

SOI: 1.1/TAS

DOI: 10.15863/TAS

ISSN 2308-4944 (print)

ISSN 2409-0085 (online)

№ 03 (71) 2019

Teoretičeskaâ i prikladnaâ nauka

Theoretical & Applied Science



Philadelphia, USA

**Teoretičkaâ i prikladnaâ
nauka**

**Theoretical & Applied
Science**

03 (71)

2019

International Scientific Journal

Theoretical & Applied Science

Founder: **International Academy of Theoretical & Applied Sciences**

Published since 2013 year. Issued Monthly.

International scientific journal «Theoretical & Applied Science», registered in France, and indexed more than 45 international scientific bases.

Editorial office: <http://T-Science.org> Phone: +777727-606-81

E-mail: T-Science@mail.ru

Editor-in Chief:

Alexandr Shevtsov

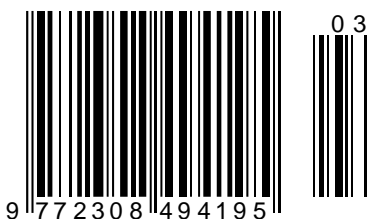
Hirsch index:

h Index RISC = 1 (78)

Editorial Board:

1	Prof.	Vladimir Kestelman	USA	h Index Scopus = 3 (38)
2	Prof.	Arne Jönsson	Sweden	h Index Scopus = 4 (21)
3	Prof.	Sagat Zhunisbekov	KZ	-
4	Assistant of Prof.	Boselin Prabhu	India	-
5	Lecturer	Denis Chemezov	Russia	h Index RISC = 2 (61)
6	Senior specialist	Elnur Hasanov	Azerbaijan	h Index Scopus = 6 (11)
7	Associate Prof.	Christo Ananth	India	h Index Scopus = - (1)
8	Prof.	Shafa Aliyev	Azerbaijan	h Index Scopus = - (1)
9	Associate Prof.	Ramesh Kumar	India	h Index Scopus = - (2)
10	Associate Prof.	S. Sathish	India	h Index Scopus = 2 (13)
11	Researcher	Rohit Kumar Verma	India	-
12	Prof.	Kerem Shixaliyev	Azerbaijan	-
13	Associate Prof.	Ananeva Elena Pavlovna	Russia	h Index RISC = 1 (19)
14	Associate Prof.	Muhammad Hussein Noure Elahi	Iran	-
15	Assistant of Prof.	Tamar Shiukashvili	Georgia	-
16	Prof.	Said Abdullaevich Salekhov	Russia	-
17	Prof.	Vladimir Timofeevich Prokhorov	Russia	-
18	Researcher	Bobir Ortikmirzayevich Tursunov	Uzbekistan	-
19	Associate Prof.	Victor Aleksandrovich Melent'ev	Russia	-
20	Prof.	Manuchar Shishinashvili	Georgia	-

ISSN 2308-4944



© Collective of Authors

© «Theoretical & Applied Science»

International Scientific Journal

Theoretical & Applied Science

Editorial Board:

Hirsch index:

21

Prof. Konstantin Kurpayanidi

Uzbekistan **h Index RISC = 8 (67)**

International Scientific Journal
Theoretical & Applied Science



ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (71), 700.
Philadelphia, USA



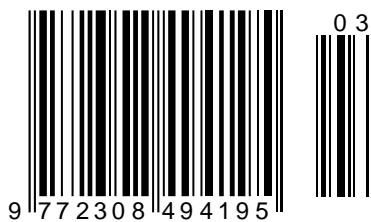
Impact Factor ICV = 6.630

Impact Factor ISI = 0.829
based on International Citation Report (ICR)

The percentage of rejected articles:



ISSN 2308-4944



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 ПРОДУЦИИ 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 позволили 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. Прямое отношение 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.

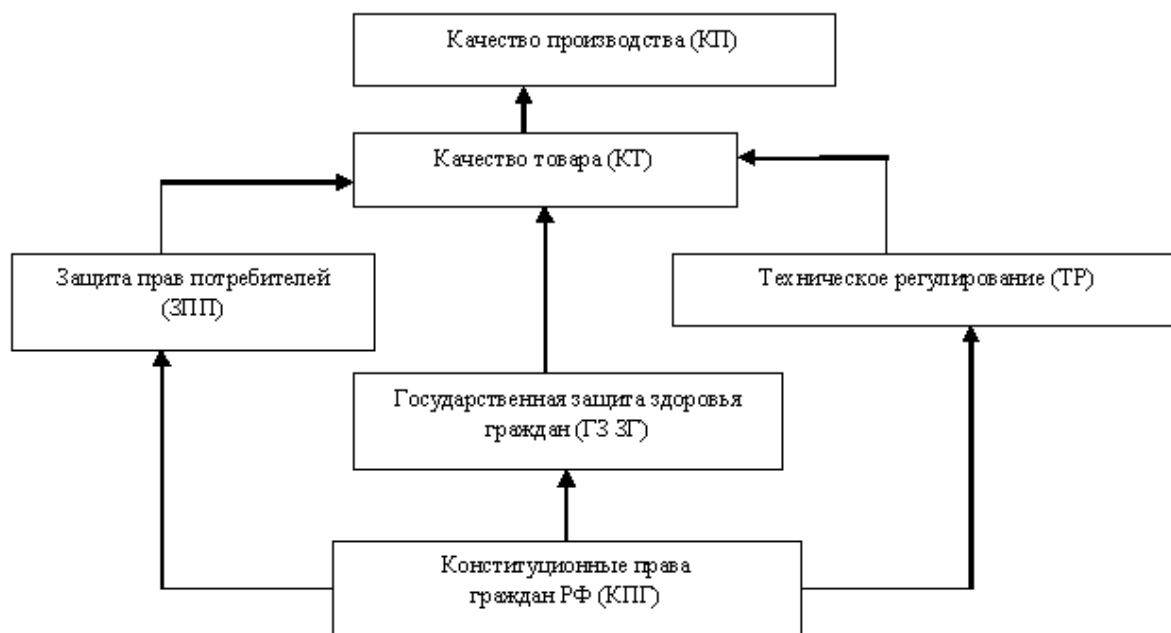


Рис. 2. Схема правового обеспечения управления качеством.

Любой акт «купи-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, находящийся 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 дуэтом 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).

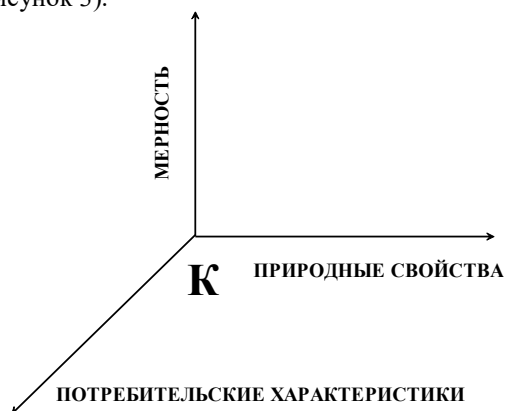


Рис. 3 Развитие представлений об измерении качества.

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	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

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

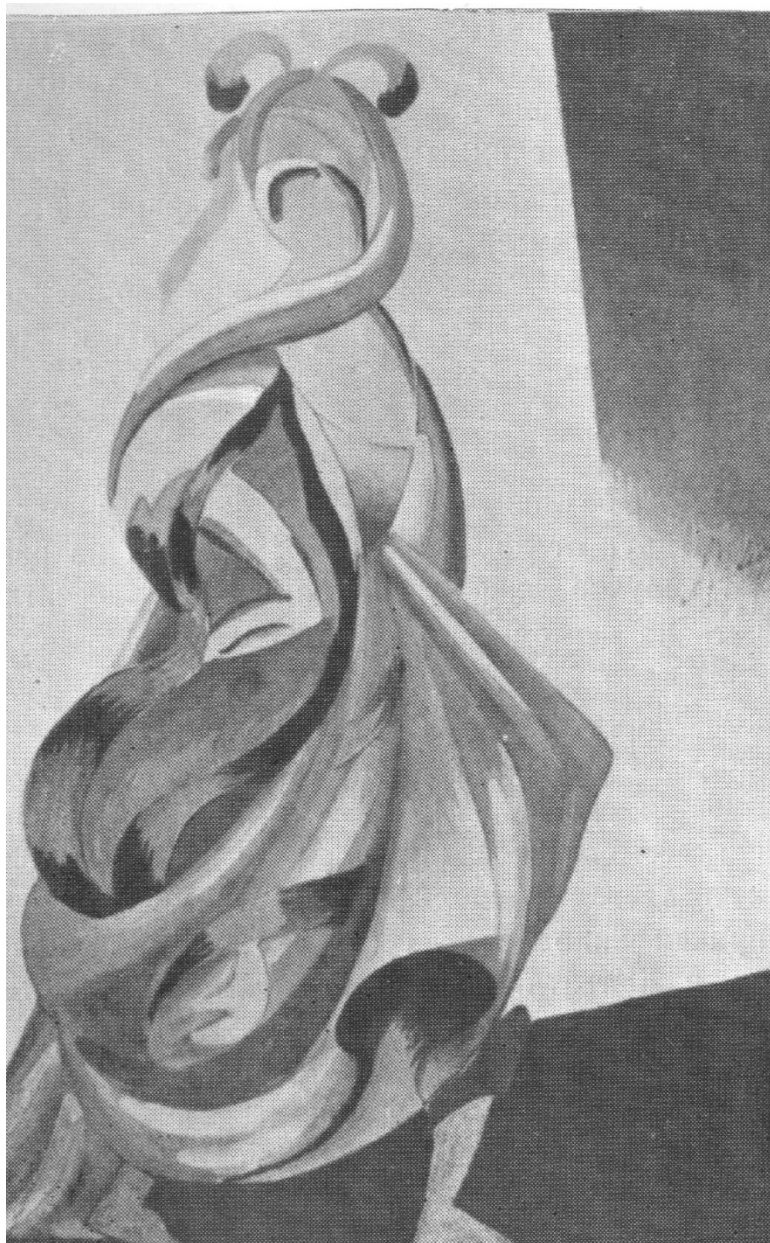


Рис..4– Александр Экстер. Шекспировская героиня в костюме.

