем мотивация должна быть не односторонней, замкнутой только на финансовую отдачу. Тогда она будет стабильной;

тотальность структурирования деятельности, ее дифференциации на операции, взаимосвязанные технологические процессы, переходы, причем каждое звено процесса должно быть понятным по предназначению всем исполнителям. Исследования устранения причин дефектов показали, что до 90 % проблем, представленных на рассмотрение, решаются, при этом 75 % из них способны решать сами контролеры (непосредственные исполнители и организаторы);

тотальность в понимании потребителя; потребитель – это не кто-то, находящийся за скобками производственного процесса, потребителем является каждое следующее звено самого производства – «внутренний потребитель», поэтому требуется осознание ответственности перед потребителем по всему циклу производства;

тотальное культивирование особого статуса потребителя и его заинтересованности в качестве изделия;

непрерывный инжиниринг качества; понимание значения профилактики дефектов, ее экономического преимущества перед ликвидацией дефектов;

командный дух всех участников процесса; корпоративная культура;

лидирующее положение в деятельности, обеспечивающей качество, высшего звена менеджмента, понимание качества как цели предпринимательства.

В управлении качества в XXI веке опираются на взаимность всеобщего менеджмента качества (TQM) и стандартов системы качества (ИСО 8402; ИСО 9000; ИСО 9001). Основное отличие стандартов системы качества заключается в том, что они во многих странах, в России в том числе, приобрели государственное оформление, закреплены административно. Поэтому важна четкость в определении и содержании понятия «стандарт». В СССР и РФ принято присваивать «знак качества», официально свидетельствуя, что изделие соответствует определенных согласованным параметрам. «Стандарт» в России и большинстве других стран – это совокупность жестко закрепленных, часто административно, характеристик изделий, услуг, деятельности.

Аналоги наших «знаков качества» встречаются в европейских странах, в частности в Швеции (ТСО 92; ТСО 95; МРР на мониторы). Разработано понятие «стандарта технологической современности» (индустриальный стандарт) на его основе построен Болонский протокол.

В ракурсе интересов потребителя «стандартизированное» понятие «стандарт» не столь актуально как для производителя. Последний, пользуясь стартовым преимуществом, учитывая в первую очередь свои интересы. Отсюда и условность, относительность любого стандарта и «знака стандарта» до тех пор, пока в стандарте не сбалансированы взаимные интересы обеих сторон: производителя изделия и его потребителя.

Наиболее распространенный стандарт системы качества ИСО 9000 построен на идее особой системы организации. Основа этой идеи – тезис о документированности всех процессов, имеющих отношение к производству: закупки сырья, комплектующих; подготовки производства его организации; доставки изделий потребителю; обеспечение гарантийного сопровождения; научно-технического оснащения производства; кадрового менеджмента.

В результате понятие «качество» приобретает новые грани, расширяется; модифицируется традиционное понимание качества. Содержание понятия «качества» загружается знаниями, соответствующими изменившейся ситуации. Классический пример диалектики развития понятия.

Наиболее очевидной иллюстрацией сказанного служат довольно частые сообщения о том, что авторитетные фирмы «Форд», «Тойота» и др. отзывают свою продукцию из-за обнаружения технического несоответствия всего лишь в одном каком-либо узле.

Казалось бы, проще и дешевле было поручить сервисным центрам осуществить замену некачественных узлов. В действительности фирмы поступают правильно, учитывая рыночную конкуренцию и место на ней своего бренда.

В сложной системе конструктивный и технологический дефект одного узла неизбежно сказывается на всей системе, поэтому необходимо не просто заменить узел, блок. Нужно всесторонне протестировать изделие в целом, чтобы гарантии производителя работали согласно декларированному стандарту.

ИСО 9000 ее модификаций ИСО 9000-2000 не гарантируют качество продукции. Они «настроены» обеспечить такие производственные условия, которые позволяют рассчитывать на «наиболее вероятный» качественный резерват производительной деятельности.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Другая «слабая» сторона этих систем состоит в том, что они объясняют «что надо делать», но в них практически нет разъяснений «как надо это делать».

Идеологи ИСО 9000 утверждают: «Что следует делать?» – вопрос «стандартный» и подлежит стандартизации. Вопрос же: «Как надо делать?» – обусловлен конкретными условиями производства в каждом отдельном случае. Поэтому «как делать» должны решать производители на месте.

С введением ISO 9000-2000 понятие «СК» (система качества) устарело, уступив свое место понятию СМК, определенному Международной организацией по стандартизации:

постоянный мониторинг потребительских интересов;

системное лидерство руководителя, обеспечивающее единство целей и направлений деятельности фирмы, а также устойчивую внутреннюю среду на основе сотрудничества и всесторонней мотивации;

максимальное вовлечение способностей, знаний и навыков сотрудников в производственный процесс;

использование процессного подхода в управлении деятельностью и ресурсами;

необходимость системного подхода к менеджменту;

стремление к непрерывному совершенствованию деятельности фирмы;

принятие решений только с учетом всестороннего анализа всего возможного объема «информации к размышлению»;

развитие взаимовыгодных отношений с поставщиками.

Отныне международные стандарты качества требуют представлять к «знаку качества» не товары, а способ их производства. «Качество» – это соответствие организации и управления деятельностью предприятия системе менеджмента качества (СМК).

Современная история экономического аспекта управления качеством обнажает весьма поучительную взаимосвязь конкретно-научных, специальных и философских подходов к решению социально актуальных проблем производственной деятельности.

Философские учения о качестве, бесспорно, всегда имели действие на экономические познания. К. Маркс начинал с Г. Гегеля, прошел «курс» экономического анализа и основал историко-материалистический взгляд на общественное развитие. Затем вернулся к анализу экономики и оставил впечатляющий след в социальной философии и экономической теории. Нечто подобное можно сказать и о творческих путях О. Прудона, Дж. Ст. Милля.

История повторяется на новом витке. Мыслящие экономисты идут от практики к

философии, чтобы использовать философские знания и метод для выработки более глубокого понимания предмета собственных исследований. Все современные концепции управления качеством обязаны философии не в меньшей степени, чем экономической теории.

Правовой аспект

Философский анализ социального процесса привел к заключению о возрастающей в нем роли «субъективного фактора». «Человеческий фактор» в философском гуманизме всегда представляли решающим условием истории. Таковым было мнение ведущих мыслителей Античности, Возрождения, Просвещения. Но «человеческий фактор» и «Субъективный фактор», вопреки распространенной практике их сближения вплоть до отождествления, далеко не одно и то же.

«Человеческий фактор» – понятие, характеризующее весь комплекс возможностей человека. В понятии «человеческий фактор» выражается дуалистичность нашей природы – сочетание в ней биологического и социального; организация и личности; физики, физиологии, психологии, интеллекта, поведения и деятельности. Как любит представлять реклама: «все в одном» или «в пакете».

«Человеческий фактор» – это, по сути, сам человек в контексте его возможностей реализации собственного потенциала. Умный, образованный Обломов, лежащий на диване, равно как и активный Штольц – примеры контрастов в ряду с названием «Человеческий фактор».

Для определения «человека в действии» – не важно в каком: переворачивающегося с газетой в руках Обломова, либо активного предприимчивого Штольца, – необходимо синтетическое понятие. Предложили назвать абстрактного человека в состоянии абстрактной деятельности «человеческим фактором», включив таким образом абстрактного человека в абстрактный исторический процесс. В теории главное найти понятийный эквивалент для описания объекта исследования.

Объект исследования в нашем случае – социальный прогресс. Задача – разобраться в факторах, приводящих историю в движение и придающих движению истории поступательность. Логика рассуждений не сложная. История человечества есть или объективизация внечеловеческой субстанции (объективной идеи, Мирового разума, Мировой Воли, Бога и т.п.), или продукт деятельности самих людей: их разума, чувств, воли и практической деятельности.

Проблему можно упростить, потому что в обоих вариантах предусмотрена деятельность человека, с тем лишь различием, что в первом случае история делается им по программе, разработанной вне человеческой жизни, а во втором человек прокладывает исторический путь,

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

руководствуясь собственными представлениями и мотивами. В истории, как не крути, от человеческого участия не отойти. История «привязана» к человеку также, как он «привязан» к истории. Тогда-то и становится актуальным «разобрать» «человеческий фактор» на комплекующие его качество, разделить то, что в самом человеке существует исключительно в единстве. Разделить условно, в зависимости от вклада в исторический прогресс двух «половинок» человека: биологической и социальной.

Появляется понятие «субъективный фактор» и его составные – «индивидуальная» форма субъективного фактора, и «коллективная форма субъективного фактора». Применительно к производству и качеству производства «субъективный фактор» конкретизируется до уровня «исполнителя», «менеджера» и «команды». Тем, кто нам возразит, подсчитав, что мы сузили понимание человека в структуре экономической формы его деятельности до размеров «субъективного фактора», проигнорировав его биологический статус, также представленный в производстве и влияющий на его качество, ответим: нет, современное производство, то есть производство наукоемкое, высокотехнологичное, опирающееся на силу знаний, а не мышц; на ответственность и организованность, зависит именно от «субъективного фактора» человека.

Логика развития процесса экономического управления качеством убедительно свидетельствует, что тотальной менеджмент качества, к которому в общем – то все и шло, возможен при тотальной мобилизации субъективных сил человека: знаний, убеждений, желаний, воли интересов, воспитания, образования, сконцентрированных в профессиональной форме культуры.

Классики экономической теории управления качеством от Тейлора до Кросби и Фрейгенбаума были серьезно озабочены мобилизацией мотивации участников производства, правильно полагая, что в ней жизненная сила настоящего труда. Но они были реалистами и реалистический опыт подсказывал им: не абсолютизируй нравственный фактор, как бы значим он не был. Качество создается свободой воли, но контролируется административно и законодательно. Правовой аспект достижения задач TQC весьма значим и требует постоянного внимания.

Возможно вообразить ситуацию, когда качество будет достигнуто только за счет самоорганизации производителя, благодаря командному духу, социальной самоотдаче всех и каждого в отдельности, высокому уровню профессиональной квалификации? Ответ – на

усмотрение читателя, но подсказка напрашивается: не исключено.

Что же получается? Правовое регулирование – дело необязательное, излишнее? Нет. Пробная фантазия не учитывает цель производства, которая, кстати, в TQC очень грамотно прописана.

Цель производства – не качество товара (это лукавая цель, самообман). Цель производства – не качество производства (это тоже лукавство). Цель производства – удовлетворенность качеством потребителя!

Производство даже в натуральном хозяйстве, в котором производитель и потребитель одно и то же лицо, не существует само по себе и для себя. Что же до товарной формы производства, то в нем потребитель – главная фигура. Следовательно, понимание качества не в компетенции только производителя. Оно формируется во взаимозаинтересованности производителя и потребителя в свойствах изделия (и его цене), предназначенного к реализации.

У производителя в отношениях с потребителем есть одно небольшое преимущество. Использовать его непросто, но шанс вполне реальный. Производитель технически сложной продукции, требующей знаний и квалификации в эксплуатации, может попытаться сформировать вкус к ней потребителя путем просветительской и рекламной деятельности. Механизм, конечно, затратный, но по-другому выиграть острую конкуренцию на рынке маловероятно.

Интересы производителя и потребителя совпадают далеко не всегда, не сразу и не надолго, ведь это интересы субъектов производства, разделенных баррикадой рынка. Рынок – это ринг для них. Производитель заинтересован в прибыли. Потребитель – в сохранении финансов. Один стремится наполнить кассу, другой не опустошить кошелек. При этом оба смотрят на качество как на награду за победу в бою. Правовое регулирование помогает придать поединку цивилизованный характер. Не допустить обмана.

Государство не может быть в стороне от событий, происходящих на рынке, ибо экономика рождает политику; движение рынка обуславливает движение больших социальных групп. И если сегодня классовая борьба потеряла свою актуальность, то завтра место пролетариата и крестьян займут неудовлетворенные – кто качеством, кто ценой – потребители, количество которых окажется никак не меньше, а желание победить еще круче.

Судьбой каждого гражданина в отдельности государству заниматься не под силу, да и вряд ли целесообразно, но судьба социальных групп должна быть в зоне особого внимания любого государства и всегда, если, разумеется, само

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

государство не хочет оказаться в зоне особого внимания той основной части общества, которая в спокойное время зовется электоратом, а в беспокойное – народом.

Качество – это политика, во-первых, и только, во-вторых – продукт хитросплетений отношений на рынке. Сторонники абсолютной либерализации рынка – «ученые» провокаторы напряжения в общественных отношениях и «подрывники» национальной безопасности.

Весь современный социальный опыт подтверждает, что участие в управлении качеством – функция государства и даже межгосударственного сотрудничества. Примером служит Болонское соглашение. Оно было подготовлено общественным движением, но для придания ему реальной силы контролера качества образования, узаконенном коллективной политической волей.

«Внимание государства должно быть сосредоточено на:

интенсификации процесса импортозамещения за счет повышения качества отечественной продукции;

наращивании производственного потенциала предприятий, создании прогрессивных технологий и новых видов высококачественной продукции с тем, чтобы по мере развития отечественного рынка и интеграции в мировую экономику расширять долю российской продукции на внутреннем и внешнем рынках».

Актуализация правовых ресурсов государства по всей вертикали политической власти в области управления качеством, несомненно, будет способствовать достижению следующих важнейших результатов:

обеспечению качественного уровня жизни населения, без которого однозначно не выйти из демографического коллажа;

укреплению безопасности, территориальной целостности, предотвращению военной агрессии; упрочению позиции России в международных отношениях, большей сговорчивости в экономическом партнерстве;

созданию имиджа России как действительно великой, а не просто огромной страны;

разработке экологической рациональной политики и экономической практики.

Интегрируя анализ реальных последствий интенсификации поведения государства на рынке качества, отметим самое важное. Это единственный эффективный путь обеспечения национальной безопасности, то есть того, что стоит в рейтинге задач государства выше всего остального, так как достижение всего другого возможно только в условиях национального суверенитета.

Системный подход к решению проблемы качества в СССР стал формироваться в 50-е годы.

Саратовская система бездефектного изготовления продукции, системы НОРМ, КАНАРСПИ, КС УКП были достаточно успешным опытом социалистического воплощения необходимости управления качеством производства.

В середине 60-х годов широкое распространение в отечественной промышленности получила Львовская инициатива, получившая признание как «система бездефектного труда» – СТБ.

Высшим достижением «борьбы за качество», по-видимому, было создание на основе сочетания серьезного эксперимента (ВНИИС) и всестороннего обобщения практической работы по улучшению качества работы на передовых львовских предприятиях Комплексной системы управления качеством продукции (КС УКП). Эта система оказалась первой, где организационно-технической основой управления качеством продукции стали стандарты предприятия. К сожалению, эффективность применения передового опыта была невысокой. К началу 90-х годов только 10 % технической продукции гражданского назначения соответствовала лучшим зарубежным аналогам.

Государство располагает большими и разноуровневыми возможностями воздействия на качество производства и качество продукции. Правовой механизм, находящийся в руках государства, способен повлиять как непосредственно на совершенствование качества производственного процесса, так и опосредовано. С помощью налоговой политики можно стимулировать качественное производство и блокировать некачественное. Защищая потребителя от некачественного продукта, государство активно препятствует выходу на рынок недобросовестных производителей.

Основу правового обеспечения качества производства в нашем государстве составляет конституция РФ. Конституция 1993 года разрабатывалась в разгар передела собственности и поэтому ее творцы сделали все, чтобы положение (статьи) высшего Закона были предельно абстрактными, декларативными.