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 постоянная 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

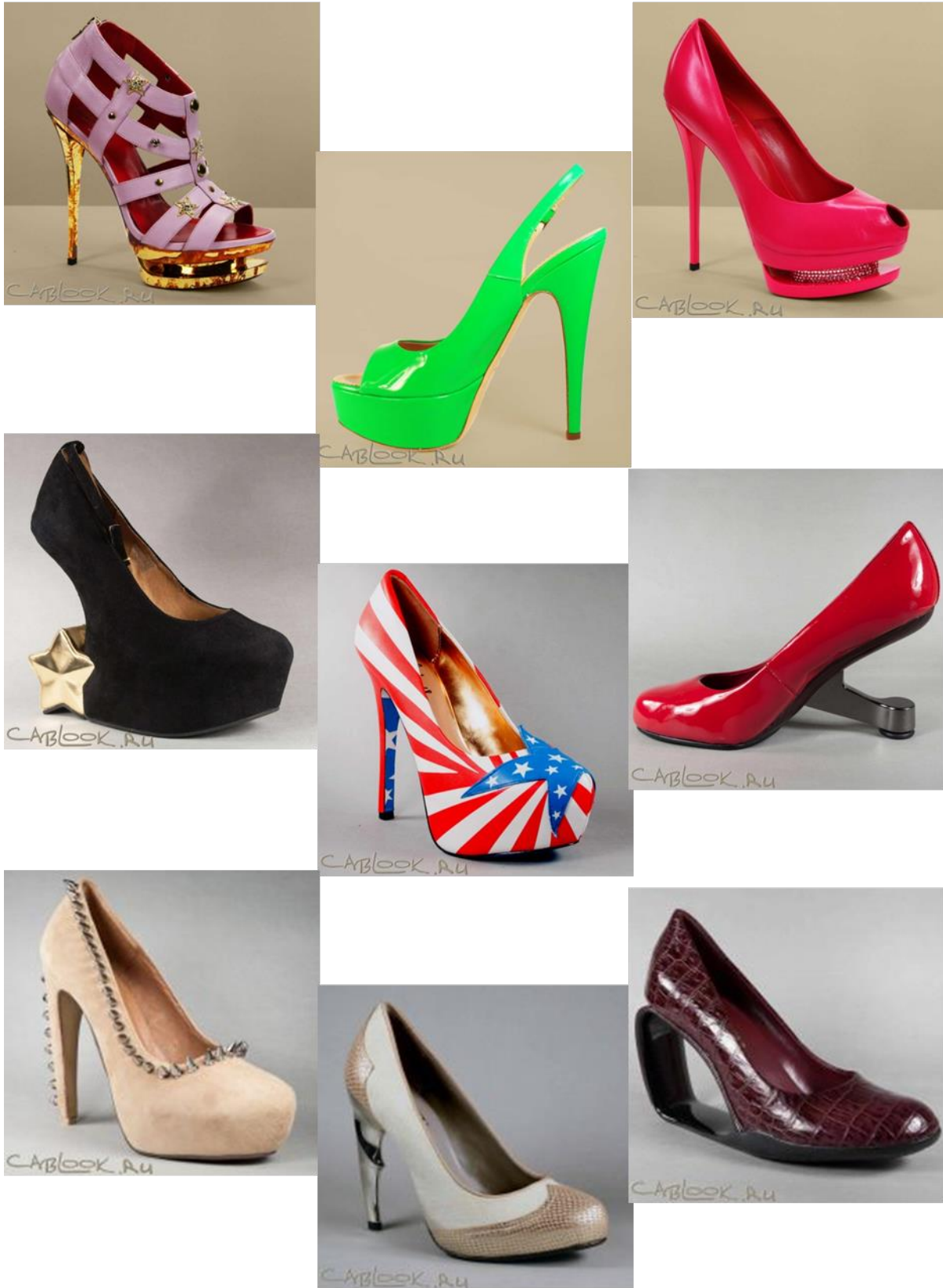


Рис. 5 Ассортимент женской обуви.

Impact Factor:

ISRA (India) = 3.117	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	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

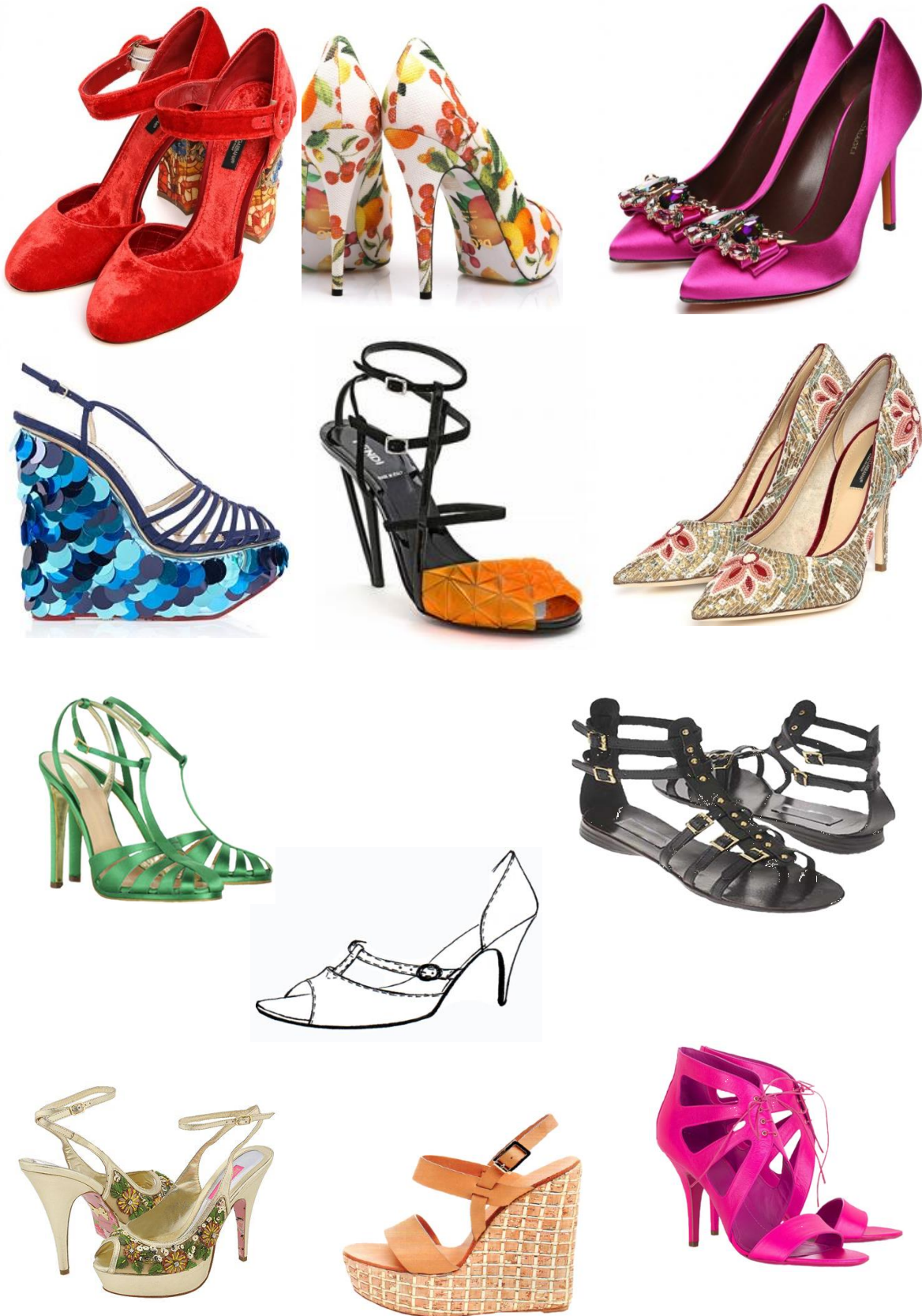


Рис. 6. Ассортимент элитной и летней женской обуви.

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	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. 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. 13. Ассортимент осенней и весенней мужской 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	SJIF (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.

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 (3 MESSAGE)

Abstract: In report 3, 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 (3 message). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 146-183.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-15> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.15>

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА БЕЗДЕФЕКТНОЙ И ИМПОРТОЗАМЕЩАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЮФО И СКФО (СООБЩЕНИЕ 3)

Аннотация: в сообщении 3 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 партисипативного 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

Начинать исследование приходится классически с постановки и общей характеристики проблемы. Удивительно, но тем не менее, факт, что несмотря на многочисленную литературу по предлагаемой теме и не менее четкие заявки на ее комплексный анализ, проблема комплексного исследования управления качеством остается «ежиком» в густом тумане.

Причина простая, за исключением работы Б.С. Алешина с соавторами, обещание комплексного изучения проблемы остается пожеланием. Содержание исследований обычно не выходит за рамки одного–двух аспектов рассмотрения качества и возможности управления качеством. Остальные ракурсы либо декларируются, либо прилагаются в настолько секвестрированном состоянии, что их присутствие воспринимается, как своего рода нагрузка за удовольствие приобщиться к авторским

рассуждениям на, безусловно, актуальную на все времена и для любой деятельности тему [1-2].

Отмеченный недостаток присущ и нашим работам, посвященным проблеме качества. Нас извиняет в какой-то мере лишь то, что мы до сих пор избегали делать заявку на комплексное исследование качества в контексте управления. Вполне возможна и даже прогнозируема жесткая реакция наших критиков. Другие – и мы с ними, утятя критику, шагнут дальше, вперед, коллективно решая то, что не под силу отдельным исследователям, даже в том случае, когда они сочетают свои различные познавательные ресурсы и когда, как например, в нашем случае собираются вместе отраслевой специалист, экономист-системщик и философ.

Философский аспект.

В основе теории управления качеством лежит философская разработка этого понятия. «Качество» – философская категория и от того, насколько в теории управления качеством представлена философская составная, зависит

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

решение выдвинутой задачи. В философии же единого толкования качества никогда не было, нет взаимопонимания и в наше время. Отсюда следует важный вывод: надо, прежде чем выстраивать стратегию управления качеством, определиться, на какой философский «берег» вы собираетесь десантироваться.

Качество – общая и достаточно устойчивая определенность предметного множества. Стабильнее качества разве только формы бытия и его субстанция – единственное, что неизменно по определению. Качество, тем не менее, тоже течет по реке времени и меняется. Изменяется качество внутри себя, сменяя свои состояния, и радикально, теряя свою определенность, превращается в другое качество.

Различия в философском понимании качества обусловлены сложностью качества как предмета исследования, но еще в большей степени они – следствие философского миропонимания и методологии, на которой оно сформировано.

«Материализм», «идеализм», «метафизика», «диалектика» – изрядно потрепанные классовый идеологией философские понятия. Философы – консерваторы в советское время неплохо устроились, возведя баррикады, из-за которых пускали стрелы гнева в своих врагов, абсолютизируя политическую подопку философских течений. Не в лучшем свете выглядят и торжествующие в объятиях либеральной демократии критики, расправляющиеся с неугомонным наследством. Воодушевленные «благородным гневом», они по существу повернулись в прошлое и не столько «топчут» это ненавистное прошлое, сколько топчутся на месте, тормозя движение познавательного процесса.

От «материализма», «идеализма», «метафизики», «диалектики» надо не отказываться, а их необходимо очистить от псевдоидеологической «шелухи», раскрыв тем самым заложенный рациональный смысл в данные явления. Эти понятия – своего рода «пограничные столбы» философского и научного познания, предупреждающие, с одной стороны, о необходимости придерживаться в познании некоторых ориентиров, с другой – требующие разработки условий пограничного взаимодействия.

Границы в познании призваны не отграничивать, изолировать одно от другого. Их разумность заключается в том, что они регламентируют познавательный процесс. К. Маркс, писавший, что идеализм Г. Гегеля есть «поставленный на голову материализм», не несет ответственность за своих последователей, упростивших марксизм и, в частности, философию марксизма – диалектический материализм.