В статье 41 конституции РФ записано: «Каждый имеет право на охрану здоровья». Конечно, лучше было бы прибавить – «и здорового образа жизни». А еще лучше: «право на охрану здоровья и здорового образа жизни граждан России гарантируется государством». Однако в таком варианте пострадали бы «законные» интересы будущих олигархов, поэтому остановились на том, что имеем. Прямые отношения у этой статьи к правовому управлению качеством вроде бы нет. Есть косвенное, опосредованное защитой права населения страны на здоровье.

Товары непосредственного и долгосрочного потребления должны обладать необходимым

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

уровнем качеством, чтобы не наносить вред здоровью. В противном случае, предусмотрено серьезные правовые, финансовые санкции к производителю и продавцу.

В целях обеспечения защиты права на охрану здоровья были разработаны все возможные допуски (ПДК), санитарно-гигиенические требования, госстандарты изделий, услуг, отраслевые стандарты, в компании с которыми оказались и собственные «стандарты» предприятий (ТУ). Были созданы управляющие структуры либо модернизированы доставшиеся в наследство от социалистического времени.[7-8]

На базе провозглашенных Конституцией прав граждан на качественные товары выстроилась современная структура правового обеспечения управления качеством. Государство не вмешивается в технологию производственного управления качеством. Его деятельность направлена на контроль способа производства для исключения возможности нанесения ущерба

здоровью граждан (и не граждан) и вреда естественной среде жизнедеятельности человека, а так же на предупреждение появления на рынке опасных некачественных товаров, обмана потребителей и правовое регулирование отношений между продавцом (производителем) и покупателем в тех ситуациях, которые требуют подобной меры.

Рынок предназначен для экологической деятельности в рамках нормализованных отношений. Цены, приоритеты, спрос, предложение, реклама – все это механизмы рынка до тех пор, пока они пребывают в пределах нравственных тем же рынкам экономических отношений. Схема правового обеспечения управления качеством приведена на рис. 2.

Многие нарушения экономических отношений с необходимостью ведут к вмешательству правоохранительных структур, призванных защитить пострадавшего субъекта в рамках действующего законодательства.

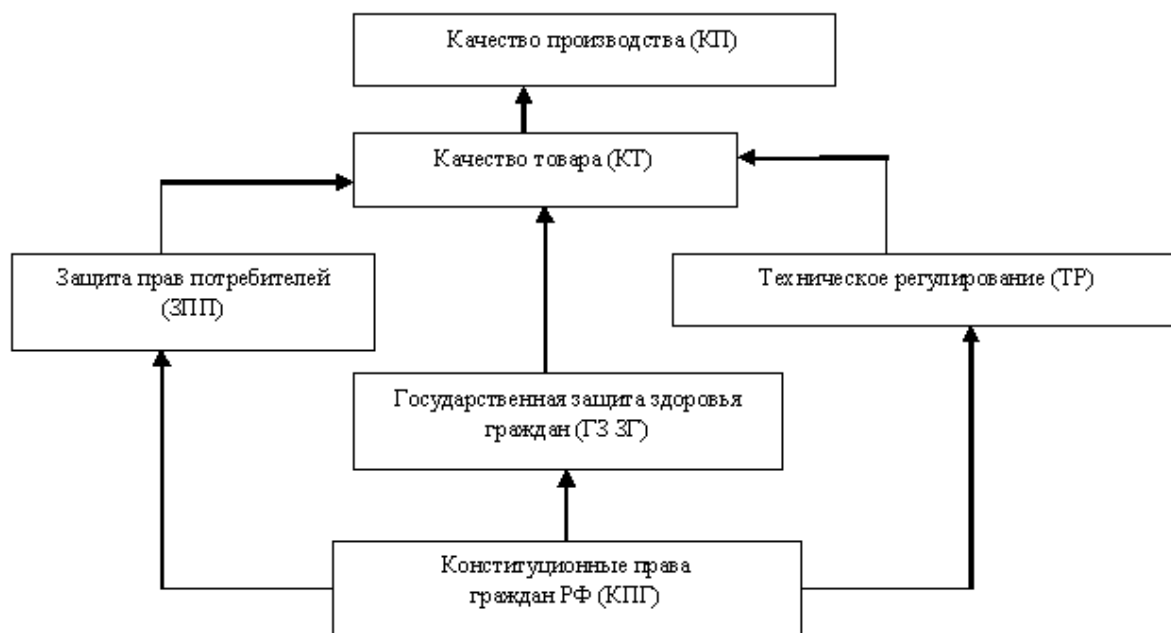


Рис. 2. Схема правового обеспечения управления качеством.

Любой акт «купли-продажи» – это подзаконное действие, и законодатель либо исполнитель обязаны включаться в процесс, в противном случае пострадают права собственника и не получит наказание нарушитель рыночных отношений, находящихся под юрисдикцией.

Ситуация с правовым обеспечением управления качеством – сложная. Рынок разделит производителя и потребителя, втиснув между ними посредника (и не одного). В связи с чем приходится дифференцировать понятия: «качество производства»; «качество товара

произведенного» и «качество товара приобретенного» потребителем.

Посредник – «спекулянт» – вполне способен нарушить технические условия при доставке товара к месту реализации, в хранении товара, подготовки его к продаже. В результате изменятся качественные параметры изделия. В правовой защите потребителя прописаны все возможные ситуации и меры ответственности продавца.

Законодательство, защищающее права потребителя, появилось в европейских странах и в Северной Америке давно и шлифовалось столетиями. В своем современном состоянии оно

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

достаточно эффективно, что заставляет нарушителей считаться с ним во избежание серьезных финансовых санкций смертельно-подобной антирекламы.

Российский опыт правового регулирования отношений в этой сфере значительно беднее, к тому же он складывался в специфических условиях социалистического рынка. Закон РФ «О защите прав потребителя» был принят в 1992 году и неоднократно редактировался (09.01.96; 17.12.99; 30.12.01) с целью придания ему большей адекватности развивающейся экономической ситуации.

Субъектом, интересы которого защищает данный закон, выступает потребитель, приобретший товар, точнее, товар, не отвечающий всей совокупности потребительских и технических характеристик. А объектом правовых отношений – качество товара.

Таким образом, Закон имеет двойную силу: защищает покупателя от некачественных изделий и ограждает рынок от некачественного товара. Производитель (и посредник) получил правовой сигнал о необходимости представления к рыночной реализации качественной продукции.

В периферийной зоне интереса законодателей была и активизация деятельности ряда федеральных органов: по стандартизации, метрологии и сертификации, санитарно-эпидемиологическому надзору, охране окружающей среды и природных ресурсов.

Категориальный аппарат Закона о защите прав потребителя составили понятия: «потребитель», «изготовитель», «продавец», «стандарт», «недостаток товара», «существенный недостаток товара», «безопасность товара». Как видим, в категориальном аппарате закона отсутствует упоминание «качества», несмотря на то, что он защищает потребителя от некачественного товара, а дулетом старается защитить рынок от брака и контрафактной продукции.

Разработчики идеологии Закона поступили логично. Они расчленили содержание понятия «качество товара» на составные: «производитель товара», «исполнитель», «продавец», «стандарт», «потребитель», выстроив из них систему, образующим фактором которых сделали «стандарт». Отношение потребителя и производителя регулируется в Законе с помощью понятия «стандарт», которое подлежит изменению в определенной системе единиц.

«Стандарты» подразумеваются существующими в двух уровнях: универсальном, контролируемом государством, и отраслевом, приватном, устанавливаемом самостоятельно производителями, и прошедшим необходимые процедуры сертификации.

Согласно логике построения субординационных отношений требований более высокого уровня организации являются ориентирами для остальной части «пирамиды». В случае же противоречия преимущество принадлежит тому, кто (или что) выше, т.е. главное.

Вводить в понятийный аппарат Законом понятие «качество (товара)» было излишним. Его с успехом заменили более верифицируемым понятием «стандарт». Заодно напомнив всем субъектам рынка от производителя и исполнителя до потребителя, кто в доме хозяин.

С философской и экономической точек зрения основной недостаток закона – в локальности предназначения. Государство по-прежнему пребывает под гипнозом эффективности экономического либерализма американской модели, сверхделикатно в выражении своих экономических интересов забывая, что эти интересы не государственного управления, а народа России. Государство, особенно исполнительная власть как высший менеджер, должно реализовывать интересы народа, вместо того, чтобы опасаться быть неправильно понятым зарубежными партнерами. Зарубежные партнеры, когда надо, гайки закручивают намертво.

Государству следует вести экономическую политику в отношении качества более масштабно, тогда ее эффект будет значительнее и резко сократится частная судебная практика, рассматривающая частные претензии к продавцу по поводу некачественного товара.

Надо рынок защищать от некачественного товара, как в свое время сделал Г. Форд – старший, когда поручил «фазу от браковки» специальному производству, выведя контроль качества за скобки основного производственного процесса. В результате на сборочный конвейер перестали поступать некачественные комплектующие.

Государству не нужно стремиться быть субъектом рынка, ему нужно быть над рынком, стимулируя производителей качественного товара и не допуская на рынок некачественный товар. В первом случае требуются экономические стимулы, во втором – административные и уголовные санкции.

Сейчас государство стоит к проблемам управления качеством, как бы, в пол-оборота, скромно дистанцируясь. Необходимо же повернуться к нему лицом и взяться за качество, «засучив рукава». Только тогда наступит время, в которое министры не смогут своей властью переносить на годы сроки исполнения указаний президента.

Основная часть

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Качество, свойства, мера, до появления человеческой заинтересованности в них, были всего лишь объективными природными характеристиками вещей, процессов их образования и превращения. Накопление или уменьшение количества приводило к критической массе – границе «качественного количества». Мера, характеризующая количественный интервал, – пределы развития качества, предупреждала о том, что дальнейшее изменение целесообразно только в другом качественном выражении. Разумеется, само по себе количество не способно перейти в качество. Новое качество возникает из качества старого. И способ смены качества отличается от способа изменения количества. Количественные изменения непрерывны, качественные, по определению, – дискретны.

Возникновение человеческой деятельности существенно изменило понимание качества и связанных с ним характеристик бытия. К естественно-историческим процессам развития природы прибавились социально-исторические.

Человек активно приступил к перестройке естественных предпосылок своего бытия, рассматривая их в качестве сырьевой базы борьбы за собственное существование. Никогда не следует забывать, что сущность человека – *практическая*. Ф. Энгельс был абсолютно прав, когда утверждал: человек, конечно же, существо творческое, но прежде чем творить и удивлять, он должен есть, пить, одеваться, обуваться и иметь надежную крышу над своей творческой головой. Необходимого в готовом виде в природе он не находит, поэтому фундаментом бытия человека и его прогресса всегда будет практическая деятельность, материальное производство во всем многообразии его направлений, кстати, тоже определяемым разнообразием человеческих потребностей.[9]

К двум объективным, естественным измерениям качества – природным свойствам и мерности прибавляется третье – оценка качества в проекции потребностей бытия человека, сочетающих объективные и субъективные начала (рисунок 3).

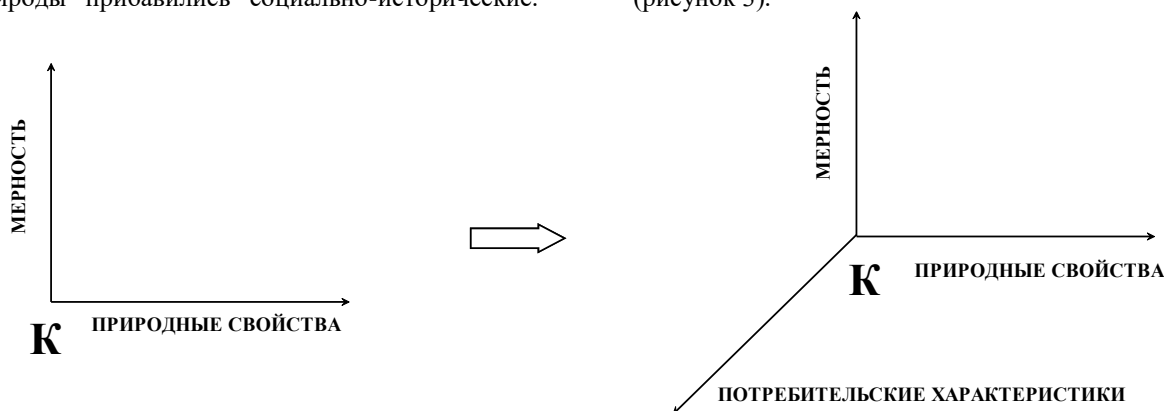


Рис. 3 Развитие представлений об измерении качества.

Исторически изменился ассортимент носителей качества. Сегодня он включает в себя, наряду с качеством объектов материального мира, качество сырья, полуфабрикатов, конечных форм товарной продукции, программного продукта, явлений духовной культуры, самой создающей деятельности людей и способов подготовки к ней – качество профессионального образования.

Качественные изменения в объеме понятия «качество» за счет включения новых явлений, требующих качественных характеристик, предполагают внесение изменений и в содержание понимания качества, необходимо загружать его новыми конкретизирующими признаками. Даже в первом приближении очевидна недостаточность экстраполяции качественных характеристик явлений природы, к примеру, солнечного излучения на качество сырья, товаров непосредственного потребления или услуг.

Вместе с тем набор базовых характеристик качества, выраженный в его определении, сохраняется инвариантно.

Современное понимание качества вышло за рамки традиционного понимания «качества», разработанного в классической философии, но из этого не следует думать, что философское определение качества устарело. Философия – исторический тип мировоззрения, и ее анализ коренных характеристик бытия имеет универсальное значение. Философское определение качества – посыл, которого необходимо придерживаться в конкретных временных или предметных обстоятельствах. Со временем изменяется не столько философское понимание качества, сколько взгляд на качество специального и практического сознания. Познание восходит от общих абстрактных представлений к конкретному пониманию

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

явлений мира и их свойств. Такое движение знаний не отрицает исходного понимания. Напротив, мы руководствуемся им как навигационным устройством, прокладывая себе путь в мире актуальных проблем.

В системе философских категорий «качество» отражает существенную определенность явлений, благодаря которой они предстают такими, а не другими. Известный немецкий философ Г. Гегель писал: качество – это то, лишаясь чего, явление перестает быть самим собой. Определяя качество как систему существенных свойств явления, философия выделяет два аспекта определения качества, позволяющих конкретизировать общие методологические характеристики. **Качество** характеризует как некоторое множество однотипных явлений, так и отдельно взятое явление определенного множества. Данная дифференциация важна при выработке стандартов качества и не менее значима в плане обоснованности индивидуальных потребительских претензий [10].

Еще один существенный нюанс в определении качества заключается в том, что качество – это не собрание общих свойств явлений, а система, поэтому исключение или перемещение отдельных свойств, например в рейтинговой классификации, не допускается. Качество либо есть, либо его нет. Меньше качества не может быть и больше тоже. Количественные вариации применимы не к «качеству», а к «состоянию качества».

Понятие «**состояние качества**» – «**качественное состояние**» – ключевое при разработке конкретных научных, отраслевых представлений о качестве специфических явлений. В отличие от понятия «качество», имеющего значение идеала и служащего точкой отсчета в выработке точных стандартов, понятие «состояние качества», как правило, включается в разработку регламентирующих нормативных положений. Понятие «состояние качества» вырабатывается на том уровне знаний, который позволяет активно вовлекать специфические и количественные возможности определения качества.

«Качество» определяется через свойства. «Качественное состояние» характеризуется и определенным набором свойств и их количественной оценкой. По существу мы преимущественно оперируем именно представлениями о состоянии качества, подразумевая качество как таковое. Иначе в практическом мышлении и не должно быть, ведь оно определяет реальный предметный процесс или его результаты.

На пути нашего познания противоречия мира расставили много ловушек. Они рассчитаны и на

слабости нашей психики и на «склонности» интеллекта. В стремлении понять качество особо опасны односторонность и непоследовательность.

Односторонность познания проявляется в желании расставить все по своим местам – «по полочкам», согласно правилу, – «каждому свое», «Богу – богово», «Кесарю – кесарево». Философы разрабатывают учение о качестве, остальные пользуются достижениями философии. Когда есть чем пользоваться – хвалят, когда нет – ругают. Позиция удобная, позволяет списать заодно с чужими и собственные «грехи».

Универсальные понятия философии, в числе которых категория «качества», – не вечные идеи Платона, доступ к которым открыт только философам. В философских понятиях отражается уровень совокупного мышления, его достижения и недостатки. Ядро философских знаний образует понятия, синтезирующие конкретный культурный опыт. Качество философских знаний обусловлено как качеством понимания самих философов, так и творчеством представителей всех направлений научного познания. Практически можно, но логически нельзя, быть сторонним наблюдателем формирования современного миропонимания, в котором научные обобщения служат узловыми образованиями.

Не менее важны последовательность и разносторонность в понимании качества. От признания необходимости творческого союза философии и науки до воплощения этого принципа развития знаний в реальное творчество – дорога непростая. Общее спрятано в частности. Его в нем надо добыть, что само по себе нелегко, и к тому же не везде необходимо. Во взаимодействии теории и практики довлеет авторитет последней.

Практика торопит с решением своих проблем. «Плодоносная» сторона теоретического знания вытесняет «светоносную». Наука, подчиненная практике, работает «с колес», выжимая возможности готовой теории. Фундаментальные разработки заморожены, а ведь только посредством их достигается скачок к новым материалам, технологиям, одним словом, новому качественному состоянию производства и товаров.

Не только в теории, но и в практике назрела потребность в синтетической концепции качества, соединившей бы в себе философские характеристики качества с научными наработками и аналитическим опытом производства. **Нужна идеология качества.**

Идеология качества – это научно-философская теория качества с двумя главными задачами. Прежде всего, в ней не должен быть аналитически отражен реальный опыт созидательной человеческой деятельности, систематизировано понимание качества как

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

продукта творчества. И, конечно же, идеология качества призвана быть не только зеркалом социально-исторических достижений, она должна генерировать новые идеи, направлять прогресс, начиная с производства, контролировать, регулировать, предвосхищать отношения спроса и предложения на рынке во всем ее спектре.

Аналитики отмечают устойчивую тенденцию увеличения на рынке спроса на качественную продукцию. Наблюдается знаковое в смысле конкретности времени смещение покупательского интереса в сторону качества товара. Однако откровением оно стало только потому, что нет достаточного теоретического сопровождения маркетингового прогноза. Математические модели – «подручные» средства. Они эффективны, когда уже накоплен достаточный опыт, позволяющий качественно измерить обозначившиеся изменения на рынке, то есть следовать, а не опережать. Необходимо логическое опережение, такое как в генетике, – имеется комбинация хромосом, – жди соответствующих признаков с вероятностью, рассчитываемой по известным формулам.

Тенденция рынка к качеству товаров вполне зримо выступила в США сразу же после 1945 года. Американцы на Родине, в Европе и в Азии бросились покупать все более или менее ценное. Их интерес к качеству был обусловлен покупательской способностью, с одной стороны, и анализом международной ситуации – политический маятник качнулся в сторону напряжения отношений между победителями – с другой.

Идеологи качества предполагают ориентацию на национальные особенности – национальные традиции, национальные идеи, своеобразие естественной среды обитания и отношения с природой, специфику ремесел и развития производства, социальную архитектуру общества, нравы, обычаи.

Теоретическая и методологическая значимость идеологии качества усиливается тем, что она поможет преодолеть ограниченность ныне действующих попыток «обуздать» качество. Так называемые системы управления качеством являются на самом деле всего лишь формами организации контроля за качеством деятельности, либо ее результата. Даже широко применяемая ныне система в виде международного стандарта качества серии ISO-9000 содержит лишь самые общие положения по управлению качеством [8].

Методологическим базисом идеологии качества выступает диалектика в обоих своих гносеологических значениях – в качестве общей теории и логики познания. Начинать следует с самого начала, не поддаваясь психологическому дискомфорту. Логическим началом теории был и будет поиск адекватного определения

системообразующего понятия. В жизни понятия, как и человека, разрабатывающего понятие, выделяются два периода «донатальный» и «постнатальный». Активная жизнь понятия начинается с момента его адекватного определения.

Определение – предельная абстракция научного и философского знания, схватывающая самое существенное в содержании понятия. Оно очень бедно по содержанию, кажется формальным, «нерабочим» знанием. Однако именно определение несет особо значимую нагрузку, системно характеризует понятие.

В определении содержится указание на принадлежность явления, отраженного в понятии, к системному ряду и одновременно фиксируются его отличительные признаки («определяющие моменты»). К определяющим моментам сущего относится все то, что составляет его специфическое бытие. Если все определяющие моменты собраны вместе, то сущее из модуса возможного бытия переходит в модус действительного бытия. Примером могут служить определения известных геометрических фигур: трапеции, параллелограмма, ромба, прямоугольника и квадрата. Все названные фигуры имеют 4 угла и образованы 4 прямыми линиями. Они – замкнутые четырехугольники, то есть в систему замкнутых многоугольников входят в данном качестве и определяются через общие признаки. Иерархия собственных определений обусловлена включением дополнительных (к необходимым) признаков, конкретизирующих содержание определяемого понятия. На верху оказывается квадрат, так как его образует наибольшее количество дополнительных признаков. Определение квадрата получается самым богатым по содержанию, но и оно не тождественно содержанию понятия «квадрат», ибо в нем не схвачены все геометрические свойства квадрата и его отношений с другими фигурами.

Расхождения в понимании качества начинаются тогда, когда из содержания понятия, представляющего всегда некоторую целостность, изымаются и неадекватно толкуются отдельные образующие признаки, либо условия существования качества. Качество чаще всего отождествляется со свойством, а условия включаются в систему собственно качества. Чтобы избежать заблуждения, необходимо четко придерживаться определения качества как точки отсчета в системе его понимания.

Односторонность и ошибки в понимании качества явления имеют как объективные, так и субъективные основания. Качество, как объективная характеристика явления, соединяет несколько коренных его свойств, но проявляется качество явления в зависимости от

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

взаимоотношений с другими явлениями по-разному, что позволяет говорить о многокачественности. Ф. Энгельс писал: «Существуют не качества, а только вещи, обладающие качествами, и притом бесконечно многими качествами». Различное выражение качества в процессе взаимодействия явления может восприниматься односторонне. Вот почему диалектический метод познания и требует, чтобы явление рассматривалось во всем возможном многообразии его связей. Только соблюдение этого правила поможет свести к минимуму односторонность оценки.

Логика процесса познания качества так же «располагает» к неадекватным суждениям. На начальном этапе познания объект исследования выступает отдельными своими свойствами. Познание движется от отдельных свойств, через их сравнение, оценку, дифференциацию к установлению их отношений, осознанию единства этих отношений. И только на этапе систематизации формируется искомое понятие.

Познание восходит от «свойств» к их единству – «качеству», от «качества» к «количеству» и далее к идеи «количества качества» или «качественного количества» – «мере», выражающей взаимосвязь «качества» и «количества».

Понятие «качество» активно мигрировало из системы философских категорий в науку и практическое сознание. Адаптация к новым уровням мышления представлена в Академическом словаре русского языка. Наряду с философским определением, авторы приводят еще три: [11-12]

1. «Существенный признак, свойство, отличающее один предмет или одно лицо от другого (чаще о положительном признаке, свойстве)».

2. «Степень достоинства, ценности, пригодности вещи, действия и т.п., соответствия тому, какими они должны быть».

3. «Разница в ценности между тяжелой фигурой и легкой в шахматной игре».

В.И. Даль так же предпочел наиболее широкое толкование качества – «свойство или принадлежность, все что составляет сущность лица или вещи».

Таким образом, *качество*, ставшее, как утверждают специалисты, системообразующим фактором современной экономики, предполагает несколько аспектов анализа: *философский*, *научный* и *практический*. Сбалансировав эти подходы, мы можем рассчитывать на успех в разработке системы управления качеством.

Надо ответить, прежде всего, четко и ясно на вопросы: что мы называем «качеством»? и в чем своеобразие «качества деятельности»? Последний особенно актуален, ибо перед нами стоит конкретная задача, выстроить систему управления

качеством, применительно к определенной деятельности – высшему профессиональному образованию.

Сформулируем основные положения, уточняющие предшествующую характеристику понятия «качество»: во-первых, качество является системой определяющих свойств явлений. Качество нельзя отождествлять с одним из них, каким бы значимым оно не было. Качество способно проявляться через отдельно взятое свойство, но и в этом случае оно выступает в качестве определенного единства, пренебрегать которым не допускается.

Во-вторых, «качество» и «количество» – диалектически противоположные понятия, то есть они исключают друг друга, по определению, предполагая взаимообусловленное существование. «Количество» непосредственно в «качество» переходить не может, оно создает условие, обеспечивающее превращение одного качества (или качественного состояния) в другое. Равно, как и «качество» не переходит в «количество», но новое качество обуславливает другое количество. Отсюда и появляется стремление раскрыть качество с помощью количественного анализа. «Сведение качества к количеству – основная тенденция современного естествознания». Количественный анализ качества рационален в рамках понимания того, что систему качества он не обнаруживает. Количественный подход к качеству ограничен функцией оператора. Понимание «качества» требует сочетания количественных измерений и качественных определений.

В-третьих, понятие «качество», отражая предметно-многообразный мир, должно воспроизводить в себе это объективно существующее различие. Оно поэтому структурировано. Структурированность «качества» особо значима для разработки системы управления качеством. Целесообразно выделять следующие структурные уровни качества:

- качество естественного материала;
- качество переработанного естественного материала;
- качество технического продукта;
- качество программного продукта;
- качество деятельности.

Сравнивая представленные уровни в структуре качества, не трудно заметить, что их основное отличие обусловлено присутствием или степенью включения сознательной деятельности. С возрастанием участия деятельности происходит смещение статуса качества от «материальности» (предметности) к «идеальности» (сознательности). Совершенно очевидна нарастающая тенденция перехода от естественно – образованных (стихийных) свойств качества к сознательно-заданным характеристикам качества. Высшее

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

воплощение это смещение достигает на уровне качества самой деятельности. Одновременно обратим внимание на то, что качество на всех уровнях остается объективной характеристикой процесса (явления), поэтому, задавать свойства качества произвольно непродуктивно. Необходимо считаться с объективной реальностью, частью которой выступает наша сознательная деятельность. Сила знаний – в их объективности. Качество обеспечивает исключительно та деятельность, которая сама качественна, то есть опирается на умелое использование объективных знаний. Такую деятельность и принято определять как «профессиональная».[13-14

Важнейшие научные выводы XX века о «ноосфере», о «превращении науки и культуры в непосредственную производительную силу общества» и «возрастании роли в истории субъективного фактора» отражают спектральное смещение в структуре качества в направлении качества деятельности, актуализируя комплекс проблем управления качеством.

Системообразующий признак профессионально-образовательной деятельности синтетически представлен понятием «образование». Понятие «профессиональное» служит вектором. «Образование, процесс и результат усвоения систематизированных знаний, умений и навыков ... оно тесно связано с воспитанием». Образование соединяет в себе обучение и воспитание. Обучение и воспитание, в принципе, связаны сами по себе. Образование придает их отношениям определенную целостность и направленность. Образование бессмысленно толковать вне идеологии. Не образование надо «очищать» от идеологии. В идеологии нужно «разгрести» завалы, устроенные апологетами и критиками буржуазного строя общественных отношений.

Идеология образования – общего и профессионального – базируется на двух важнейших положениях: необходимости системного обучения, чтобы сила знаний имела положительный вектор, и значимости воспитания потребности в системных знаниях, иначе активная фаза отношения к знаниям окажется ограниченной временем обучения в образовательных структурах.

Критерии качества высшего профессионального образования целесообразно рассматривать в теоретическом и практическом аспектах. В идеале оба аспекта должны быть двумя сторонами единого действия.

В теоретическом плане критерии качества деятельности вуза выглядят как «стыковочный узел» Госстандарта; личной удовлетворенности выпускника; конъюнктурных требований внутреннего потребителя и разноуровневых требований международного рынка труда.

Совместить столь различные подходы можно только в форме весьма эластичной и условно конкретной модели «специалиста».

Практический план более четкий. Необходимы современные эффективные педагогические технологии, высококвалифицированные кадры, рациональное управление и достаточные финансы.

Вместо выводов сведем и определим основные понятия идеологии качества. Разработка идеологии качества начинается с выделения и определения существенных свойств того множества явлений, качество которых мы должны понять и оценить.

Понятие «существенные свойства» отражают группу признаков, характеризующих структурно-функциональные особенности заданного ряда явлений. Существенные свойства обеспечивают статус и функционирование как отдельных явлений, так и множества в целом. Отсутствие хотя бы одного такого свойства свидетельствует об отсутствии качественной определенности явления.

Сложность заключается в определении существенности свойства. Любые стандарты, призванные внести ясность, условны и субъективны, что позволяет манипулировать качеством как характеристикой явления, подменять качество. В отношении качества продукта деятельности и самой деятельности, подобная манипуляция, в основном, связана с секвестром номенклатуры существенных свойств. К примеру, обувь должна обеспечивать безопасность и комфортность передвижения. Эстетические и гигиенические составные качества упакованы в определении основных функций, что вполне допустимо, так как определение качественной характеристики требует максимальной лаконичности. Тем же, что синтезировано включено в определение качества, можно попытаться распорядиться произвольно. Не секрет, что в производстве обуви легально и, особенно нелегально в значительных масштабах используются материалы, сертифицированные как экологически неضرные вообще, но не в нашем конкретном случае. Обувь некорректно разделять на качественную и некачественную. Некачественная обувь – по определению – не обувь, а суррогат подобие, подделка. Что же делать? Нерационально по формальным признакам определять реальную ситуацию и тем более же считаться с реально действующим практическим укладом.

Для стыковки теории и практики целесообразно дифференцировать в идеологии качества понятия «качество» и «состояние качества». Понятие «качество» подчеркивает системный способ отношения образующих определенность множества явлений существенных

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

свойств. Качество, как предельная характеристика определенности, характеризует данное множество явлений формально, принципиально.

Понятие «состояние качества» отражает конкретный уровень выражения качества явлений. В этом смысле оно более содержательно и фиксирует реальное положение дел. Состояние качества может быть незавершенным, условно определяемым.

Понятие «уровни качества» конкретизирует понимание качества в аспекте развития мира, его усложнения, возрастающего значения разумно-практической деятельности. Идеология качества применима как раз к определенным уровням качества, а точнее, она обусловлена их специфическим статусом и внутренней дифференциацией.

Историческое развитие основных видов обуви проходило в непосредственной связи с природными социально-экономическими условиями своей эпохи, эстетическими и моральными требованиями общественной жизни и господствующим художественным стилем в искусстве.

Стиль в искусстве – это исторически сложившаяся, относительно устойчивая общность образной системы средств и приемов художественного выражения, обусловленная единством идейного содержания.

В костюме общая стилевая направленность выражается в основных формах и пропорциях, способе ношения, применении определенных материалов и их цветовых сочетаний, характере использования вспомогательных материалов, фурнитуры и бижутерии.