Идеалист Г. Гегель равным образом не виноват, что Э. Мах довел идеалистическую идею до солипсизма, и своими философскими эзерсисами нанес ущерб рациональности, присущей высшим достижениям идеалистической философии.

История философии предупреждает всякого, кто вступил на путь познания: больше всего бойся односторонности. Она неизбежно ведет к абсолютизации, состоянию познания, при котором разрывается естественная связь в нем идеального и материального, закрывается движение к истине.

Управление качеством начинается с философской, то есть мировоззренческой и методологической ориентации теории. Никаких альтернативных вариантов нет. В разработке теории управления бессмысленно уклоняться от философских основ. Необходимо активно искать сотрудничества с философией, рационально истолкованной.

Вопрос: где она, эта рациональная философия, – давно стал риторическим, со времен первых философов. Ее в готовом виде не было, нет, и не будет как «палочки-выручалочки», «скатерти-самобранки», «философского камня».

Рационально истолкованная философия – эксклюзивный продукт взаимодействия профессионального мышления с философским наследием. Возражения типа «не каждому по силам такое» вполне подходит к ситуации. Верно, такое дано всем, но и не все берут на себя ответственность строительства системы управления качеством. Большинство пребывает в ожидании указаний и нормативных материалов в полной комплектации. По нынешней моде: портфель с документами.

Наш российский рынок не только уродливо разорвал национальную экономику, одним подарив жирные куски, другим оставил призрачную надежду, что когда-нибудь их постная жизнь изменится и на их улицу придет праздник. Российский рынок лишил нас национального единства, обесценив то, что широко известно как «загадочная русская душа», а попросту говоря, свойственную нам тягу к размышлению «за жизнь вообще», включая сюда проблемы личные и национальные. Немца отличает законопослушание, американца из США – авантюризм, итальянца – непосредственность. Наши предков выделяла ответственность, угасающая на глазах.

Философия качества – понятие собирательное, синтетически выстроенное. Понимание качества в различных философских теориях различаются существенно, ибо оно «подогнано» под систему и метод, использованный в ее разработке.

В подобной неоднозначной ситуации начинать надо с заключения: все правы и никто

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

неправ. Что за абракадабра, – скажет привыкший мыслить согласно заложенной природой формуле «или – или», – Нам не нужны загадки, мы хотим, чтобы все было по принципу: «каждому свое». Задача как раз и состоит в том, чтобы все разложить «по полочкам». Так проще, понятнее, не ошибешься.

Формальная логика мышления, складывается стихийно, отражает мир вещей в первом приближении, грубо. Ф. Энгельс ее справедливо сравнивал с элементарной математикой, которая не способна описывать процесс, поэтому ограничена действиями с конечными величинами. «Что такое хорошо и что такое плохо» – удел формально-логических рассуждений, для которых «нет худа без добра», или «две разных стороны одной медали» – суждения не по правилам, запретные.

Запреты мышлению вводит и политическая идеология, разделяя мысли на свои и враждебные, правильные и неправильные, заставляя общественное сознание работать по упрощенным правилам формальной логики индивидуального мышления.

В марксистской и гегелевской концепциях качества больше общего, чем отличий. Главное же то, что самое существенное в понимании качества совпадает. К. Маркс и Ф. Энгельс, дистанцируясь от гегелевского идеализма, всемерно оберегали его диалектическое понимание мышления, развивали выдвинутые им положения, защищали их от критики. Они лучше кого-либо сознавали резерв, заложенный в гегелевской диалектике познания.[3-4]

Качество и для Гегеля и для основоположников диалектического материализма, творивших после Гегеля, было:

– во-первых, совокупностью определенным образом связанных существенных свойств явлений;

– во-вторых, качество они понимали как объективное состояние, даже в том случае, когда оно создается сознанием человека, так как сознание творит качество согласно объективному порядку мира. Качество инвариантно объективно;

– в-третьих, в их понимании, качество изменяется в соответствии с диалектикой развития мира. Оно имеет конкретно-исторический способ выражения.

Все три приведенных характеристики качества образуют методологический каркас: теории качества и стратегии управления качеством.

Свой вклад в философию качества внес и знаменитый предшественник Г. Гегеля, английский философ Дж. Локк. Дж. Локк разделил качество на две группы: объективные качества вещей, присущие им значительно, и качества, возникающие в процессе познания. Последние отсутствуют в вещах, но образуются при взаимодействии вещей и чувств человека. Вещи возбуждают определенные чувства

и те реагируют образованием соответствующих полученным сигналом качеств – ощущений. Теорию двойственности качества Локка не критиковали только самые ленивые. Ему досталось от материалистов за уступки идеализму: не пощадили его и идеалисты за группу объективных качеств.

Означает столь активная критика убеждений английского мыслителя, что он во всем был не прав, заблудившись в дебрях философии качества? Отнюдь. Идеи умного человека не могут быть глупыми, если они не шутка, а Локк не шутил.

Философ пытался отыскать решение противоречий в развитии учения о качестве. Его не удовлетворял взгляд на качество ни упрощенного материализма, ни субъективных идеалистов, суждения которых вели в тупик.

Локк был далек от того, чтобы соединить идеи противников, и таким примитивным приемом преодолеть сложившийся конфликт. Он хотел подчеркнуть роль сознания в истории формирования качества, активность субъекта, но не смог последовательно осуществить свой замысел. Заслуживает особого внимания суть его инициативы – стремления включить в теорию качества деятельность субъекта.

Прошло время, идея вызрела под действием практических факторов. Философы вернулись, нет ни к философии Локка, к его идее активности субъекта и роли его деятельности в формировании качества вещей. Не говоря о том, что актуальной стала и проблема своеобразия качества самой деятельности, создающей качество вещей.[5-6]

Достаточно вспомнить современную, международную систему контроля качества ИСО-9001. Базовой в ней является именно идея качества деятельности. Качество и вещь ошибочно было бы отождествлять. Как особая комбинация свойств, качество, по определению, не то же самое, что вещь. Г. Гегель определял качество явления просто и в пределах философского понимания, которое в условиях рыночных отношений стыкуется с потребительской оценкой, понятию: «качество есть то, лишаясь чего, предмет перестает быть собою». «Перестает быть собою», однако не перестает существовать вообще.

Не отвечая требованиям качества, явление превращается из одного состояния в другое, либо в другое явление. Экспертиза дала заключение о несоответствии товара техническим (и потребительским) параметрам. Товар перевели в разряд не кондиции, бракованного изделия, но вещь осталась и вместе с ней сохранилась какая-то перспектива ее утилизации: устранения несоответствия стандарту, переработка. Нельзя обувь носить, можно попробовать вычерпывать ею воду из протекающей лодки, трамбовать паклю, ботать, да мало ли на что несостоявшийся

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

сапог может согнуться в большом хозяйстве, – даже на самовар можно надеть.

Качество ошибочно отрывать от предмета не только с философской позиции, но и с точки зрения нефилософского осмысления, иначе качество превратится в нечто самостоятельное, подобно «Носу» из повести Н.В. Гоголя, и управление качеством потеряет предметную определенность. Ф. Энгельс подчеркивал: «Существуют не качества, а только вещи, обладающие качеством, и притом бесконечно многими качествами».

Специалисты отличают сдвиг потребностей на рынке в сторону качественных изделий. Рынок созревает. Это подтверждает мониторинг спроса. В данной долгожданной ситуации важно не потерять философскую почву, разрабатывая бизнес-план, согласно новым обстоятельствам.

Качество – это высшая и перманентная цель одновременно, поэтому нужно одно иметь на перспективу, а другому придать сегодняшний образ. Только правильная ориентация в конкретном времени как жизненном интервале, когда это именно актуально, гарантирует успех реализации товара.

Производитель и продавец должны быть современными. Их современность обусловлена способностью найти оптимальный товарный ассортимент и состыковать конкретный товар с ожидаемым уровнем качества, чтобы попасть в оптимальный ценовой диапазон, продиктованный платежеспособным спросом потребителя продукции, выражающим его потребность в товаре.

Качество для потребителя – не абстракция, созданная профессиональным мышлением

производителя. Потребитель смотрит на качество через прицел кошелька. Пока существует рынок, цена остается его визитной карточкой. Если покупатель сначала просит показать товар и только потом спрашивает, сколько он стоит, то от перестановки элементов результат не меняется. Свой сакраментальный вопрос, от ответа на который будет зависеть, как разрешится акт купли-продажи, клиент задаст обязательно.

Качество к самостоятельному существованию не приспособлено. В качестве представлена вещь, когда она оказывается на рынке – товар. И вот здесь начинается главное в теории качества, поэтому остановимся и разберем проблему поподробнее.

Качество вещей, образующих природу, возникло естественно, стихийно, согласно сложному сочетанию природных закономерностей. Отсюда следует, что качество таких, естественным путем созданных явлений, однозначно объективно во всех отношениях.

Иной оказывается история качества явлений, созданных человеческой деятельностью. В общественной практике реализуется духовная составная человека. Человек строит дом, шьет обувь, одежду, согласуя свои действия с механическими, физическими, химическими, биологическими свойствами природных вещей, но делаем мы конечный продукт не для природы – частные случаи опустим. Мы в создаваемой вещи, ее свойствах, в ее качестве реализуем свои цели, потребности, интересы: либо материализуем, либо объективируем. Различия объективности качества естественного явления и созданного человека приведены на рисунок 1.