Изменения общего художественного стиля эпохи всегда связаны с большими идейными и общественными сдвигами. Происходят они в течение длительного исторического периода. Но в **пределах каждого стиля** существует более подвижное и кратковременное явление – **мода**, затрагивающая все области человеческой деятельности.

Слово «мода» происходит от французского mode, которое в свою очередь восходит к латинскому modus, что означает мера, образ, способ.

По В. Далю, мода – это временная изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и нарядах. Часто встречается другое определение: **мода** – это кратковременное господство определенных форм, связанное с постоянной потребностью человека в разнообразии и новизне окружающей деятельности. Особенно заметно и активно проявляется **мода** в костюме, который подвержен наиболее частой сменяемости объемных, плоскостных и линейных форм.

Некоторые специалисты, законодатели моды, считают, что рождение моды трудно связать с

каким-либо определенным периодом или событием. Возможно, это так же неопределенно, как и ее конец. Но, с другой стороны, наиболее важной чертой моды является ее **обязательная сменяемость**. С появлением новой моды обувь, как и другие предметы костюма, характерные для предшествующей моды, частично или значительно теряют свою эстетическую ценность, а вместе с тем и денежную стоимость. Этот факт имеет важное эстетическое и экономическое значение для производителей и покупателей. Одни не хотят покупать, а другие несвоевременно ощутили резкое падение спроса на эти виды обуви, не смогли вовремя предложить рынку новые модные виды обуви, чтобы сохранить высокий спрос и имидж своего предприятия, как законодателя моды, имеющего службу маркетинга, отслеживающую вопросы спроса и своевременно принимающую эффективное решение. К сожалению, производители никак не поймут, что этот факт – потеря эстетической ценности предлагаемых покупателю видов обуви – происходит от естественного стремления людей к обновлению своего гардероба, что связано с постоянно меняющимися потребностями (в том числе и эстетическими) и общим развитием человеческого общества. [15-16]

Работа предприятия без учета сложившейся ситуации на рынке спроса сегодня, а лучше – завтра, обязательно приведет к краху, потому что **мода – это и новизна, и подражание** не всегда новому, но обязательно необычному с проявлением индивидуальности каждого потребителя. Нельзя не согласиться с высказыванием известного французского художника-модельера П. Кардена о моде: «Мода – это ... обновление! Принцип, которому извечно следует природа! Дерево сбрасывает старую листву, человек – наскучившие одежду и обувь. Когда вещи становятся привычными, люди от них быстро устают. Мода спасает от утомительного единообразия. Люди хотят нравиться друг другу: быть красиво одетыми, хорошо выглядеть – естественная потребность».

Современному руководителю нужно обладать тем чутьем, умением предугадать это возникающее новое, что уже носится в воздухе, но еще не обрело плоти. Этому умению нужно учиться, рисковать, окружать себя талантливыми художниками-модельерами, доверять им, реализуя их предложения и разработки малыми сериями, апробируя на рынке спроса, рекламируя достоинства предлагаемого ассортимента обуви, формируя у покупателя хороший вкус и его желание быть красиво одетым, хорошо выглядеть. Это не происходит само собой. Это состояние души формируется под влиянием среды, где человек общается, живет, творит и желает быть узнаваемым.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Вкус должен быть развитым, но вместе с тем у каждого покупателя, каждого члена общества, считающего себя культурным человеком, вкус должен быть наделенным индивидуальными качествами, только в этом случае *мода* сможет выполнить свою миссию – *сделать каждого человека индивидуальностью*. Это возможно в том случае, если у людей формируется наличие разных личных вкусов, если создается общество людей, способное с уважением относиться к чужим вкусам, не навязывая им своих, мирно сосуществуя, формируя общество из интеллектуальных, культурных людей.

К сожалению, уровень качества в российской промышленности и сфере услуг до сих пор не удовлетворяет этим требованиям. Немногочисленные примеры успешной конкуренции российских компаний на внешнем рынке в большинстве случаев достигнуты за счет дешевизны сырья, материалов, энергии и труда. После вступления России в ВТО этих преимуществ у российских компаний не останется. Они смогут конкурировать с мировыми производителями, основываясь только на высоком качестве продукции и технологических процессов, на умении соответствовать требованиям рынка, на наличии востребованного ассортимента обуви.

Одни из важнейших шагов в реализации этих целей было принятие 27 декабря 2002 г. Федерального закона №184-ФЗ «О техническом регулировании». Этот закон закладывает основы радикальной реформы всей системы государственного регулирования качества.

Федеральным законом «О техническом регулировании» (далее – ФЗ) предусматривается гармонизация с европейской практикой российских: *подхода к оценке соответствия, системы стандартизации, государственного контроля за качеством*. Осуществляемая в стране реформа технического регулирования направлена на то, чтобы обеспечить на рынке достижение необходимого баланса между интересами потребителя и изготовителя. При этом, с одной стороны, должны быть обеспечены безопасность продукции для человека, его имущества, и окружающей среды, а с другой – на пути движения товара к рынку (оценка и подтверждение соответствия, контроль и надзор за качеством и т.д.) позволяет предупредить действия, вводящие в заблуждение потребителей.

Известно, что лидирующего положения в мировой экономике достигают лишь те страны, которые способны обеспечивать качество продукции и услуг, создающие их производителям конкурентные преимущества, а потребителям – комфортные условия жизни. Именно поэтому в ведущих странах мира проблема качества находится в центре

экономических интересов государства и граждан. Системы качества, являясь рыночным механизмом управления качеством, которые предприятия применяют по своему усмотрению, требуют государственной поддержки.

Одним из важных шагов государственной поддержки систем качества стал выход в 1998 г. постановления правительства РФ «О некоторых мерах, направленных на совершенствование систем обеспечения качества продукции и услуг». В нем, в частности, говорится: «Считать важнейшей задачей федеральных органов исполнительной власти осуществление поддержки субъектов хозяйственной деятельности, внедряющих системы качества на основе ГОСТ Р ИСО серии 9000 в целях повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и предоставляемых услуг. Рекомендовать органам исполнительной власти субъектов РФ оказывать поддержку указанным субъектам хозяйственной деятельности».

В результате с помощью размещения выгодных заказов государство заинтересовывает промышленность в создании и использовании таких действенных инструментов улучшения качества продукции, как современные системы качества, то есть использовать новую версию ИСО 9000:

Система качества по новой версии стандартов ИСО серии 9000 – это обеспечение необходимого потребителю качества, но с минимальными затратами. В этом, в частности, заключается философия концепции TQM (Total Quality Management) и как следствие – высокая эффективность системы качества на предприятии [10, 11]. В этих условиях преимущество получит то предприятие, которое может предложить потребителям лучшее качество по более низкой цене.

Система качества должна обеспечивать как соответствие продукции требованиям потребителя, так и гарантированное выявление и устранение недостатков производственных процессов, которые влияют на качество, т.е. обеспечивать наибольшую вероятность отсутствия дефектов.

Но уже прошло более года с момента вступления в действие ФЗ, за это время в стране так и не было принято ни одного технического регламента, устанавливающего обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования.

Техническое регулирование – правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия [4, 5].

По мнению заместителя директора департамента технического регулирования и метрологии Министерства промышленности и энергетики России (бывшего Госстандарта) Евгения Петросяна, такое положение с исполнением ФЗ обусловлено неразберихой в сфере стандартизации после неудачного проведения административной реформы. В сущности с тем, что неудачно проведенная административная реформа задержала реформу стандартизации, согласен и директор департамента Марина Глазатова, так как только через год Правительство РФ сформулирует перед ними основные задачи, но уже сегодня нужно решить три главные проблемы, а именно:

уточнить положения, касающиеся проведения обязательного подтверждения соответствия в переходный период. Здесь надо внести поправку в статью 46 ФЗ. Поправка это должна гарантировать обязательность проведения всех форм подтверждения соответствия, которые есть на сегодняшний день, и устанавливала бы легитимность и сертификатов, и деклараций на переходный период. На сегодня такого документа нет, поскольку законы о сертификации и стандартизации отменены;

уточнить положения по регистрации сертификатов и деклараций соответствия. По ФЗ регистрацию должен вести федеральный орган по техническому регулированию, то есть министерство. Однако физически оно не сможет справиться с таким объемом работы, поэтому эту проблему решили, сохранив право регистрации на местах за центрами стандартизации и метрологии. Правда, судьба самих ЦСМов, как федеральных государственных учреждений, пока не ясна;

уточнить порядок разработки правил и методов проведения испытаний и измерений, отбора образцов. В соответствии опять же с ФЗ все методике должно утверждать правительство. Но с учетом того, что стандартов – шесть с половиной тысяч, это представляется нереальным. Департамент предлагает перенести эту работу на уровень утверждения национальных стандартов, то есть на уровень Федерального агентства. Но вопрос остается пока открытым, потому что ФЗ предусматривает: правила и методы, которые будут утверждены правительством, будут потом использоваться для контроля и надзора при проведении проверок. То есть стороны будут заранее знать, как именно, по какой методике будет вестись проверка. Это сделает процесс контроля за выполнением требований технического регулирования более прозрачным.

Только смысл этих претензий, скорее, противоположный: если «частные» проекты грешат неполнотой и предельной легкостью

выдвигаемых к продукции требований, то «государственные» стремятся регламентировать все, что только возможно, и по таким высоким меркам, что непонятно, кто их сможет выполнить. Хотя **технические регламенты** принимаются только в целях обеспечения защиты жизни или здоровья граждан; имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества; охраны окружающей среды, предупреждения действий, вводящих в заблуждение приобретателей. Применение **технических регламентов** в иных целях не допускается.

Так как согласно ФЗ **технические регламенты** делятся на общие и специальные, то в этом случае требования **общих технических регламентов** обязательны для всех видов продукции, процессов производства, эксплуатации и т.п. Они принимаются по вопросам безопасной эксплуатации и утилизации машин и оборудования, безопасной эксплуатации зданий, сооружений, строений и прилегающих к ним территорий, пожарной, экологической, биологической, ядерной и радиационной безопасности, электромагнитной совместимости, тогда как **специальные технические регламенты** устанавливают требования к отдельным видам продукции, процессам производства, эксплуатации и т.д.

ФЗ для обеспечения требований технических регламентов предусматривается два вида стандартов: национальные, которые принимаются и утверждаются национальным органом по стандартизации, и стандарты предприятий (организаций). Существующих же в настоящее время отраслевых стандартов больше не будет, они должны быть переведены в ранг национальных стандартов, либо в стандарты организаций.

Следовательно, **стандарт** – это документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливается характеристика продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать требования к терминологии, символике, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения.

Во время реформ на предприятиях после принятия ФЗ резко сократились службы стандартизации, метрологии, контроля качества, как ненужные, лишние, а на предприятиях, где еле теплилась жизнь, ради экономии фонда заработной платы службы стандартизации, метрологии и контроля качества вообще были ликвидированы. Руководителям некоторых вполне благополучных предприятий, как ни странно, долгое время не

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

приходила в голову мысль, что качество – основополагающий фактор в конкурентной борьбе, а названные службы как раз и есть те рыцари, которые и способны обеспечить этот самый успех на рынке.

Технические регламенты не устанавливают требований к конструкции и исполнению. Как следствие этого, перед производителями всегда будет стоять задача при изготовлении конкретных изделий иметь такой документ для выпуска продукции, который обеспечивал бы, наряду с созданием продукции с заданными потребительскими свойствами, выполнение требований технических регламентов. Способов действия в этой ситуации два: *первый* – разработать такой документ самостоятельно, что далеко не каждому производителю под силу, *второй* – применить национальный стандарт. Первый способ чреват тем, что производителю надо будет доказывать, что его документ обеспечивает выполнение требований технических регламентов. Таким образом, основным условием выполнения требований технического регламента может служить реализация принципа «презумпции соответствия», принятого в ЕС. В российских условиях это означает, что применение производителями на добровольной основе национальных стандартов, гармонизированных с данным техническим регламентом (п.9.ст.16), считается выполнением его требований.

Разработчики новой версии стандартов ИСО серии 9000 сделали попытку вложить в них современное понимание системы качества, отвечающее требованиям глобального рынка, который можно охарактеризовать следующим образом:[17-18]

рынок сверх насыщен товарами одного и того же назначения;

ему присуща постоянная изменчивость, обусловленная научно-техническим прогрессом, а также жесточайшей конкуренцией, порождающей новые предложения;

потребители на рынке знают, чего хотят, и им есть из чего выбирать.

Другой принцип: для построения системы качества принят «процессный подход». Соответственно она представлена тремя взаимосвязанными блоками процессов вместо 20 элементов, предусмотренных предыдущей версией стандартов: – это *управление ресурсами, жизненным циклом продукции, а также изменениями и улучшениями*. В соответствии со стандартами ИСО серии 9000:, процесс – это деятельность, направленная на достижение установленной цели, которая имеет количественное выражение – результат. Поэтому

для реализации «*процессного подхода*» организационная система предприятий должна переориентироваться с функционального управления на управление результатами, совокупность которых должна обеспечить повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия.

Следовательно, с экономических позиций применение концепции «процессного подхода» должно способствовать повышению экономических результатов деятельности.

Уже сегодня, если не вчера, каждому руководителю нужно пересмотреть свое отношение к тому, что происходит на его предприятии, чтобы обеспечить конкурентоспособность и востребованность выпускаемых на своем предприятии изделий.

Особенно злободневна такая постановка задачи для обувных предприятий, ведь рынки России были и будут сверх насыщены видами обуви одного и того же назначения. Поэтому надо точно знать, что на рынке будет востребовано и, как это должно быть, реализовано, чтобы именно твой ассортимент обуви был выбран покупателем, выдерживая жесточайшую конкуренцию, порождающую новые предложения.

Для всего этого важно так построить ассортиментную политику, чтобы на рынок, если и поступает обувь одного и того же вида, она должна существенно отличаться по цене, но соответствовать требованиям стандарта.

Кроме того, и руководителю предприятия, и художнику-модельеру необходимо при выборе ассортиментной политики исходить из того, что каждая *мода* соответствует определенному времени, но в ней угадывается определенная повторяемость с соответствующей корректировкой с учетом уже иной, современной эпохе.

Так, например, одни и те же виды обуви могут быть:

безнравственны – за 10 лет до своего времени;

вызывающи – за 3 года до своего времени;

смелы – за 1 год до своего времени;

красивы – когда данные виды обуви в моде;

безвкусны – через год после своего времени;

уродливы – через 10 лет после своего времени;

смешны – через 20 лет;

забавны – через 30 лет;

своеобразны – через 50 лет;

приятны – через 70 лет;

романтичны – через 150 лет после своего времени.

Жану Кокто принадлежит крылатая фраза: «Относитесь к моде серьезно, ведь она умирает такой молодой ...» (рис. 4).

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHИ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

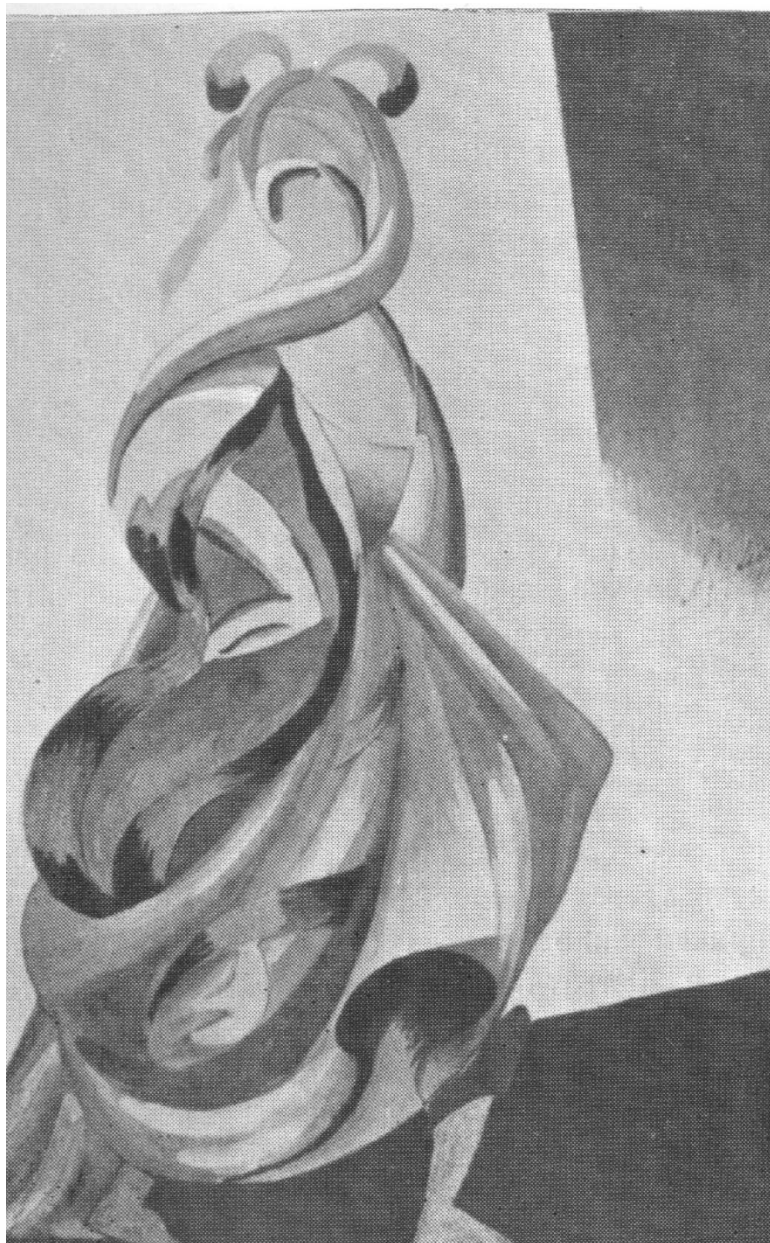


Рис..4– Александр Экстер. Шекспировская героиня в костюме.

Но при этом приходится считаться с тем, что нельзя настаивать на найденном, увлекаться тиражирование даже тогда, когда как бы хорошо модель не «шла» сегодня. Ничего кроме тягостного завала модной вчера обуви, мы этим не добьемся. И каждый раз будем стоять перед проблемой ее реализации, а это очень трудно, когда речь идет о тысячах экземпляров. В моде больше, чем в любой другой области, надо уметь распрощаться с находкой, даже удачной, ради новинки. Причем, что интересно: можно вывести на рынок по второму кругу, а иногда на протяжении человеческой жизни и по третьему, туфельки прабабушки, они «смотрятся», они способны жить, но это невозможно в отношении вчера модного и это подтверждено всей историей

обувного производства, так как в области моды – вчерашнее – невыносимое позавчерашнее, позавчерашнее же – возможно. Тут вступает в силу механизм, заложенный в нашем культурном сознании: память оживает давнее, оно становится милым и входит в современную обувь особой нотой, создавая своего рода опоры в потоке меняющихся впечатлений. Это будет возможным в том случае, если предприятия смогут быстро менять, создавать новый темп круговорота готовой обуви, создавать обширную и высоко эффективную сеть реализации при обязательном разнообразии ассортимента обуви, изготавливаемой «малыми сериями».

Думается, понятно, что не может быть готовых рецептов на все случаи жизни, но должна

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

быть постоянной работа, ежедневное решение возникающих проблем по изготовлению и реализации востребованной обуви.

Это – как дыхание. Набрать воздух и застыть невозможно; ровный, постоянный, налаженный ритм вдоха и выдоха и есть Жизнь.

На рис. 3–6 приведены модели мужской и женской обуви. При их разработке мы хотели заострить внимание производителей на возможности использования базовых моделей для существенного расширения ассортимента, обеспечения спроса на него и создание основ для устойчивой ассортиментной политики в течение всего календарного года.

Где бы ни реализовывали обувь, производимую предприятием: в фирменном магазине, на оптовых ярмарках или федеральных выставках – всегда важно знать ту нишу, которая на сегодня не занята и срочно ее заполнить. Это возможно только в том случае, если у покупателя не ограничен выбор для принятия решения об ее покупке, если учтены интересы и возможности всех групп потребителей. Это не красивые слова, а реальность сегодняшнего рынка. Без таких маркетинговых исследований, без жесткого учета спроса, без анализа причин возврата обуви покупателями и анализа их претензий сложно ожидать успех, да и это просто невозможно.

Impact Factor:

| | | | | | |
|------------------|---------|----------------|---------|--------------|---------|
| ISRA (India) | = 3.117 | SIS (USA) | = 0.912 | ICV (Poland) | = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) | = 0.829 | PIHH (Russia) | = 0.156 | PIF (India) | = 1.940 |
| GIF (Australia) | = 0.564 | ESJI (KZ) | = 8.716 | IBI (India) | = 4.260 |
| JIF | = 1.500 | SJIF (Morocco) | = 5.667 | OAJI (USA) | = 0.350 |

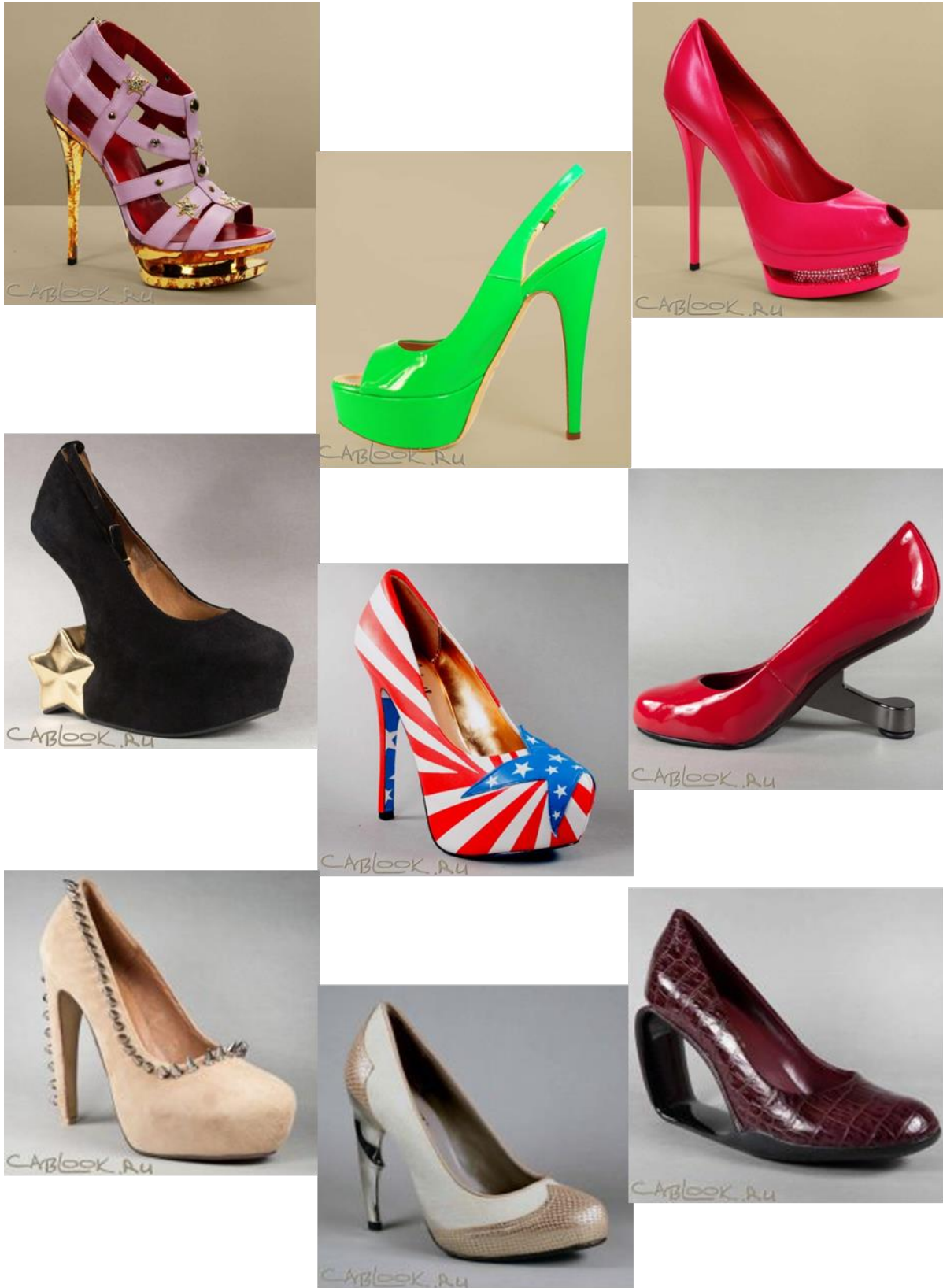


Рис. 5 Ассортимент женской обуви.

Impact Factor:

| | | | | | |
|------------------|---------|----------------|---------|--------------|---------|
| ISRA (India) | = 3.117 | SIS (USA) | = 0.912 | ICV (Poland) | = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) | = 0.829 | PIHH (Russia) | = 0.156 | PIF (India) | = 1.940 |
| GIF (Australia) | = 0.564 | ESJI (KZ) | = 8.716 | IBI (India) | = 4.260 |
| JIF | = 1.500 | SJIF (Morocco) | = 5.667 | OAJI (USA) | = 0.350 |

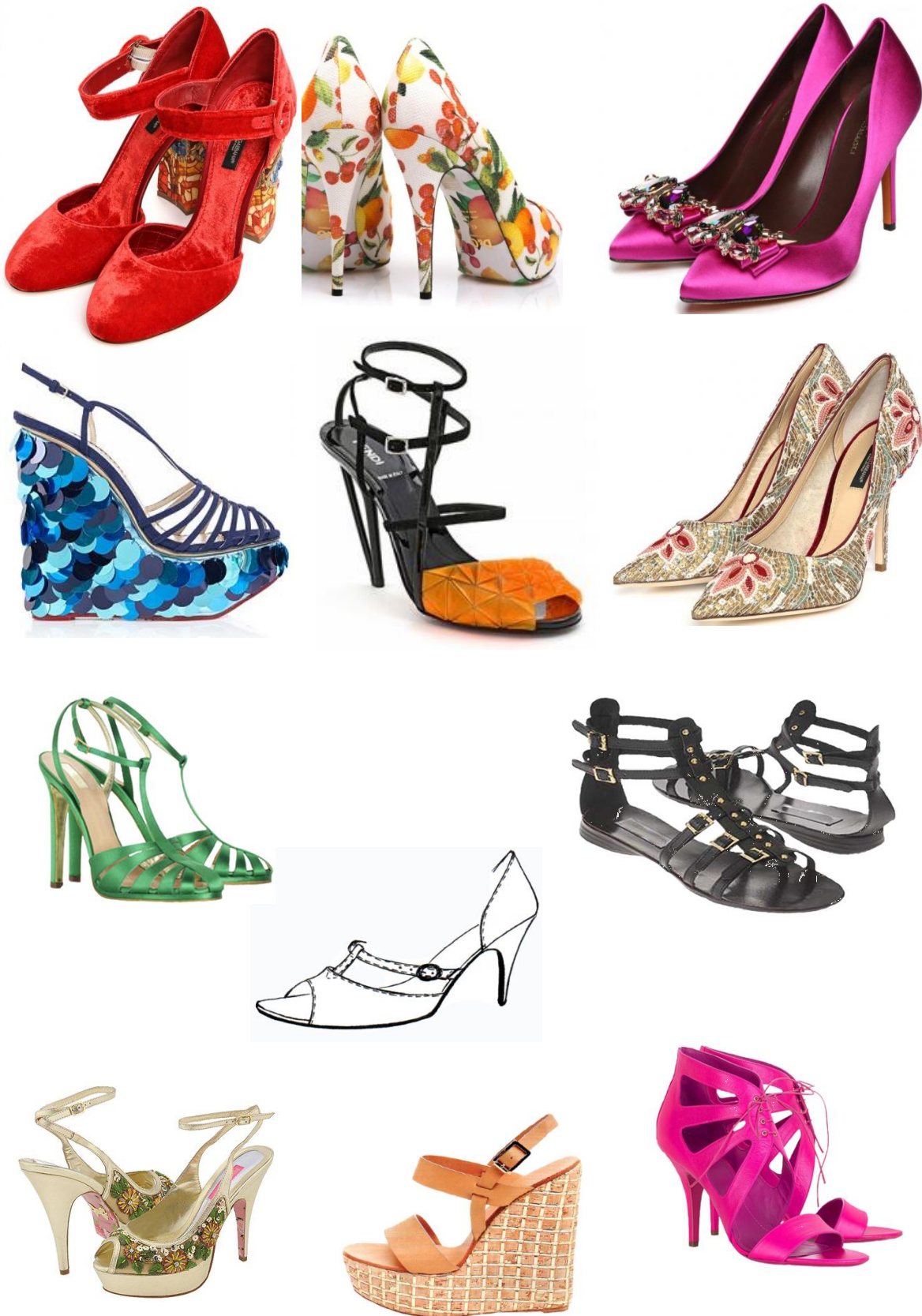


Рис. 6. Ассортимент элитной и летней женской обуви.

| | | | |
|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Impact Factor: | ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| | ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHHI (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| | GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| | JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



Рис. 7. Ассортимент женских сапог.

Impact Factor:

| | | | | | |
|------------------|---------|----------------|---------|--------------|---------|
| ISRA (India) | = 3.117 | SIS (USA) | = 0.912 | ICV (Poland) | = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) | = 0.829 | PIHHI (Russia) | = 0.156 | PIF (India) | = 1.940 |
| GIF (Australia) | = 0.564 | ESJI (KZ) | = 8.716 | IBI (India) | = 4.260 |
| JIF | = 1.500 | SJIF (Morocco) | = 5.667 | OAJI (USA) | = 0.350 |



Рис. 8. Элитный ассортимент женских сапог.

Impact Factor:

| | | | | | |
|------------------|---------|----------------|---------|--------------|---------|
| ISRA (India) | = 3.117 | SIS (USA) | = 0.912 | ICV (Poland) | = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) | = 0.829 | PIHII (Russia) | = 0.156 | PIF (India) | = 1.940 |
| GIF (Australia) | = 0.564 | ESJI (KZ) | = 8.716 | IBI (India) | = 4.260 |
| JIF | = 1.500 | SJIF (Morocco) | = 5.667 | OAJI (USA) | = 0.350 |



Рис 9. Ассортимент женской демисезонной и зимней обуви.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHII (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



б)

**Рис. 10. Ассортимент женской обуви:
а) для активного отдыха; б) офисная обувь.**

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHHI (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



Рис. 11. Ассортимент мужской обуви.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHH (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



Рис. 12. Ассортимент мужской офисной обуви.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHII (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



Рис. 14. Ассортимент летней мужской обуви и обуви для активного отдыха.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHHI (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |



Рис. 15. Ассортимент мужской зимней обуви.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Чем больше предложено торговле разнообразной обуви на одной и той же базовой основе, тем больше ее будет реализовано, тем легче предприятию своевременно обеспечивать модернизацию своего производства и вовремя осуществлять замену вышедшей из моды, не пользующейся спросом обуви на ту, которая вновь будет востребованной. В общем надо крутиться, чтобы быть «наплаву»[19-20].