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

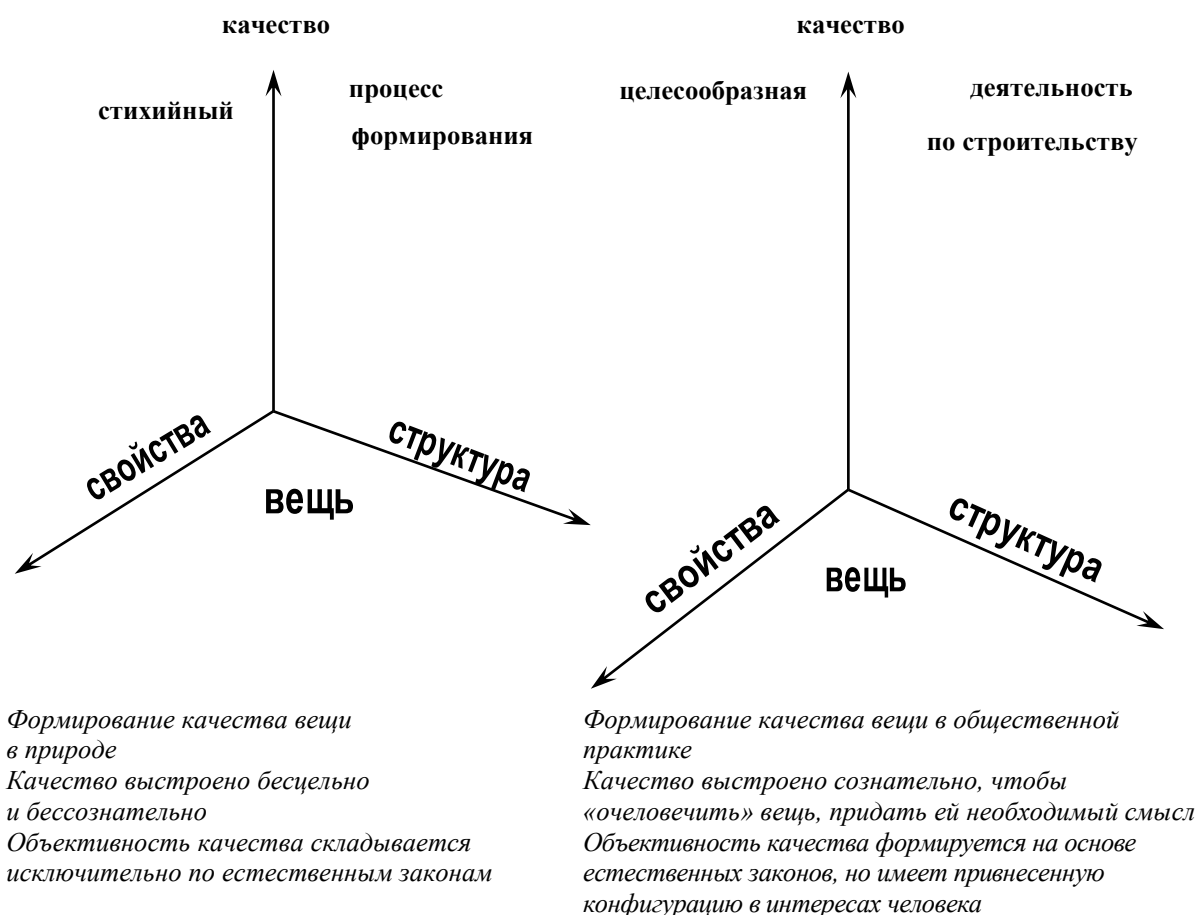


Рис. 1. Различия объективности качества естественного явления и созданного человеком.

В качестве вещей, продуцируемых практической деятельностью человека, в качестве самой этой деятельности, сплетаются, сплавляются объективные свойства вещей и субъективные формы бытия человека. Качество изготовленных человеком вещей объективно, но в их объективности выражается разумность (или неразумность) человека. И здесь как раз находится узел противоречий производителя и потребителя. Развязать его можно только, согласовав взгляды на потребительские свойства товара производителя с реальной оценкой потребительских запросов и возможностей. Качество товаров следует разрабатывать исключительно с учетом тщательного маркетингового мониторинга, соответственно подтягивая резервы производства. Мы же продолжаем наблюдать разделенный рыночный механизм. Отсюда и проблемы с реализацией отечественной продукции.

Профессиональная деятельность подобно скульптору лепит качество вещи, опираясь на естественные свойства материала, возвышая их

посредством таланта и труда до состояния, пробуждающего специфический интерес сознания. Вещи естественного происхождения тоже привлекают к себе человеческий интерес способностью вызывать эстетические чувства, оказывать лечебный эффект, быть материалом или условием производства быта, что объяснимо – человек «вышел» из природы, оставшись ее особой частью. Однако при этом их качество сохраняет свою «естественную чистоту». Профессиональная деятельность – системный фактор в обеспечении качества товара, имеющего добавленную стоимость. Она, по положению, должна быть и начальным звеном в разработке идеологии управления качеством.

Качественную вещь может изготовить исключительно качественная профессиональная деятельность – это первый и основной закон качества производства. Природные катаклизмы способны на многое, им люди приобретением драгоценных камней, металлов, строительных материалов. Алмаз – детище естественной стихии. Минерал обладает исходным уникальным

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

природным качеством, однако изделия из алмаза приобретают столько новых качеств, в которых заинтересован человек, что естественное качество остается по сути важным лишь для обработчиков природного камня.

Конечный продукт из алмаза, будь он ювелирным украшением или техническим элементом, – результат профессиональной деятельности. На рынке драгоценных камней существует различие в интересе к исходному материалу, – из каких он месторождений, но главное там в другом: кто превратит алмазы в бриллианты. Качество бриллианта обусловлено соединением в изделии сырья и мастерства. А так как мастер выбирает сырье, то и вклад его профессионализма в качество изделия имеет решающее значение.

Отсюда второй закон качества производства: для обеспечения качества продукта необходима качественная подготовка специалистов, способных хранить и приумножать профессиональное мастерство.

Третий закон качества производства требует направленности профессиональной деятельности на совершенствование технологического процесса за счет интеграции с наукой и техническим прогрессом.

Понятие «качество», отражая предметное многообразие мира, обязано тем самым воспроизводить в себе объективное различие. Это осуществимо через структурирование качества. Структурированность качества особо значимый фактор в теории управления качеством. Целесообразно разделить качество на следующие семь структурных уровней по уровню значимости от вклада «человеческого фактора» [7-8]:

- качество естественных предметов;
- качество естественного материала;
- качество переработанного естественного материала;
- качество технического оснащения;
- качество программного продукта;
- качество производственной деятельности;
- качество организации и управления производством.

Организационная и управленческая деятельность, нацеленная на производство качественного реализуемого продукта, сама требует проверки на качество. Аудит качества организации и управления качеством производства предполагает структурирование соответствующей деятельности. Наш исследовательский опыт проблемы подсказывает, что процесс организации и управления надо разложить на четыре составных (рисунок. 2).

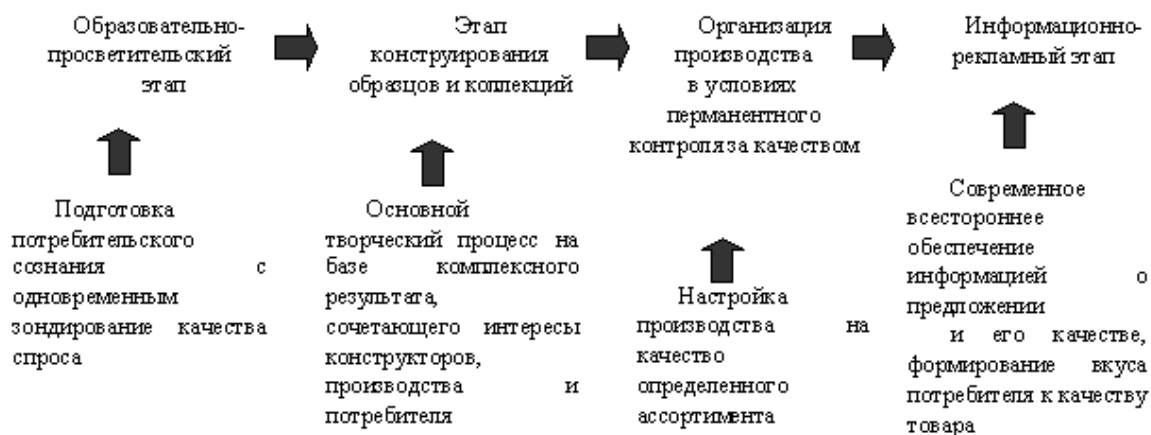


Рис. 2. Этапы включения творческой профессиональной деятельности в процесс формирования качества товара – составные организации и управления качеством производства.

Логика сотворения качества создаваемых человеком вещей выдвигает на первый, крупный план, качество деятельности, акцентирует исследовательское внимание на признаках качественной деятельности, необходимости построения их системных отношений. Философская литература по

выделенной проблематике больше «молчит». Философы по-прежнему воюют. Сторонники объективности качества доказывают несостоятельность взглядов своих оппонентов, вместо того, чтобы смотреть на качество не только в контексте с объективной реальностью мира, но и преобразующей материальный мир человеческой,

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

профессиональной деятельностью. В духе домарксистского материализма невозможно разработать научно-философское учение о качестве, ибо старый материализм был, в сущности, философией созерцания, а не преобразования мира. К. Маркс в свое время учил: надо не только отражать мир, но и изменять его. Диалектика – материалистическое мировоззрение

основано на практическом взаимодействии человека и природы. Деятельность, прежде всего творческая, – кредо диалектической философии и науки.

Универсальную модель отношений системных свойств профессиональной деятельности поясняет уже приводимая и предлагаемая нами схема (рисунок. 3).

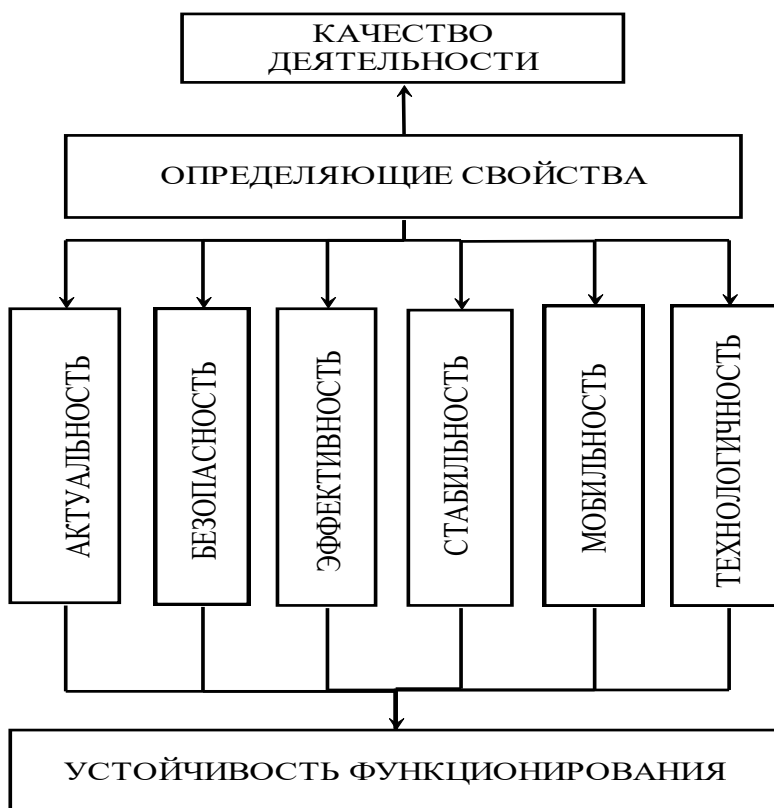


Рис. 3 – Универсальная модель системных отношений качественных свойств профессиональной деятельности.

Включенные в схему признаки профессиональной деятельности хорошо известны. С ними обычно и в научном и в практическом сознании связывают профессионализм. Новизна состоит не в самих признаках, а в представлении их системным образованием, которое придает им новый уровень значения. Представляя систему, исследователи обычно ссылаются на открытый Бертоланфи эффект системной связи свойств: расхождении суммы признаков системы и суммы признаков образующих систему элементов. Эффект, описанный Бертоланфи, позволяет судить о системной организации свойств, действий, явлений, как о наиболее эффективной форме отношений, что важно для эффективности управления, с одной стороны, и совершенстве организации, с другой (рис..3).

Управление качеством, надстраиваясь над философской его интерпретацией, следующий шаг делает по пути системной организации программы деятельности, разбираясь с расположением системных признаков деятельности, чтобы выстроенная система была бы жизненно устойчивой, актуальной и в меру безопасной.