Для мужской и женской обуви характерны те же требования по созданию условий ее востребованности, но уже с учетом рынка, где эта обувь будет предложена для реализации, для продажи. Мужская обувь сегодня пользуется повышенным спросом, что обусловлено изменением статуса Южного Федерального округа (ЮФО) на геополусе РФ. Пограничный округ, внутренние войска, войсковые части МЧС, регулярные воинские части и соединения, огромный поток беженцев, большое число высших учебных заведений – все это провоцирует потребность большого количества товаров народного потребления, в том числе и обуви разного целевого назначения. В этой связи востребованность мужской обуви имеет свои особенности, заключающиеся в том, что на рынке наибольшим спросом пользуется осенне-весенний ассортимент обуви. А наличие ТУ на производство спецобуви для военнослужащих клеевого и литьевого методов расширяет возможность обувных предприятий в разработке и изготовлении мужской обуви как бы на стыке – повседневная и специальная с возможностями небольшого изменения в технологии изготовления ее для потребителя или предлагать военпредам в качестве спецобуви. Такой широкий диапазон уже спровоцировал открытие многочисленных малых предприятий по производству мужской обуви. Хотелось лишь обратить внимание руководителей предприятий и художников-модельеров на принципы формирования ассортимента мужской обуви, чтобы обеспечить устойчивый спрос и высокую конкурентоспособность на рынке предложений.

Важно, чтобы экспериментальная группа предприятия своевременно отслеживала на рынке предложений *появление новых материалов и фурнитуры*, обеспечивая себе право на ноу-хау, особенность, неповторимость, тем самым, создавая имидж своему предприятию, уважительное отношение к «марке» предприятия и товарному знаку, чтобы во всех случаях этот престиж всегда поддерживался на очень высоком уровне.

Так, например, если используется формованная подошва с бортиком, то ее крепление будет осуществляться всегда с использованием комбинированного метода крепления – ниточного и клеевого, так как это качественно и обеспечивает ее долговечность, тогда покупатель уже будет знать, что обувь этого

предприятия отличает от других высокое качество, надежность, доступность и комфортность.

Особое место занимает производство женской обуви для рынка спроса ЮФО и СКФО. Большой объем импортной обуви, доступные цены делают производство женской обуви менее выгодным бизнесом в сравнении с детской и мужской обувью. Вновь обращает на себя внимание тот факт, что повышается значимость маркетинговых исследований, определение своего ассортимента, который никогда не будет учтен «челноками» и зарубежными фирмами. Поэтому анализ антропометрических изменений, произошедших в стопах женской части населения ЮФО за последние годы, наличие большого числа покупательниц с патологическими отклонениями, существенные отличия в полнотных размерах позволяют производителям изготавливать женскую обувь на фасонах таких колодок, которые в большей степени удовлетворяют покупательниц в комфортной и удобной обуви, а традиционной высокое качество и надежность на фоне более низкой стоимости делают такую обувь всегда востребованной и желанной. Да и обувь для пожилых, социально не защищенных, но имеющих еще большие патологические изменения стоп позволяют производителям вместе с конструкторами с учетом этих особенностей изготавливать обувь, которая всегда будет востребована и реализована. Кроме того, нужны новые решения, неожиданные предложения и тогда Вас, производителей, ждет успех не только на внутреннем рынке, но и станут более доступные зарубежные рынки. [21-22]

Таким образом, уже сегодня, несмотря на отсутствие правовой основы по техническому регулированию необходимо каждому руководителю выбрать свои, и только свои правила игры и поведения на рынке предложения обуви отечественного производителя, не забывая использовать возможность экспорта своей продукции на мировой рынок, особенно в преддверии вступления РФ в ВТО.

Заключение

Современную экономику все чаще называют «умной», «рачительной», инновационной. Это более понятное определение в сравнении с «постиндустриальной», но насколько оно адекватно характеризует ее состояние – вопрос не праздный. Характер проявляется в развитии, обуславливает планирование экономической политики. Последний кризис однозначно свидетельствует, во-первых о том, что планирование не просто совместимо с рыночным способом хозяйствования, – оно необходимо для предупреждения и смягчения негативных явлений, рождаемых безраздельной

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

экономической свободой, граничащей с произволом. Во-вторых, продолжающийся кризис вскрыл ограниченность стремления представить построенную экономику «умной», но только одним умом ее построить невозможно.

Центральная фигура товарного производства – не финансы, как считают многие политики, в том числе и отечественные. Деньги – это эквивалент товара и навсегда им останутся. Товар же создает труд, являющийся, в свою очередь, так же товаром. Следовательно, корнями движение производства уходит в совокупное выражение человеческой деятельности, прежде всего, работу сознания, его потенциал.

Ум же не эквивалентен сознанию. Ум – инструмент строительства сознания. «Умное сознание – знающее, хитрое, мобильное – но не более. Уму нужен, как любой силе, вектор, направляющий приложение ума, строительство сознания. Роль вектора играют ценности: профессиональные, национальные, общечеловеческие. Сознание сплавляет их в уникальном личном выражении. «Умная» экономика – никакая, если не поставит ее на ценностный фундамент.

Главное в личности – решающего фактора социального воспроизводства – ее нравственность. Не всем дано быть топ – менеджерами, генеральными конструкторами, vip-персонами в политике. Кто-то должен работать мозгами, кто – то руками. Беда приходит, когда «мозги» и «руки» делаются липкими и к ним пристаёт то, что не положено. Безнравственность подрывает основы профессиональной культуры и профессиональная деятельность из созидательной силы трансформируется в свою противоположность – разрушает созданное. Экономика «умная» может оказаться страшной реальностью, если она и далее будет безнравственной. Мы не утописты и не идеалисты, хорошо понимаем конкретно – историческое положение нравственности. Сейчас речь идет не о равенстве и братстве – исключительно о совести и ответственности.

Циклические, экономические кризисы будут прирастать неестественными – системными. Системообразующий фактор последних – бессовестность и безответственность крупнейших производителей.

А что же должно было предпринять государство, призванное быть социальным гарантом в демократическом обществе и защитником прав граждан. Оно вынуждено было «подлить масло в огонь» – субсидировать обанкротившийся на аферах бизнес, чтобы избежать экономического и социального коллапса. Правда, европейские лидеры одновременно направили к «источникам пожара» «пожарных» – поставили дальнейшую работу

проштрафившихся фирм в зависимости от нравственных начал – ввели нравственный и финансовый регламент, призванный отрезвить потерявших всякую меру дельцов. Симптоматично: именно Франция и Германия – инициаторы жесткого нравственно – финансового мониторинга – первыми почувствовали признаки экономического оздоровления. Англия и США, пораженные в большей мере коррупцией и менее склонные к нравственному диктату, продолжают пожинать плоды свободы от совести и социальной ответственности своих магнатов.

Россия, как и следовало ожидать, упустила реальную возможность использовать кризис для активизации национальной промышленности. Сначала влили финансы в банки, потом очень невнятные действия предприняли с целью разбудить совесть и ответственность банкиров. Был шанс за счет национальных фондов заставить банки быть финансовым рычагом подъема промышленного производства, науки, технического творчества в стране. В итоге заработанная на мировом рынке валюта утекла обратно и надо все «начинать с начала».

История не возвращается, однако это не повод забывать историю. Каким бы продолжение истории не было, оно есть ее продолжение. Отказавшись от национальных традиций, можно оказаться у «разбитого корыта». Фальсифицируется не только Вторая мировая война, искажаются, замалчиваются научно – технические и индустриальные достижения страны. Подрывается вера в национальные силы, способность народа вернуть утраченные позиции.

Нынешняя ситуация архисложная, тем не менее она не критичнее тех переломных моментов отечественной истории, что казались безысходной разрухой после гражданской войны, потерей наиболее развитых территорий в первые годы Великой Отечественной войны, усугубившейся колоссальными жертвами среди населения трудоспособного возраста, специалистов.

Тогда не было финансов, имеющихся в качестве начального капитала сегодня. Стало быть, решение проблемы создания современной экономики упирается технически в необходимость разработки эффективной системы управления и контроля за исполнением принятых программ.

Программа пришла на смену плану. А что пришло на смену ответственности за срыв плана? Отсутствие действенной системы контроля – самый серьезный дефект нынешней экономической политики, позволяющей дилетантам руководить, чувствуя себя при деле. Возрождение экономики в существующих условиях профессиональной безответственности невозможно. Только профессионализм и связанная с ним ответственность за дело,

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

которому служишь, способны совершить необходимый переход в новое экономическое качество, построить экономную и мобильную экономику на базе всемерного развития науки, стимулирования технического прогресса и совершенствования профессиональной подготовки кадров.

Экономику XXI века можно называть по-разному. Не в названии суть определения – в содержании понятия. Дивертификация названий показывает многогранность современной экономики. Методологически значимо выделить в этом множестве ведущее звено, либо звенья. Бесспорно среди явных претендентов находится качество экономики.

Присутствие качества в характеристике любого явления инвариантно, так как качество соединяет в себе наиболее существенные его признаки. В то же время следует четко понимать, что само качество изменяется – оно исторически конкретно. Соответственно меняется – должно меняться – и представление о качестве. С первых попыток А. Файоля, Г. Форда и Ф. Тейлора поставить качество товара под контроль, увенчавшихся серьезным успехом, теоретически стало ясно: будущее качества экономики за деятельностью. Определяющим для экономики будет не столько качество принятого к производству товара, сколько качество организации и управления качественным его производством. Для ремесленничества и мелкосерийного производства качество образца и товарной продукции объединяются с технологией, как правило, неизменной. Здесь качество полностью зависит от мастерства владения техникой и соблюдения заявленной технологии в условиях ограниченных масштабов производства. Часто мастер, технолог, менеджер и маркетолог одно и то же лицо.

Г. Форд впервые поставил производство сложного продукта на поток, разделив операции и ответственность, и, тем самым, определил поворот в судьбе качества. Отныне судьба качества определялась «привнесенными» факторами – организацией производства, управлением и контролем. На первый план вышло не мастерство непосредственного производителя, а умение мастерски организовать производство, включая и его расширенное воспроизводство, то есть снабжение, маркетинг, кадровый менеджмент.

Диверсификация деятельности раскрыла ее особое положение в достижении качественного результата. Вторая мировая война подтвердила: кадры и управление решают все!

С 1950-х годов резко интенсифицируется поиск программ управления качеством через качество деятельности. Если в начале XX века актуальность приобрела техническая регламентация продукта и составляющих, то

спустя полвека произошло качественное уточнение значения технической регламентации. В эпицентре интересов оказалась уже техническая регламентация организации и управления производством, что подтверждает и современная международная система регламентации качества.

Смещение центра тяжести в понимании экономической политики, нацеленной на обеспечение качественной устойчивости производства в сторону технической регламентации деятельности, не прошло без издержек и тупиковых маршрутов, что в принципе было ожидаемым. Деятельность, объединенная производством, не однородная и не автономная, поэтому решение проблем «уткнулось» в методологические и теоретические «недоделки» профессионального мышления.

Концепция «ключевых видов деятельности» была обоснована впервые А. Фейгенбаумом. В 1951 году вышла его книга «Всеобщий контроль качества». ИСО 9000 и ИСО 14000 разрабатывались уже на базе предложений А. Фейгенбаума. Предполагалось, что обе серии международных стандартов помогут перейти от «предприятий – конгломератов» к «предприятиям – системам» [23–24].

В процесс развития промышленного производства под влиянием научно-технического прогресса ускоренно сформировалось и обострилось противоречие в темпах изменения материальной стороны и эволюции управленческой мысли, касающейся организации и гармонизации производственного процесса. Последнее явно не поспевало за первым, тормозя прогресс, увеличивая риски и издержки. Жесткость централизованного планирования только ухудшала ситуацию, чем и объясняется застой 1970-х годов и спад в 1980-е годы. Организационная схема «предприятия – конгломерата» плохо вписывалась в переход к системной организации работы предприятия, прежде всего потому, что не активировала инициативу, творческий потенциал. Не случайно «ударниками», «новаторами», «рационализаторами» в СССР преимущественно занимались партийная, комсомольская, профсоюзная организации, стоявшие по сути дела за рамками непосредственного производства и образующими надстройку над ним.

Упрощенно организационная схема такого предприятия выглядит следующим образом (рисунок). Схема построения управления, в которой основные производственные звенья функционально автономны и связаны опосредственно через общего управляющего, противосистемна. Когда кто-то, что-то проектирует, другие это должны производить, третьи – контролировать качество, четвертые – сбывать продукцию на рынке, разобщает

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|-----------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | РИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

участников производства, блокируют творческий альянс. Все являются номинальными соучастниками процесса и слабо представляют кто, что и зачем делает. Отсутствует командный

дух, каждый действует сам по себе, на свой страх и риск, нередко за счет коллег, подставляя последних.

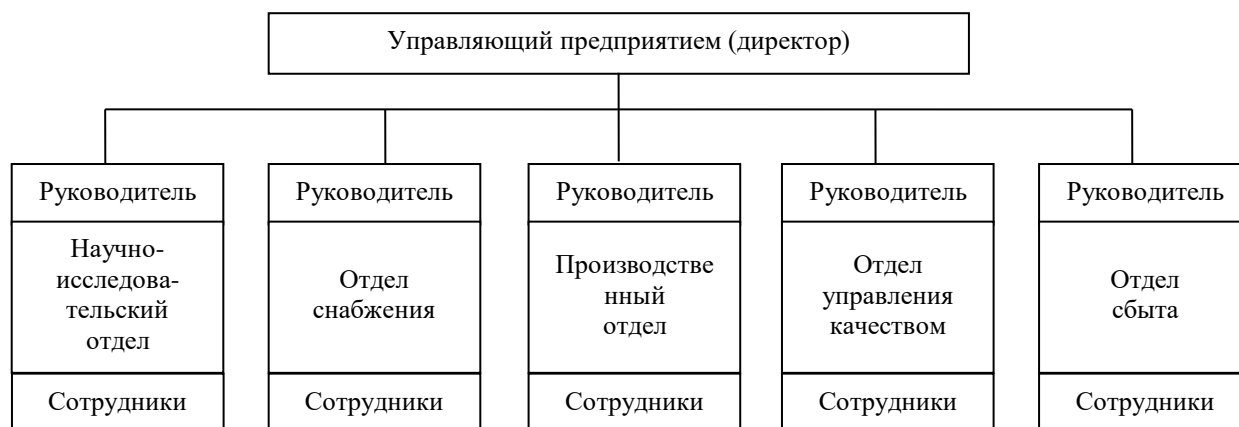


Рис 16. Организационная схема предприятия.

Фундаментальное заблуждение менеджеров «предприятий-конгломератов» заключается в уверенности, что их «мозгов» должно хватить для своевременного распознавания и выправления форс-мажоров в производственном процессе.

Схема управления «предприятием-конгломератом», по существу совпадает, несмотря на наличие специализированного отдела со схемой управления качеством, ибо функции отдела управления качеством сводятся, в основном, к контрольной деятельности.

В 1924 году У. Шухарт предложил оптимизировать данный способ управления с помощью принципов теории статистической вариации, предоставив менеджерам статистическую контрольную карту. Улучшение работы не замедлило сказаться на результатах, однако дело ограничилось частичными переменами к лучшему. «Философия теории вариации» вместо применения ее в качестве базы для управления оказалась низведена до уровня статистических средств, используемых техническими специалистами с ограниченными и очень специализированными областями ответственности... Незнание теории поведения промышленных процессов делало руководство не способным правильно распознавать ситуации, требующие или не требующие действия. По этой причине руководство становилось чрезвычайно уязвимым к трем видам дорогостоящих ошибок менеджмента:

отношение ко всем вариациям выходных параметров процесса как к неожиданности в поведении и подавление, на самом деле, мнимых причин их, что ведет к дестабилизации процесса;

отношение ко всем вариациям выходных параметров процесса как к естественным

проявлениям и бездействию по поводу обнаружения и подавления вызывающих их причин, что ведет к неустойчивому поведению;

предположение, что оптимизация и стабилизация процесса – это технические решения, за которые полностью отвечает конкретный отдел, а не решение организационной проблемы, требующее полной поддержки руководства и усилий нескольких отделов».

Перестройка управления предприятием на принципы системной организации обеспечивает:

взаимосвязь ключевых видов деятельности, чтобы различные отделы предприятий согласованно вовлекались в координацию действий, к примеру, по пересмотру качества продукции с учетом конкретных замечаний потребителей, совершенствованию обучения персонала, рекламные акции и т.п.;

встраивание иных процессов в ключевые виды деятельности;

интеграцию новых ключевых видов деятельности в существующие.

Опасное заблуждение при строительстве управления «предприятием - системой» – состоит в толковании оптимальности как суммы оптимальных перестроек отдельных подразделений. В этом случае предприятие по – прежнему рассматривается в качестве конгломерата, суммы отделов, играющих свою особую роль. Отсутствует взгляд на деятельность как интеграцию всех составляющих её.

В европейской литературе все чаще встречается новый термин «революция качества». Не будем рассуждать, насколько адекватно в нем схвачена динамика политики, направленной на совершенствование качества производства, отметим лишь то, что вовлечение в исследование

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

понятия «революция» вполне выглядит естественно. Сравнение современной практики управления качеством с не столь отдаленным прошлым однозначно свидетельствует о радикальной перестройке понимания технологии качества. В «революции качества» дифференцируют четыре этапа:

1960-е годы – этап самоопределения качества товаров как главного фактора рыночной конкуренции;

1970-е годы – сдвиг от доминанты качества товаров к качеству технологий и производства;

1980-е годы – переход от качества технологий и производства к качеству «системы качества» или «системы управления качеством»;

1990-е годы – восхождение к качеству образования, качеству интеллектуальных ресурсов.

Путь европейцев к Болонским договоренностям был долгим и непростым. Он обнажил многие недостатки и противоречия. В частности:

очевидность разрыва между требованиями общества промышленно развитых государств к системе образования и ее возможностями;

расхождение между тем, что наиболее значимые открытия и изобретения совершаются преимущественно на стыке наук, а образование строится на разделении предметов;

недостаточную мобильность организации переподготовки специалистов, её усиливающееся отставание от ускорения изменений в технике, технологии, науке;

инерцию в разработке новых образовательных парадигм, программ, методик, отставание в разработке новой учебной литературы.

Тем не менее, есть и серьезный прогресс – выделены и сбалансированы три уровня обеспечения качества образования: вузовской, национальной и европейской.

Интеллектуализация экономики, усиленная превращением науки в непосредственную силу производства, о которых так любят говорить специалисты XXI века, обнажили фундаментальное противоречие человеческого сознания между умом и порядочностью. Философы искали его разрешение в разумности homo sapiens, подчеркивая базовую функцию нравственности. Гипертрофируя деятельность сознания за счет актуализации интеллектуальных способностей, акцентируя внимание к творческим силам ума, сводя сознание к мышлению, сторонники «умной» экономики не видят или не хотят видеть зависимость ума от нравственности, противопоставляют роль ума значению нравственных ценностей. Мы уже отмечали, что сила знаний только в частном масштабе может иметь свой собственный вектор. В системном выражении сила знаний направляется коренными, а

не частными и корпоративными интересами производителя. Нравственность сформировалась как первая производная труда в качестве способа сначала выживания, потом развития человечества. Основным критерием социального прогресса не может быть эффективность производства – это чисто экономический параметр. Человек – существо общественное и степень его достижений определяется тем, насколько движение укрепляет человеческие отношения – в первую очередь – нравственные.

Экономическая деятельность должна быть мудрой, когда ум замыкается не на себя, а на совокупные, личностные, национальные и общечеловеческие интересы.

Пора понять, что опасно держать человечество за массы идиотов, чужими «руками» строить корпоративное счастье. Без жесткого нравственного регламента, подчиняющего себе все остальные стороны бытия человека, нет исторической перспективы. Ум действителен только в виде оператора, расчищающего путь движения к экономике будущего. Если кому-то нравится называть экономику будущего умной, интеллектуальной, то нужно обязательно пояснить, что под умной имеется в виду разумная экономика, выстроенная не на хитрости и частных выгодах.

Нынешний кризис показал уязвимость демократических отношений. Свободу действиям, приведшим к кризису, открыла аморфность демократических постулатов, не умное поклонение регулирующим способностям рынка, не адекватное восприятие действий «сильных мира сего». Инновации в экономическом строительстве выражают новое мышление человечества, сплавляющее интеллект и нравственность. Построят инновационную экономику первыми китайцы и индусы, то есть те народы, которые сохранили в сознании авторитет нравственных ценностей, подчинив научно-технические достижения национальным интересам.

Сто пятьдесят лет назад К. Маркс писал «В наше время все как бы чревато своей противоположностью ... Даже чистый свет науки не может по-видимому, сиять иначе, как только на мрачном фоне невежества. Все наши открытия и весь наш прогресс как бы приводят к тому, что материальные силы наделяются интеллектуальной жизнью, а человеческая жизнь, лишенная своей интеллектуальной стороны, низводится до степени простой материальной силы. Этот антагонизм между современной промышленностью и наукой, с одной стороны, современной нищетой и упадком – с другой, этот антагонизм между производительными силами и общественными отношениями нашей эпохи есть осязаемый, неизбежный и неоспоримый факт».

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Можно не разделять коммунистический вывод К. Маркса, но одно бесспорно – он абсолютно прав в оценке социально-экономической ситуации середины XIX века. Необходима была и остается перестройка в общественном сознании. Деньги не должны возвышаться над нравственностью, иначе разрушится главная цитадель – homo sapiens – его мудрость. Правомочность выводов К. Маркса подтверждается той социально-экономической ситуацией, которая сложилась сегодня в обувной промышленности России.

Либерализация внешнеэкономических отношений сыграла с нею роковую роль в случившейся катастрофе. С одной стороны, хлынул поток более качественной импортной обуви, в результате чего российская обувь перестала пользоваться спросом. С другой – воспользовавшись правом ставить любые цены, наши производители подняли их до уровня цен на импортную обувь, а уровень качества остался прежним. И по этой причине ее тоже перестали покупать.

Правительству вмешаться бы, защитить своих товаропроизводителей (дешевыми кредитами и таможенными барьерами), но сделано это не было. В правительстве не помогли в силу сложившихся ошибочных убеждений: наш легпром неконкурентоспособен, нечего в него вкладывать, дешевле обойдется, если завести ее из-за границы. В общем, в правительстве посчитали легпром, как и сельское хозяйство, «черной дырой», недостойной инвестирования. И мы и там, и здесь получили то, что имеем сегодня.

Когда мы слышим о защите российских производителей чего бы то ни было: станков и автомобилей, одежды и обуви, продовольствия и мебели и т.д., то всегда думаем о теневой стороне медали от таких нововведений: о качестве товаров. У обувных предприятий теряется стимул улучшать и обновлять ассортимент обуви, так как в отсутствие импорта люди будут брать что угодно. Но производители имеют в виду другое: декриминализацию поступления на отечественный рынок одежды и обуви.

Потребность российского рынка легкой промышленности общим объемом 1250 млрд рублей формируется за счет следующих источников: 230 млрд рублей (18,4 %) – российские легальные производители; 240 млрд рублей (19,2 %) – легальный импорт; 780 млрд рублей (62,4 %) – незаконно ввезенный и произведенный контрафактный товар, такая же картина характерна и обувному рынку.

Сегодня население России приобретает порядка 600 млн пар обуви, отечественная промышленность произвела лишь 52 млн пар (в 2007 году – 46 млн пар), 100 млн пар – поступает по официальному импорту. Откуда же берутся остальные четыреста с лишним миллионов?

Ввозятся всевозможными незаконными путями, т.е. остается огромный объем обуви, который был бы востребованным, если бы отечественным обувным предприятиям оказывалась финансовая поддержка и правовая защита.

Почему нет отбоя от желающих вкладывать средства в нефтегазовую отрасль? Почему идут в Россию автомобильные компании? Почему даже в сельское хозяйство есть желающие инвестировать? И почему на фоне всех этих «почему» инвесторы не идут в лёгкую промышленность?

Общий ответ таков: нет благоприятных условий для инвесторов. Потому всё нормально с созданием совместных предприятий в нефтегазовой и автомобильной отраслях, что там за каждым предприятием следят министры и губернаторы. И уж тут чиновники побоятся брать взятки и не станут гонять инвесторов по бюрократическому кругу. А открытие предприятий легпрома, в силу их малых объёмов, целиком в руках чиновников. Кроме того, зарубежные фирмачи рассуждают: зачем в России создавать предприятия, рисковать, когда там наши товары и так хорошо покупают?

И идут российские и западные фирмы в Китай, где идеальные условия для инвестиций; где дешёвая, дисциплинированная рабочая сила; где стабильная благоприятная налоговая система ...

Сегодня оборудование на предприятиях легпрома чрезвычайно изношено. Коэффициент обновления в последние годы 0,4 – 0,6 % в год. В то время как на иностранных предприятиях технологическое оборудование заменяется каждые 5–7 лет, то есть по 15–20 % ежегодно. Как тут конкурировать?

Для технического перевооружения отрасли нужны средства. Они могут или зарабатываться самими предприятиями, или предоставляться в виде кредитов, или поступать от зарубежных инвесторов. Возможности самих предприятий весьма ограничены. Кредиты коммерческих банков дороги, правительство льготное кредитование не поощряет, зарубежные инвесторы в отрасль, как уже сказано, не идут.

Отсюда и ответ на вопрос, что делать? Во-первых, предоставлять предприятиям кредиты под минимальные проценты, а ещё лучше – без таковых (как хозяйствам, производящим продовольствие, по национальному проекту «Развитие АПК»). Во-вторых, создать такие условия, чтобы в лёгкую промышленность пошли иностранные компании, неся помимо капиталов свой дизайн, культуру производства, менеджмент и т. д.

Надо отметить, что последние двадцать лет показали: предприятия легпрома очень отзывчивы на малейшее внимание к ним властей, на изменение конъюнктуры. Взять хотя бы 1991 год,

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

известный дефолтом. Подорожал импорт, и тут же ожила лёгкая промышленность. Три года был рост. Другой пример. Исключительно низкие экспортные пошлины на сырые шкуры привели к их массовому вывозу за рубеж. Кожевенно-обувные фабрики оказались без сырья. В 2000 году была введена заградительная пошлина на вывоз кож до 500 евро за тонну (вместо 100 евро). В результате производство готовой кожи в России выросло с 1,1 до 2,2 млрд кв. дециметров. Вместо импорта кожтоваров начался их экспорт.

В пользу того, что реанимация лёгкой промышленности не только необходима, но и возможна, говорят сегодня примеры успешной работы отдельных предприятий отрасли в ЮФО и СКФО, как старых, так и созданных вновь. Назовем хотя бы некоторые.

Новороссийская обувная фабрика «Бриз – Босфор» (генеральный директор, – И.К. Зыков), предприятие создано на «голом месте», даёт 16 млн пар обуви в год и вся обувь востребована.

Ростовское предприятие «Глория Джинс» (генеральный директор – В.В. Мельников). Оно также новое, началось с кооператива. Даёт продукции на 7 млрд рублей (до 10 % всех российских швейных товаров и до 30 % – детских). Его изделия идут за рубеж, в том числе в США.

Так что стоит «Родине» подставить плечо и заработает её лёгкая промышленность, оказавшаяся в столь тяжёлом положении, особенно в ЮФО и СКФО.

Мы уже не говорим о том, что возрождение легпрома помогло бы решить и социальные проблемы малых и средних городов ЮФО и СКФО, в которых проживают сегодня более 16 миллионов человек. Здесь с началом реформы первыми погибали мелкие фабрики (филиалы объединений). Но мелкими они представляются в масштабах страны, или отрасли. В то время как для райцентра в 10–20 тысяч населения какая-нибудь обувная фабрика на 300 работающих – это крупное, градообразующее предприятие, которое не только давало деньги в бюджет и выпускало нужные для населения товары, но и обеспечивало достойную жизнь многим жителям малого города или районного центра, и вот фабрики не стало ...

Вряд ли в этих городах когда-нибудь будут строиться автозаводы или филиалы оборонных заводов, а легпромские – пожалуйста. Но пока, насколько нам известно, проблема в такой постановке правительством даже не обсуждается.

Не слышно озабоченности по поводу ещё одной проблемы, даже угрозы, возникшей в связи с развалом легпрома. Ранее на каждом предприятии лёгкой промышленности, как и всякой другой, имелись мобилизационные резервы (оборудования, инструментов, материалов и т.д.), позволявшие в течение суток в случае начала войны перейти на выпуск

необходимой армии продукции. Вместо модельной обуви шить кирзовые сапоги, вместо костюмов и пальто – гимнастёрки и шинели, вместо «модных дублёнок» – солдатские полушубки и т. п. Не дай Бог такое случится – нам не во что будет одеть и обуть нашу армию, тем более что ЮФО и СКФО приграничные округа с непростой ситуацией.

Это ещё одна причина, по которой необходимо самым серьёзным образом заняться лёгкой промышленностью.

Весьма острая ситуация сложилась с обеспечением детской обувью. Большинство российских обувных предприятий продолжает сокращать выпуск детской обуви в связи с высоким ростом цен, обусловленным отменой дотаций из Федерального бюджета, а некоторые обувные фабрики, в том числе и в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах, вовсе прекратили выпуск. В 2016 году по сравнению с 2007 годом выпуск детской обуви вообще прекратился.

На потребительском рынке ЮФО и СКФО товаров для детей отечественных производителей активно вытеснили зарубежные поставщики, которые могут себе позволить передать на реализацию обувь с условием оплаты после ее фактической продажи. Однако, хлынувший на наши рынки из-за рубежа поток красивой и модной детской обуви, в большинстве своем не имеет сертификатов соответствия, не говоря уже о гигиенических сертификатах, что является преступлением перед детьми.

Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, который, в свою очередь, направлен на максимальное расширение и удовлетворение спроса населения.

Покупательский спрос объединяет в себя целую группу показателей, которые будут формировать свою нишу на обувь отечественную, а именно:

с учетом возрастных особенностей и трудовой деятельности:

- обувь для детей;
- обувь для пожилых;
- обувь для отдыха;
- обувь специального назначения;
- офисная обувь.

для социально незащищенной группы людей:

- обувь для безработных, получающих социальное пособие;
- обувь для пенсионеров;
- обувь для лиц, имеющих хронические заболевания.

учитывая особенности регионов:

- обувь национальная;
- обувь эксклюзивная;
- обувь элитная.

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

Таким образом, реализация требований основных параметров, формирующих покупательский спрос, позволит сформировать отличительные признаки, которым должен удовлетворять новый ассортиментный ряд обуви.