Системный подход на данное время самый качественный способ познания и организации управления любой сложной деятельностью. Сомневающимся в наибольшей эффективности системного подхода наверное уже нет. Есть те, кто неадекватно воспринимает и оценивает бесспорные преимущества системного подхода, абсолютизируя его значение в ущерб другим методам, в частности, комплексному подходу. Комплексный подход в теории и на практике не растратил своей ценности в конкуренции с

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

системным, они, дополняют друг друга, и повышают эффективность деятельности как организационно-управленческой, так и познавательной.[9-10]

Качество деятельности удобнее анализировать с позиций системного подхода. Теорию же управления качеством, нам представляется, разумнее возвести на фундаменте комплексного рассмотрения.

Сложившая в специальном – не философском – познании (в практике тоже) ситуация вынуждает нас вернуться к различию, существующему между комплексным и системным методами, ибо слишком частыми стали подмены этих методов.

Системный подход принципиально выделяется способом построения знаний, при котором взаимоотношения образующих явления элементов, признаков, выстраиваются в зависимости от базового отношения, называемого системообразующим фактором. Система формируется подобно процессу кристаллизации

путем последовательного приращивания составных.

Системно целесообразно выстраивать, к примеру, изделия из кожи, меха, текстиля, когда некоторое, согласованное состояние качества материала, берется за системообразующий фактор и к нему «привязывается» весь ряд, предлагаемый для производства. Качество и место на рынке в таком случае будут определяться качеством соответствующего состояния материала, использованного при изготовлении каждого конкретного ряда изделий.

Комплексный подход базируется на определенном качественном основании и требует всесторонности анализа качества явления, причем аспекты исследований могут быть равнозначными, и выступать в некоторой рейтинговой зависимости. Хорошим примером использования комплексного подхода является строительство управления качеством. Схематично оно выглядит приблизительно так, как показывает рисунок. 4.

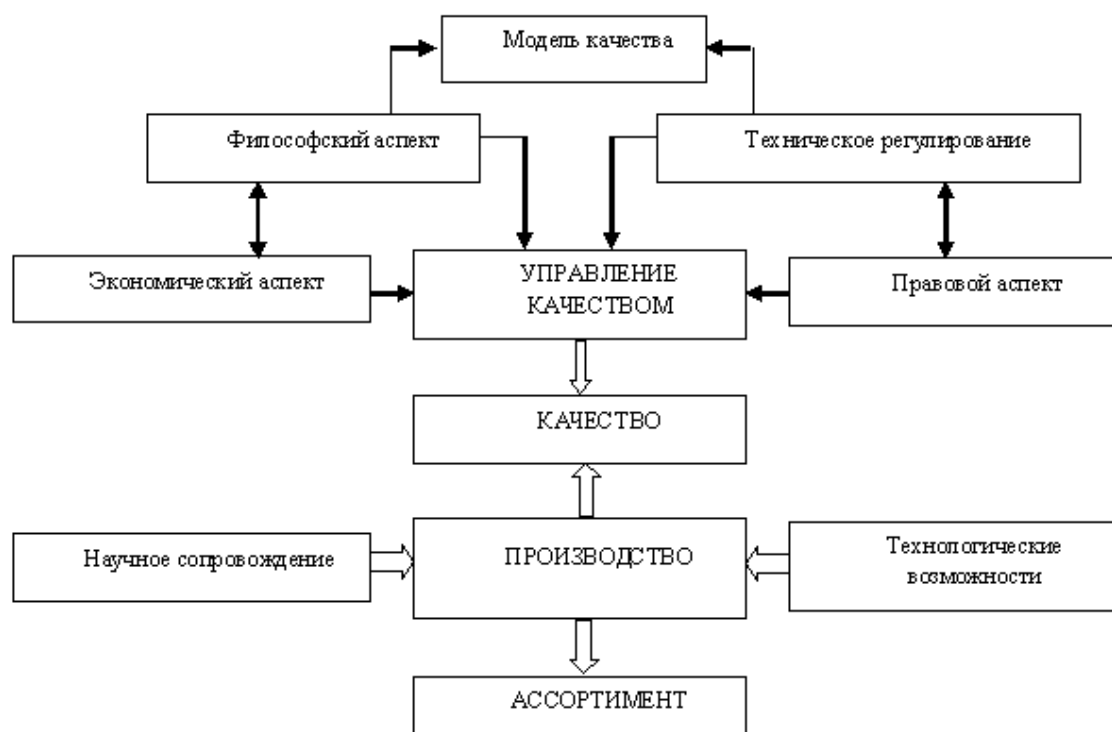


Рис. 4. Принципиальная схема комплексного управления качеством производства.

Приведенная схема демонстрирует взаимосвязи и ролевую ответственность основных элементов подготовки и осуществления процесса управления качеством производства. На ней достаточно четко просматриваются узловые отношения: связь философского аспекта с техническим регулированием, позволяющая конкретизировать методологические и

теоретические проработки до уровня нормативно-технических заданий; технического регулирования с правовым аспектом, включая в последний использование патентных и лицензированных элементов; философского и экономического анализа, придающего первому конкретную предметную ориентацию в условиях рынка, а второму – методологическую

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

перспективу, зависимость качества производства от технологического состояния производства и научного оснащения.

Завершить философский анализ качества на уровне, необходимом для использования этих знаний в практике экономического управления качеством производства, поможет принципиальная схема взаимосвязи описывающих качество философских понятий, состыкованных с экономическими категориями. Она была разработана нами несколько лет назад. Наше возвращение к ней вынужденное. Причина в том, что у нас не оказалось выбора. Философы продолжают отвлеченный от конкретных форм экономической практики анализ качества в свете своих профессиональных интересов. Экономисты качество представляют узко эмпирически в рамках меркантильной заинтересованности.

Философия предупреждает, что объективизация качества имеет реальный смысл исключительно в гносеологическом аспекте его рассмотрения: при решении вопроса о природе качества. Действительно в ракурсе отношений «объект – субъект», качество первично – оно объективно по своей природе. Даже конструируя качество, мы лишены абсолютной свободы в своем творчестве. Профессиональное творчество ограничено объективными корнями создаваемого творчеством качества. Качество вещи объективно в материальном выражении, тогда как качество

научной теории объективировано адекватностью отражения в ней объективного качества вещи, отношения которых воспроизводятся в научной теории. Система качества контроля приведена на рис. 5.

В теории управления качеством важно правильно понимать диалектику в качестве организации производства; в качестве деятельности, организованной производством, наконец, в качестве производимого товара объективного и субъективного. Видный отечественный ученый, общественный деятель Л.П. Карсавин, чтобы подчеркнуть деятельный характер качества, связанный с субъективным творчеством профессионала, придумал термин «качествование».

Субъективная сторона качества товара раскрывается на рынке через сложные взаимоотношения создателей, посредников и потребителей. С ними пересекается своеобразие национального менталитета – в США и западноевропейских странах в толковании качества на рынке доминирует прагматический, утилитарный подход, в России традиционной стороной отношения к качеству товара была созерцательность, качественные товары и в наши дни для большинства россиян больше, чем нечто предназначенное исключительно для употребления.

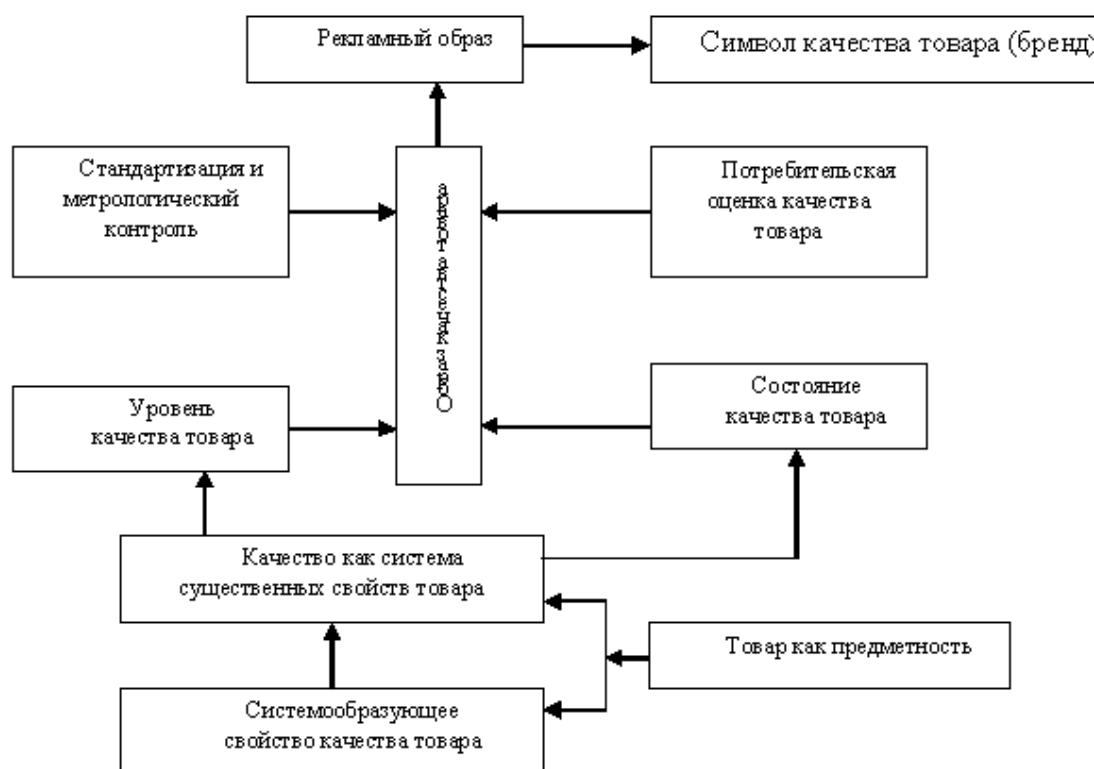


Рис. 5. Система качества контроля.

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

Творцам и производителям качественных товаров необходимо воспитывать сознание потенциальных потребителей своей продукции, исходя из того, что в условиях рынка качество товара – коллективный образ. Образ качества товара, фирменного производства конечно, можно раскрутить с помощью рекламы, но такая односторонность рискованна и опасна.

Устойчивость репутации качественного товара обеспечивается всем механизмом рынка, в том числе и его обширной инфраструктурой. Просвещенный потребитель активно включается в процесс «борьбы» за качество. Нежелание расходовать достойные средства на просвещение потребителя, стремление «обуть» его ложной, поверхностной рекламой неизбежно обернется бумерангом.

К сожалению, многие российские производители не боятся бумеранга. Они знают, что долго они в данном секторе производства не задержатся. Пока рынок расставит все по своим местам,отреагирует надлежащим образом на

псевдо качество, они будут другими и эта «лабуда» для них потеряет актуальность.

Хотя специалисты и считают, что российский рынок качнулся в сторону качества продукции, объективно ситуация на рынке существенно не изменилась. Те малые проценты, на которых строятся обнадеживающие выводы, далеки от того, чтобы быть качественными характеристиками.

Условием выбора потребителем товара, в большом ассортименте предложенного на рынке, является совпадение его технических параметров с условными характеристиками прогнозируемой потребности. С этой точки зрения стратегия управления предприятием должна быть построена по принципу «следающей системы» с обратной связью, т.е. она должна обеспечивать потребителей продукцией, удовлетворяющей их специфическим требованиям по качеству и сопутствующему сервису при её сбыте, всё время отслеживая при этом степень такого удовлетворения (см. схему рис. 6).[11-12]



Рис. 6. Система удовлетворения потребителей.

Отслеживание качества товаров и сопутствующего сервиса состоит из двух этапов. На первом этапе фирма-производитель посредством маркетинга изучает покупательские ожидания в качестве продукции и сервиса её продвижения. На основе этой информации определяются функциональные спецификации для новых видов продукции и качества сервиса, которые будут зависеть от способности определения покупательских ожиданий и способности адаптировать технологии производства к изменению покупательских ожиданий.

Второй этап заключается в периодическом «измерении» рассогласования между фактическим и ожидаемым уровнем качества продукции и сопутствующего сервиса. В соответствии с величиной рассогласования деятельность предприятия должна быть направлена на выработку управляющих воздействий на организационно-технологические

подразделения с целью уменьшения расхождения и внедрение новых методов оценки параметров качества.

Моделью оценки качества продукции является кортеж:

$$W = \langle X, P, A \rangle, \quad (1)$$

где X – множество возможных вариантов решений (объектов), таких, что $x \in X$ – элемент этого множества, заданный на X посредством некоторых правил технологии изготовления и дистрибуции товара; P – исчислимое множество показателей качества и соответствующих им шкал измерений; A – алгоритм оценки, реализующий логику сравнительной оценки альтернатив в форме «лучше-хуже».

Любое решение $x \in X$ представляется вектором $P(x) = (P_1(x), \dots, P_m(x))$ в m -мерном пространстве показателей качества, определяемом как декартово произведение

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

$$P = P_1 \times \dots \times P_m \subset R^m, \quad \text{где } P_j,$$

$(j = \overline{1, m})$ – множество допустимых значений

j -го показателя, являющееся подмножеством множества вещественных чисел R .

Оценка качества продукции состоит в определении степени соответствия оцениваемого объекта целям его функционирования. Цель может быть задана косвенно – с помощью «эталонов» качества. Эталон качества является совокупность $\{P_{jd}\}$ базовых значений показателей качества производства и сбыта продукции, которые в наибольшей степени удовлетворяют ожидания потребителей.

Числовое представление уровня качества можно представить кортежем:

$$A = \langle \varphi, P, P_{j\delta} \rangle, \quad (2)$$

где $\varphi: P \times P_{j\delta} \rightarrow R$ – отображение множества

$P \times P_{j\delta} \subset R^m$ на множество действительных чисел R , т.е. A является многомерной шкалой оценки уровня качества. Откуда следует, что $W = \langle X, P, P_{j\delta}, \varphi \rangle$, для любого $x \in X$

устанавливает число, зависящее от положения точки (вектора)

$$P(x) = (P_1(x), \dots, P_m(x)) \quad \text{в}$$

пространстве показателей качества. При оценке уровня качества применяются несколько видов шкалирования.

1. *Шкалирование отношения.* Состоит в определении относительных показателей качества

$$\Omega_j = P_j / P_{j\delta},$$

которые определяют, во сколько раз оцениваемый объект лучше или хуже базового по j -му показателю качества

$$(j = \overline{1, m}).$$

Операция шкалирования одновременно является операцией нормировки.

2. *Шкалирование разности с нормировкой.* Заключается в представлении оценки уровня качества по j -му показателю качества в виде

$$\Omega_j = (P_{j\delta} - P_j) / P_{j\delta},$$

где выраженный в процентах коэффициент Ω_j показывает,

насколько оцениваемый объект лучше или хуже базового.

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



Рис. 7. Алгоритм комплексной оценки уровня качества объекта.

3. *Многомерное шкалирование.* Основано на определении обобщенного показателя $W(\omega)$, где $\omega = (\omega_1, \dots, \omega_m)$ – вектор относительных показателей качества. Обобщенный показатель характеризует степень соответствия объекта своему назначению. Таким образом, приходим к алгоритму оценки уровня качества продукции и сервиса в каждом конкретном случае. Алгоритм комплексной оценки уровня качества представлен на рис. 7.

На заключительном этапе при принятии решения, во-первых, необходимо решить,

насколько приемлем результат (допустима ли точность и достоверность оценки). Если он не соответствует предъявляемым требованиям, может быть принято решение о проведении повторной оценки, дополнительных исследований для получения новой информации и т.д. Если же результат достаточно объективен, в зависимости от целей оценки принимаются соответствующие решения. Например, если целью оценки качества нескольких возможных вариантов продукции является отбор того, который в наибольшей степени отвечает запросам потребителей, то вариант, получивший наивысшую оценку, может быть принят к производству [23].

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

Прогнозирование затрат на качество при разработке нового ассортимента обуви

В значительной степени причина неконкурентоспособности отечественной обуви заключалась в ошибочности методологии измерения и оценки её качества. Проблема состоит в определённом несовпадении оценки качества обуви, проектируемого на этапе разработки, сформированного на этапе производства и проверенного при окончательном контроле перед реализацией с потребительской оценкой качества. Разрыв между реальным качеством и требованиями к нему потребителей оказывает существенное влияние на потребительские предпочтения, а следовательно, и на конкурентоспособность. Чем меньше этот разрыв, тем выше конкурентоспособность обуви. Сложность заключается в том, что потребитель при оценке качества обуви ориентируется в значительной мере не на регламентируемые нормативными документами показатели качества, а на собственные вкусы и представления о том, какой должна быть обувь. Причём иногда представления о качестве у многих потребителей поверхностные, на уровне в основном органолептических показателей, которые не всегда достаточно полно и объективно характеризуют обувь.

Очень часто необходимость в оценке конкурентоспособности возникает ещё до появления новой продукции, т.е. на этапе проектирования и разработки. Так как уровень затрат в период потребления и эксплуатации более чем на 80 % зависит от характеристик обуви, закладываемых на разных стадиях её разработки. На стадии рабочего проектирования и отработки опытного образца конструктор может воздействовать на снижение не более 15 % этих затрат, а когда изделие поставлено на производство, то изменять этот показатель удаётся в пределах всего лишь 5 %.

Поэтому на предпроектной стадии создания новой продукции должна осуществляться разработка многовариантного прогноза, представляющего собой информацию о возможной технической реализации и сроках достижения выявленной цели.

В связи с этим задача исследования особенностей потребительского спроса на обувь является основной для повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Необходимо установить, по каким критериям покупатель оценивает качество, потому что он будет стараться приобрести обувь с желательной для него комбинацией свойств.

Для того чтобы оценить значимость показателей потребительского качества обуви на стадиях её проектирования, производства и

реализации, нами был использован экспертный метод персональных оценок – ранжирование, который позволяет в достаточной мере учесть мнение как специалистов-изготовителей обуви, так и потенциальных её потребителей.

Экспертам предлагается проранжировать совокупность факторов, определяющих потребительское качество обуви. Исходные ранги преобразуются сначала таким образом:

$$R_j = \sum_{i=1}^m r_{ij}, \quad (3)$$

где R_j – сумма преобразованных рангов по всем экспертам для фактора j ; r_{ij} – преобразованный ранг, присвоенный i -м экспертом j -му фактору; m – число экспертов; n – число факторов.

Затем вычисляются веса факторов:

$$W_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^m r_{ij}}, \quad (4)$$

$$W_j = \frac{\sum_{i=1}^m W_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n W_{ij}}, \quad (5)$$

где W_j – средний вес j -го фактора по всем экспертам.

Группа экспертов, состоящая из 100 человек, в ходе опроса была разделена на две группы: потребители и изготовители. К кандидатуре участника опроса из группы изготовителей предъявлялся ряд требований:

- специальное образование;
- занимаемая должность;
- трудовой стаж.

Для поиска экспертов были привлечены ведущие специалисты обувных предприятий городов ЮФО: Шахты, Ростова-на-Дону, Краснодара, Волгограда и др. Для работы в качестве экспертов также привлекались преподаватели кафедры «Технология изделий из кожи, стандартизация и сертификация» Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса.

Эксперты при анкетировании ранжировали показатели по степени важности, т.е. по степени

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

их влияния на качество обуви. В качестве объекта исследования была выбрана женская обувь – сапожки осенне-весеннего ассортимента.

В ходе опроса экспертам был предложен опросный лист, содержащий факторы, влияющие на качество и конкурентные преимущества обуви на стадиях проектирования, производства и реализации (табл. 4).

Опрашиваемым было предложено расположить факторы в порядке убывания степени их влияния на качество и конкурентоспособность обуви (проранжировать), т.е. фактор, который эксперт считает наиболее важным, получает более высокий ранг – 1, а остальные – по степени уменьшения их влияния на конкурентные преимущества обуви, т.е. 2, 3 места и т.д. Если же эксперт не мог принять решение о присвоении места для двух или нескольких рядом стоящих факторов, то он присваивал им один и тот же ранг.[13-14]

Обработка результатов экспертного опроса была выполнена на ПЭВМ по специальной программе «RANG». Характер распределения результатов ранжирования указывает на то, что мнения потребителей и изготовителей, работавших в качестве экспертов, совпадают по многим пунктам.

На стадии проектирования установлены значимые показатели качества: соответствие направлениям моды – X_1 ; форма носочной части – X_2 ; форма каблука – X_3 ; высота каблука – X_4 ; конструкция заготовки верха обуви – X_6 ; дизайн модели – X_7 . Менее значимые: цветовое решение – X_8 ; гибкость обуви – X_9 ; толщина подошвы – X_5 . После статистической обработки результатов экспертного опроса выяснилось, что все вышеперечисленные факторы остались значимыми.

Таблица 4. Анкетный опросный лист.

Факторы	Ранг
Стадия проектирования обуви	
X_1 – соответствие направлениям моды	
X_2 – форма носочной части	
X_3 – форма каблука	
X_4 – высота каблука	
X_5 – толщина подошвы	
X_6 – конструкция заготовки верха обуви	
X_7 – дизайн модели	
X_8 – цветовое решение	
X_9 – гибкость обуви	
Стадия производства обуви	
X_1 – вид материала верха	
X_2 – вид материала низа	
X_3 – качество соединения деталей верха	
X_4 – качество исполнения заготовки верха обуви	
X_5 – жёсткость носка	
X_6 – жёсткость задника	
X_7 – прочность крепления деталей низа	
X_8 – качество отделки низа	
Стадия реализации обуви	
X_1 – привлекательность внешнего вида	
X_2 – новизна изделия	
X_3 – масса обуви	
X_4 – цена	
X_5 – престиж торговой марки	
X_6 – реклама	
X_7 – сервисные услуги	
X_8 – качество упаковки	

На стадии производства для производителей и потребителей значимыми факторами являются: вид материала верха – X_1 ; вид материала низа –

X_2 ; качество соединения деталей верха – X_3 ; качество исполнения заготовки верха обуви – X_4 ;

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

прочность крепления деталей низа – X_7 ; жёсткость задника – X_6 ; качество отделки низа – X_8 .