К параметрам, определяющим спрос, относятся:

сравнительные конкурентные преимущества; продукт должен иметь ярко выраженные особенности, или ярко выраженные преимущества по сравнению с существующими на рынке аналогами, изделиями, или услугами конкурентов;

социальная ориентация; необходимо, чтобы продукт вписывался в существующие социальные условия, чтобы предлагаемое изделие соответствовало сложившемуся стилю жизни и системе ценностей потребителя;

способность удовлетворить потребителя; продукт должен выполнять все функции для удовлетворения ключевых нужд и запросов покупателя.

Предлагается следующий комплекс мер:

создание региональной программы развития и поддержания отечественных обувных производств на территории округа;

принятие мер по сокращению ввозимой импортной обуви в регион. Эти меры должны предусматривать прежде всего пресечение торговли обувью, ввезенной контрабандным путем и без разрешения на ее реализацию на местных рынках;

помощь в трудоустройстве молодых специалистов, выпускников вузов на имеющиеся и вновь создаваемые обувные предприятия;

помощь предприятиям в процессе продвижения отечественных обувных марок на местных рынках. Прежде всего, необходимо разработать грамотную маркетинговую стратегию для региональных обувных предприятий;

создание специальной программы кредитования предприятий легкой промышленности региона, учитывающей специфику производства: сезонный характер реализуемой продукции и особенность оборачиваемости оборотных средств предприятий отрасли.

На наш взгляд, для успешной реализации всех перечисленных мер, необходима заинтересованность как федеральных, так и региональных и муниципальных ветвей власти в реструктуризации обувных предприятий, что спровоцирует снижение цен на комплектующие материалы, на энергозатраты и транспорт, обеспечивая производителю за счет ценовой ниши предлагать отечественному потребителю востребованную и конкурентоспособную обувь. Все это в совокупности обеспечит отрасли долгую жизнь и устойчивые позиции не только на внутренних, но, что особенно важно, и на зарубежных рынках. Нужна лишь добрая воля и заинтересованность всех участников по реализации предложенных мероприятий. Такие подвижки сделаны, требуется теперь твердая воля и желание заинтересованных сторон. Ассортимент для формирования потребительской ниши приведен на рис. 17 [25-26]



Рис. 17. Ассортимент для формирования потребительской ниши с учетом особенностей регионов ЮФО и СКФО.

И вновь состояния качества отечественных товаров является главной базовой, основой для успеха современных отечественных предприятий. Такой вывод имеет право на жизнь, потому, что качество – древнейшая ценность человечества. И именно по качеству российских товаров, услуг, по

качеству управления мы проигрываем в мировой конкуренции. Вы где-нибудь в мире видели сложные изделия с надписью made in Russia? Мы тоже не видели...

Долго надеялись на всемирную систему ISO. Увы, в российских условиях она скатилась в

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

кризис. Извините, уважаемые коллеги из мира сертификации качества, но пора публично перечислить то, во что она превратилась и что между собой признают едва ли не все:

– необъятное число документов, ориентироваться в которых нет сил;

– бессмысленность многих из них (к примеру, по условиям ISO требуются должностные инструкции, и все кидаются на ходу что-то набрасывать, а потом забывают их без следа);

– один предприниматель как-то сказал: «Мы прошли сертификацию по ISO». И тут же добавил: «Не подумайте, нас сертифицировала такая-то норвежская компания». Догадываетесь, о чем речь? Да, продажа сертификатов. Не все, конечно, продают, но репутация случайной не бывает.

Так что ж теперь, скажете вы, и качеством не заниматься? Нет, просто надо понимать, что свет клином на ISO не сошелся.

Договоримся о терминах. Качество – это что? Соответствие стандартам, ответит большинство. Конечно, там, где стандарты возможны, это так. Хотя у стандартов есть допуски. И разница между верхним и нижним делениями в этих допусках бывает значительная. А есть и границы стандартизации. Скажем, контакт с клиентом. Все знают, что качество такого контакта критически важно для успеха бизнеса, когда цены, ассортимент, сроки выравниваются под прессом конкуренции. Можно считать стандартом определенный набор приветливых слов, дресс-код и т. п. Хотя мы хорошо знаем, что ими прикрыто.

Нынешнее увлечение описаниями бизнес-процессов тоже постепенно приближается к абсурду. А где – то уже и достигло его: на разных фирмах мы встречаем уже жесткое описание собеседования не только при приеме на работу, но даже стандарт на совещание и на ведение переговоров.

Теперь появляется другой подход: качество – это соответствие потребностям клиента, пользователя. Кто покупает, тот и оценивает. Нужно только поточнее понять, что именно он ценит. Если попал – вот оно, требуемое качество, т. е. степень удовлетворенности потребителя свойствами товара.

Но и этот подход ограничен и тянется из прошлого века. Тогда бесспорной считалась формула: покупатель всегда прав. В наше время куда вернее другой императив: покупатель не знает наших возможностей.

К чему мы ведем? Понимание качества как соответствия стандарту, потребности устаревают. Сегодня гораздо более емким становится понимание его как сравнение с другим продуктом или с тем же, но прежним. Сравнение дает превосходство продукта над продуктом, услуги над услугой, специалиста над специалистом,

организации над организацией. Сравнение же со стандартом или потребностью не предполагает превосходства. Там возможно лишь равенство. Стандарт и потребность указывают на минимум. А кому достаточно минимума? Немногим. Зато превосходство интересно всем, потому что закон возрастания потребностей неумолим [6–8].

Практически это означает переключение системы оценки качества на уровни. Например:

А. Достаточное качество, ниже которого идет дефект, т. е. минимум допустимого, использование которого не нанесет ущерба.

Б. Эталонное качество – по принципу соответствия эталону, т. е. лучшему из имеющегося. Эталон может появиться из стандарта, но им может служить любой образец: из того, что живую имеем в своей компании, у конкурентов или хотя бы где-то в известном нам виде.

В. Авангардное качество – то, что достигнуто впервые, превосходит эталоны, но может рассчитывать на платежеспособный спрос и выход на рентабельность сразу или в перспективе.

Вот такая вертикаль качества. Она, может, допускает и больше степеней. И еще: пора отказаться от мысли, что любое качество можно измерить. Оценить можно все, но измерению поддается немного из того, что для нас важно.

На рис. 1.3 представлена модель комплексного процесса управления качеством продукции и услуг, производимых как в отдельно взятых регионах, так и в обувной отрасли в целом.

Модель представляет собой замкнутую систему управления (регулирования), реализующую принцип регулирования «по отклонению». Качество продукции на потребительском рынке можно охарактеризовать многомерным показателем качества Q . В процессе подтверждения соответствия, проведения испытаний и сертификации продукции формируется документированный показатель качества продукции Q_d . Требуемый высокий показатель качества Q_0 задается в технической документации на лучшие мировые образцы, в технических регламентах, национальных ГОСТ и международных ИСО стандартах. [27]

В процессе сравнения этих двух величин, проводимого конкурсной комиссией, определяется отклонение фактического показателя качества от заданного:

$$\Delta Q = Q_0 - Q_d.$$

Это отклонение ΔQ (рассогласование в системах регулирования) в нашем случае всегда неотрицательно ($\Delta Q \geq 0$), поскольку правильно выбранный заданный высокий уровень Q_0 всегда выше фактического Q_d или равен ему, что практически крайне редко. В таком случае мы



Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

что наиболее характерно для статических систем с присущими им устойчивостью и быстродействием, точность которых определяется главным образом коэффициентом усиления и мощностью «пропорционального» регулятора. В нашем случае функцию регулятора выполняет

звено «Мероприятия по обеспечению заданного уровня качества продукции и услуг», моделирующее систему менеджмента качества предприятия, службу качества на производстве, действия которых учитывают оценку качества продукции и рекомендации конкурсной комиссии.

Рис 18- модель комплексного процесса управления качеством продукцией и услуг в регионе.

Как видно из рис. 18, качество

Q производимой и поставляемой на рынок продукции формируется в процессе ее производства в результате мероприятий по совершенствованию производства, повышению качества продукции и услуг, проводимых службой качества и подразделениями менеджмента качества, целенаправленные действия, которых в свою очередь определяются результатами оценки продукции в процессе ее реализации.

В новых условиях хозяйствования прогрессивным является только такое производство, которое активно и динамично реагирует на возникающие проблемы. Принцип «производить только то, что нужно, тогда когда нужно, и столько, сколько нужно», требует адаптации обувных предприятий к условиям выпуска продукции небольшими партиями с частым изменением ассортимента обуви, т.е. к условиям многоассортиментного мелкосерийного производства. Эффективность деятельности обувного предприятия, а во многом и способность к выживанию в конкурентной борьбе, зависят от способности в короткие сроки и с минимальными затратами перестраиваться на выпуск обуви

соответственно колебаниям спроса. Большие возможности для этого открывает разработка и внедрение гибких производственных систем.

Технологическая и организационная гибкость производственных систем определяет вариативный потенциал предприятий, их способность оперативно и адекватно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и выступает как механизм оптимизации структуры технологической системы с целью снижения себестоимости обуви. Таким образом, разработка гибких технологических процессов производства изделий из кожи обеспечивает высокую эффективность при многоассортиментном выпуске обуви и спровоцирует резкое увеличение спроса на продукцию обувных предприятий ЮФО и СКФО. Такие же проблемы характерны и для других отраслей легкой промышленности. Болячки общие, а их лечение может и имеет какие-то небольшие различия, но сознание и желание вывести их из этого болота возможно только в том случае, если «Родина» подставит плечо и легкая промышленность вновь успешно заработает, потому что еще сохранились основные ценности в обществе:

Impact Factor:

| | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| ISRA (India) = 3.117 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИИ (Russia) = 0.156 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

профессиональные;
национальные;

общечеловеческие.

References:

- (2015). *GOST R 56041-2014. Conformity assessment. Requirements for experts on certification of products, services, processes.* - Enter. 2015-07-01. (p.8). Moscow: STANDARTINFORM.
- (2011). *GOST R 53603-2009. Conformity assessment. Product certification schemes in the Russian Federation.* - Enter. 2009-12-05. (p.15). FSUE "STANDARTINFORM".
- Shichkov, N. A. (2016). *Requirements of international standard ISO 9001: 2015 to quality management systems.* Shichkov. (p.61). SPb. : UMC "Business class".
- (n.d.). *Internal documents of the certification body OOO "YUG-TEST" guide as SMALLPOX and OS IMS, the Regulation on certification, methods, and job descriptions.*
- (2015). *GOST R ISO 9000-2015 quality management System.* The main provisions and Glossary (Amendment)
- (2015). *GOST R ISO 9001-2015 quality management System.* Trebovaniem R ISO 9001-2015 National standard russian federation state quality management date of introduction 2015-11-01.
- (2016). *"GOST R 57189-2016 / ISO / TS 9002:2016. National standard of the Russian Federation. Quality management system. Guidance on the application of ISO 9001:2015 (ISO/TS 9002:2016, IDT)"* (app. By the order of Rosstandart on 25.10.2016 N 1499-St). [Official website of the International organization for standardization (ISO)] Retrieved May 22, 2019, from http://www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=52844
- (2015). *GOST R ISO 9004-2010. Managing for the sustained success of an organization. Quality management approach.* 5 Reva, D. V. Innovative technologies of production of footwear for consumers of the SFD and skfo regions/K. G. Kovaleva, V. T. Prokhorov/ / New in equipment and technology in textile and light industry: materials of reports of the International scientific and technical conference. (pp.352-353). Vitebsk, Belarus: UO "VSTU".
- (1992). *On consumer protection:* Feder. law No. 2300-1 of law: [adopted by the State. The Duma on 7 February 1992: approve. The Federation Council on 10 February 1992] [Official site of "Consultant plus"]. Retrieved April 03, 2017, from http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181810/
- (2015). *On ensuring the unity of measurements:* Feder. law :[adopted by the State. Duma on June 11, 2008: approved by the Federation Council on June 18, 2008]. - [as amended on July 13, 2015 № 233-FZ]. (p.12). Moscow: OS.
- Tsapko, E. A. (2013). *The basics of technical regulation.* textbook. (p.287). Tomsk, TPU.
- Radkevich, J. M., Radkevich, Y. M., Skhirtladze, A. G. (2012). *Metrology, standardization and certification.* textbook for bachelors. (pp.689-709). Moscow: yurayt.
- Paleeva, S. Y., Aleeva, S. Y., & Kononenko, E. V. (2010). *organization of the procedure of confirmation of conformity: electronic educational manual.* (p.15). Yekaterinburg.
- Lifits, I. M. (2012). *Standardization, Metrology and conformity assessment:* textbook for bachelors. 10 ed., pererab. I DOP. (pp.267-274). Moscow: yurayt.
- (2011). *GOST 24045-2010. Steel sheet cold-formed sections with trapezoidal corrugations for building.* Technical conditions. - Enter. 2011-19- 04. (p.24). Moscow: publishing house of standards.
- (2004). *52146-2003, GOST. Cold-rolled and cold-rolled hot-dip galvanized sheet with polymer coating with continuous lines.* Technical conditions. - Enter. 2004-07-01. (p.8). Moscow: publishing house of standards.
- (2016). *GOST 19904-90. Cold-rolled sheet metal.* Assortment. - Enter. 1991-01-01. [as amended on October 18, 2016]. (p.12). Moscow: publishing house of standards.
- (2016). *GOST 7566-94. Metal products.* Acceptance, marking, packaging, transportation and storage. - Enter. 1998-01-01. [as amended on October 18, 2016]. (p.14). Moscow: publishing house of standards.
- (2013). *GOST 26877-2008. Metal rolling.* Methods of measuring shape deviations. - Enter. 2013-01-01. (p.10). Moscow: publishing house of standards.

Impact Factor:

| | | | | | |
|-------------------------|----------------|-----------------------|----------------|---------------------|----------------|
| ISRA (India) | = 3.117 | SIS (USA) | = 0.912 | ICV (Poland) | = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) | = 0.829 | PIHHI (Russia) | = 0.156 | PIF (India) | = 1.940 |
| GIF (Australia) | = 0.564 | ESJI (KZ) | = 8.716 | IBI (India) | = 4.260 |
| JIF | = 1.500 | SJIF (Morocco) | = 5.667 | OAJI (USA) | = 0.350 |

20. (2016). *GOST 14019-2003. Metals. Methods of bending tests.* - Enter. 2004-31-08. [as amended on October 18, 2016]. (p.8). Moscow: publishing house of standards.
21. (2016). *GOST 11701-81. Metals. Methods of tensile testing of thin sheets and tapes.* - Enter. 1986-01-01. [as amended on October 18, 2016]. (p.11). Moscow: publishing house of standards.
22. (2016). *GOST 9.401-91. Unified system of protection against corrosion and aging of materials and products. General requirements and methods of accelerated tests for resistance to climatic factors.* - Enter. 1992-30-06. [as amended on October 18, 2016]. (p.5). Moscow: publishing house of standards.
23. (2017). *GOST 27772-2015. Rolled products for structural steel constructions.* - Enter. 2016-01-09. [as amended on January 18, 2017]. (p.10). Moscow: publishing house of standards.
24. Petukhova, L. V., & Goryunov, S. M. (2013). *the organization of the control and product tests: textbook.* (p.8). Kazan, Publishing house of KAZAN state technical University.
25. (2011). *GOST 16504-81. The system of state testing of products. Testing and quality control of products. Basic terms and definitions.* - Enter. 1982-01-01. [as amended on October 18, 2016]. (p.12). Moscow: publishing house of standards.
26. Mikheeva, E. N., & Seroshtan, V. M. (2012). *Quality management: textbook* 2nd edition. (p.143). Moscow.