На стадии реализации значимыми показателями качества обуви для всех экспертов являются: привлекательность внешнего вида – X_1 ; новизна изделия – X_2 ; цена – X_4 ; масса обуви – X_3 ; престиж торговой марки – X_5 . Менее значимые – реклама – X_6 ; сервисные услуги – X_7 ; качество упаковки – X_8 .

Для прогнозирования затрат на качество с учётом требований потребителей при разработке нового ассортимента обуви, по результатам экспертного опроса на стадии проектирования необходимо определить веса всех значимых факторов по формуле (5).

Предположим, что известны затраты на улучшение качества одной единицы продукции для каждого фактора, которые определяются вектором:

$$p = (p_1, p_2, \dots, p_n). \quad (6)$$

Тогда можно определить ожидаемые затраты на изменение качества проектируемого изделия:

$$M(X) = p_1 w_1 + p_2 w_2 + \dots + p_n w_n. \quad (7)$$

Такой метод оценки ожидаемых затрат можно использовать и на стадиях производства и реализации продукции.

Проведённые исследования охватывают весь спектр покупательских и производственных требований к обуви, влияющих на её конкурентоспособность, а также позволяют прогнозировать затраты на повышение качества на всех стадиях жизненного цикла продукции и должны быть учтены производителями при формировании ассортимента обуви [15-16].

Во многих отраслях при подготовке массового производства новых образцов возникает необходимость их сравнительной оценки для принятия решения о последовательности изготовления или выбора одного из ряда спроектированных (1, 2), а также для весьма действенной рекламы, представления покупателю технических преимуществ изделия. В обычной практике эта задача решается экспертной оценкой изделия специалистами с привлечением трудно сравнимых технико-экономических показателей, имеющих разный уровень значимости и размерности измерения, например, изделия имеют разный вес в килограммах, стоимость – в граммах, воздухопроницаемость $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$. Нахождение особенностей оценки изделия достигают путём сложного компромисса за счёт утери специфики каждого показателя,

введения критикуемых субъективных коэффициентов «важности» и др., что трудно обосновать и доказать.

Эту часть интеллектуальной задачи можно более доказательно решать в человеко-машинной системе с сетевой архитектурой для оценки продукта. Например, такую оценку можно получить в системе управления конструкторской подготовки лёгкой, пищевой и других отраслей промышленности путём визуализации суммарной оценки продукции. Тогда обеспечение управления сводится к выбору такой траектории в многомерном фазовом пространстве свойств изделий, которая лучшим образом удовлетворяет главной функции сложной системы критерий (например, завоевание рынка изделий, производство и реализация всей продукции в заданные сроки). В традиционном системном анализе в таких задачах проводят формализацию сложной системы путём её декомпозиции на выбранное количество подсистем. Однако в этом случае связи – отношения между подсистемами не имеют топологии, они формально разделены. Это можно компенсировать таким методом формализации, в котором будут выявлены связи – отношения с помощью математического аппарата теорий множества и общей топологии и в частности модели флуктуационной капсулы параметров (3). Реализация такого сравнительного анализа ряда изделий между собой и выявления приоритета относительно проста (рис. 8).

Всё информационное поле разделено на плоскости четырьмя линиями, образующими 8 векторов и 8 зон (их может быть и другое количество). На линии наносится информация о каждом из восьми выбранных в нашем примере свойств. В этом случае для характеристики обуви: спрос – себестоимость, вес и гибкость, паропроницаемость и влагоёмкость, эстетические свойства (баллы) – экологическое (санитарное) загрязнение ненатуральными материалами. На лучи графика откладываются полученные экспериментальные числовые данные, если имеются в естественных единицах измерения, например, себестоимость в рублях, вес в граммах, а спрос и эстетические свойства в баллах, приданных им специалистами. Полученная в виде многоугольника наглядная визуализация сложной системы позволяет проектировщику или покупателю принять правильное решение по сравнительной оценке разных моделей изделий, ранжирования их в предпочтительный ряд путём сравнения площадей многоугольников. [17-18]

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

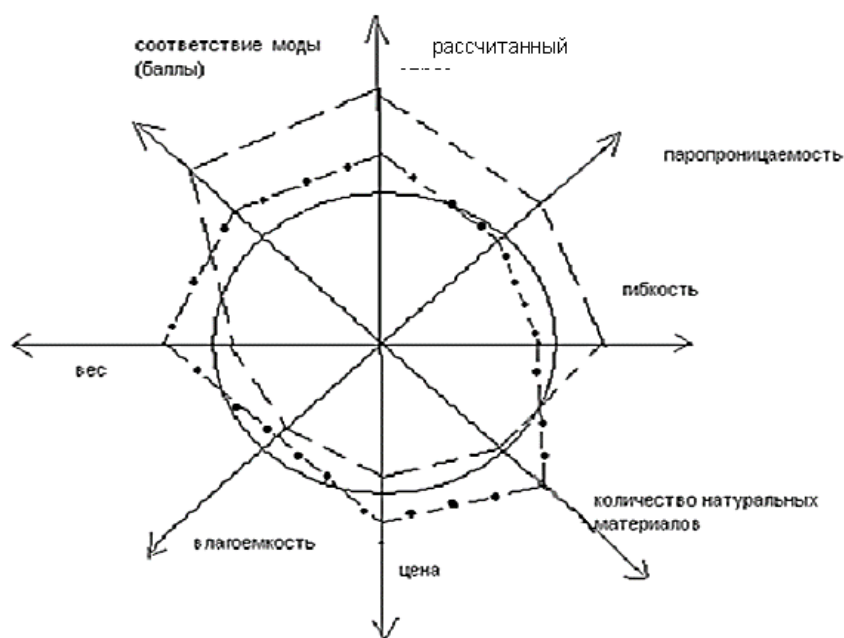


Рис. 8. Суммарные свойства по комбинации показателей образцов обуви.

В этом рисунке имеется кроме визуальной ещё и ряд другой информации. Например, величины площадей фигур, заключённых между лучами, их суммы выявляют преимущество площадей «положительных» показателей высоких эстетических свойств и спроса на гибкую обувь, над изделием с большим весом, себестоимостью и искусственными деталями менее экологически чистыми. Так, на примере, показанном на рис. 3.10, преимущество по комбинации показателей двух образцов имеет N1, характеризующийся большей суммарной площадью в «положительных» секторах свойств. Это действенный приём наглядной рекламы, помогающий выбрать образец с более высокими «суммарными» свойствами, трудно сопоставимыми между собой.

Такой метод выбора «лучшего» изделия относительно прост и нагляден, что позволяет принять правильное решение. Этот метод можно использовать для технической и деловой оценки различной продукции отраслей – лёгкой, пищевой, электроники (например, INFINITE, показанные на выставке СЕБИТ) и др.

На уровне пересечения круга и осей проставлены величины восьми показателей нормированных (если они есть) или средние по ассортименту в своих единицах, прямыми соединены данные каждого образца N1..., N2... и т.д., нанесенные на осях.

О показателях оценки качества обуви

В современных условиях при общей насыщенности рынка товарами народного потребления наиболее острой является проблема обеспечения соответствия качества предлагаемой продукции потребительским требованиям. Среди потребительских требований к обуви на первое место по значимости большинством выдвигается группа эргономических, определяемых понятием «комфортность».

Сертификационные испытания обуви строятся на основе действующей нормативной документации, в которой изложены технические требования, методы её испытания по определению основных показателей качества. В подтверждение сказанному, ниже приводятся показатели качества и методы испытания для их определения.

Что же такое Программа «Российское качество»? Из рекламных материалов организации следует, что она «выявляет продукцию и услуги высокого качества, представленные на российском рынке и информирует потребителей о них; даёт предприятию возможность доказать потребителям, что качество его продукции или услуги существенно выше стандартного уровня; даёт возможность органам государственного управления закупать продукцию и услуги высокого качества. Знак «Российское качество», право на использование которого предприятие получает при успешном участии в Программе, становится наиболее авторитетным свидетельством такого качества. По итогам участия в Программе предприятие может

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

предъявить заинтересованным сторонам в качестве документов, свидетельствующих о высоком качестве, не только диплом, но также программу оценки и отчет по её результатам.

Результаты успешного участия в Программе можно использовать при проведении маркетинговых и рекламных компаний, при демонстрации своих возможностей клиентам и заказчикам на выставках и ярмарках, а также при участии в конкурсных торгах и тендерах. Для информирования о продукции со знаком «Российское качество» и предприятиях-дипломантах Программы предусматривается:

проведение общероссийских, региональных и отраслевых презентаций продукции, удостоенной знака «Российское качество»;

выпуск общероссийских и отраслевых каталогов «Российское качество»;

выпуск Вестника Программы «Российское качество»;

размещение на льготных условиях информации о предприятии-дипломанте и продукции на интернет-сайте Программы www.roskachestvo.ru и других интернет-ресурсах;

участие на льготных условиях дипломантов программы в выставках и ярмарках, проводимых с участием Всероссийской организации качества;

публикации в отраслевых, региональных и общероссийских средствах массовой информации».

В соответствии с документами: «Положение о программе «Российское качество» ЦЭП ВОК №РК-01-02 и «Положение о программах оценки качества, используемых в программе «Российское качество» ЦЭП ВОК № РК-06-02 разработана Рабочая программа № РК-ПР-ЦЭП-47-02-05, которая включала пункты:

- 1) оцениваемая продукция;
- 2) номенклатура оцениваемых показателей качества продукции, их допустимые и оптимальные значения и баллы, им соответствующие;

3) определение фактических значений показателей качества;

4) оценка способности производства обеспечить стабильность качества продукции;

5) заключение о соответствии качества продукции высшему уровню.

Например, качество заявленных моделей повседневной мужской обуви оценивалось по четырем группам: функциональные показатели (1), характеризующие долговечность продукции; эргономические показатели (2); эстетические показатели (3); показатели качества упаковки и маркировки (4).

В первой группе выделены такие единичные показатели, как:

прочность ниточных креплений заготовок верха обуви, Н/см, при одной строчке;

прочность ниточных креплений заготовок верха обуви, Н/см, при двух строчках;

прочность крепления подошвы, Н/см;

остаточная деформация подноски, мм;

остаточная деформация задника, мм;

во второй группе:

масса полупары, г;

гибкость обуви, Н/см;

тепловое сопротивление верха обуви, м² °С/Вт (для зимней обуви);

тепловое сопротивление низа обуви, м² °С/Вт (для зимней обуви);

в третьей:

силуэт, баллы;

внешний вид, баллы;

внутренняя отделка, баллы;

в четвёртой:

качество маркировки;

качество упаковки, баллы.

Допускаемые значения показателей, равно как и собственно их перечень установлены в соответствии с ГОСТ, указанными в табл. 2.

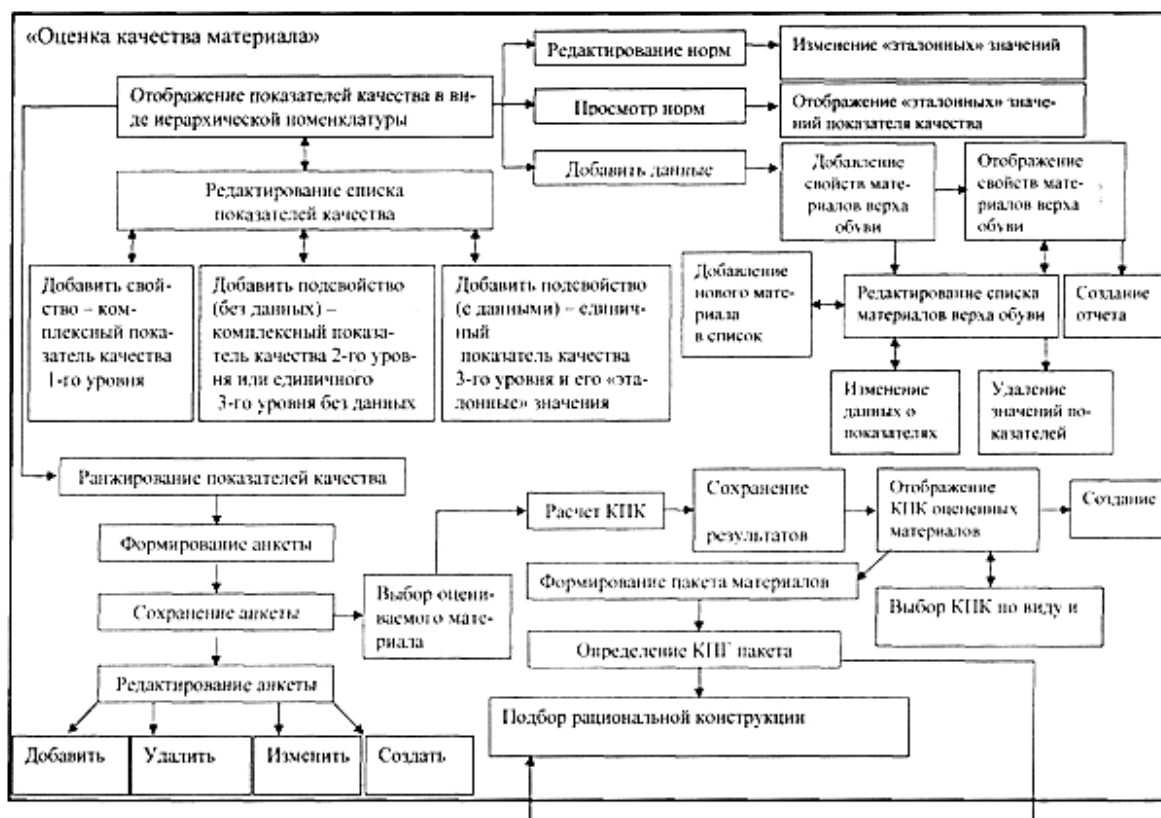
Таблица 2. Показатели качества и методы испытания для их определения.

Наименование показателя качества	Метод испытаний (ГОСТ, норма и т.д.)
1. Обувь. Метод определения общей и остаточной деформации подноски и задника	ГОСТ 9135–73
2. Обувь. Метод определения прочности крепления подошв в обуви химических методов крепления	ГОСТ 9292–82
3. Обувь. Метод определения прочности ниточных швов соединения деталей верха	ГОСТ 9290–76
4. Обувь. Метод определения гибкости	ГОСТ 9718–88
5. Обувь. Метод определения прочности крепления деталей низа	ГОСТ 9134–78
6. Обувь. Метод определения массы	ГОСТ 28735–90
7. Обувь. Метод определения суммарного теплового сопротивления обуви	ГОСТ 12.4.104–81
8. Обувь. Правила приёмки	ГОСТ 9289–78

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

9. Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение	ГОСТ 7296–81 ГОСТ 16534–71
10. Обувь. Определение сортности	ГОСТ 28371–89
11. Система показателей качества. Обувь. Номенклатура показателей	ГОСТ 4.12–81
12. Обувь. Термины и определения	ГОСТ 23251–83
13. Обувь. Методы определения линейных размеров	ГОСТ 9133–78
14. Колодки обувные. Технические условия	ГОСТ 3927–88
15. Практикум по технологии изделий из кожи / Под ред. В.Л. Райцаса. М., 1981.	
16. Система разработки и постановки продукции на производство. Продукция лёгкой промышленности. Основные положения	ГОСТ15.007–88
17. Обувь повседневная. Технические условия	ГОСТ 26167–84
18. Обувь. Нормы прочности	ГОСТ 21463–87
19. Справочник обувщика. Технология. М. : Легпромбытиздат, 1989.	



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

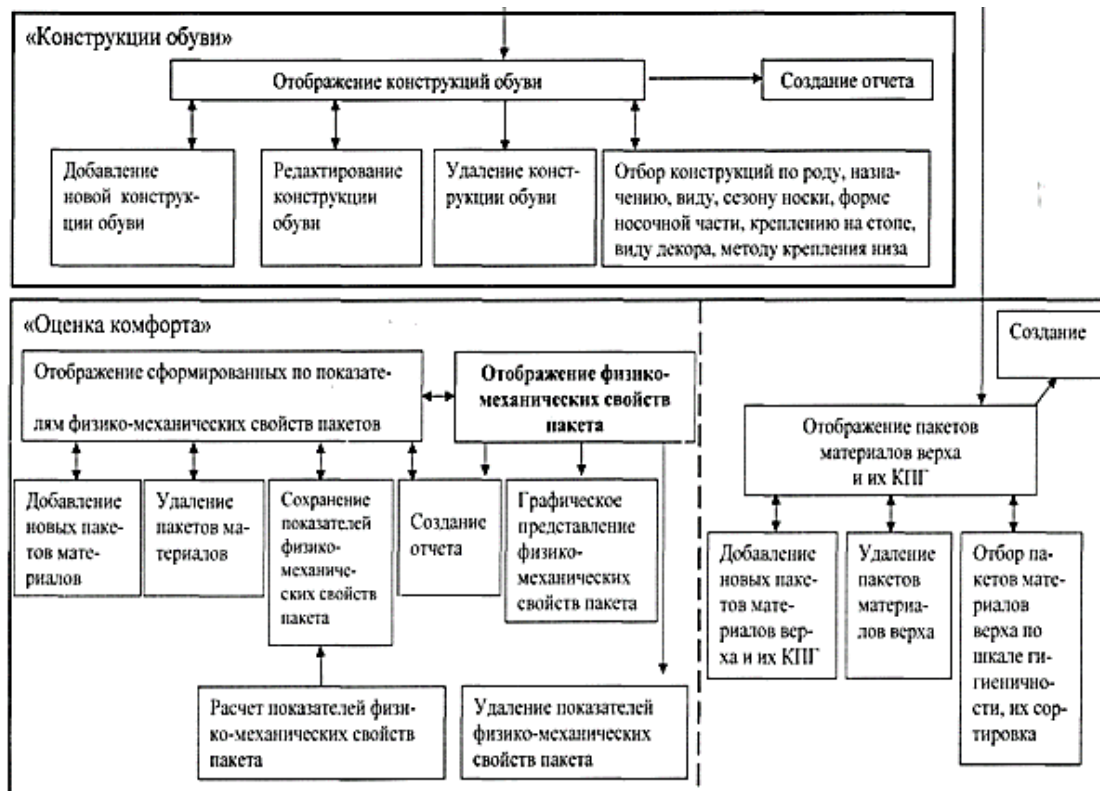


Рис. 9. – Схема работы программного обеспечения эмпирических показателей для оценки качества изделий.

Обратимся ко второй группе показателей. Очевидно, что такие показатели не дают оценки комплексной характеристике обуви (комфортности), которая интересует потребителя, большая часть которых устанавливается эмпирическим путём. Комфортность же зависит от многочисленных факторов, но наиболее существенными являются конструктивные характеристики моделей обуви и свойства применяемых материалов. Перспективу оценки качества обуви развития методов оценки качества обуви следует связывать с использованием САПР. Так, физико-механические свойства материалов обуславливают силовое взаимодействие стопы с обувью, обеспечивают защиту стопы от воздействия внешней среды и определяют её микроклимат. В такой постановке вопроса весьма привлекательно выглядит методика автоматизированной оценки комфортности обуви по показателям физико-механических свойств пакетов материалов верха, разработанная в РГУ им. А.Н. Косыгина.

Методика реализована в рамках комплекса, схема работы программного обеспечения которого показана на рис.9.

Следовательно, наряду с выделенными группами показателей, представляется

целесообразным включить ещё одну группу «Комфортность», критериями которой, на наш взгляд, является температура и относительная влажность внутреннего пространства, давление верха обуви на стопу. Факторами, влияющими на величину давления обуви на стопу, является относительное удлинение, относительная влажность и жёсткость пакетов материалов, для которых нами установлены уровни варьирования и рациональные значения исходя из условий эксплуатации и производства изделий.

Созданная инструментальная система реализует методики автоматизированной оценки комфортности обуви и формирования наиболее рациональных пакетов верха по показателям физико-механических свойств материалов и экспресс-метод подбора конструкции обуви определённого уровня качества и назначения. Практическая значимость системы заключается в снижении субъективного фактора при выборе, сборе и упорядочении.

Специалисты по маркетингу сходятся во мнении, что потребители отдадут свои главные предпочтения качеству продукции. Мониторинг рынка подтверждает устойчивые традиции спроса на качественные товары. Но не всё так просто и очевидно.

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

Суть дела в том, что статистика – чистый оператор и статистические данные поэтому находятся в абсолютной зависимости от выбранного понятийного описания процесса. Статистические результаты всегда правильные, т.к. получаются путём использования проверенного математического аппарата, но правильность и истинность – «две большие разницы».

Чтобы «правильное» было «истинным», необходимо всю цепочку логических и математических действий выверить на правильность. Сертификация требуется не только вещественному и программному продукту. Сертифицированы должны быть и посылочные знания, иначе дефекты исходных суждений перекочуют в выводные знания. И никакая технология не исправит заложенного недостатка.

В идеологии производства, в особенности производства товаров непосредственного потребления, системообразующим фактором должно быть понятие «качества». Мы предвидим возражение: «что толку в качестве, если критерии качества ограничат количество и от приоритетности качественных характеристик пострадает ассортимент товаров, вырастет цена?», и у нас есть ответ оппонентам.

Если не будет обеспечено качество изделия, то никакое количество не поправит ситуации. Нужно будет либо согласиться с очевидным (для профессионалов) обманом потребителя, либо поступиться профессиональной компетенцией и сознательно пойти на понижение требований качества, допустив на рынок некачественный, по существу, товар. Что же касается ассортимента, то его зависимость от требований качества продукции относительно условна и опосредована. Ассортимент «завязан» на техническое состояние производства, технологию и профессионализм разработчиков.

Чем зримее черты цивилизованного рынка, тем актуальнее стоит вопрос качества. Более того, проблема качества из сферы теоретической актуальности перешла на уровень актуальности практической. Попробуем обосновать это смещение применительно к российской действительности.

Положительный сдвиг в сторону увеличения покупательной способности россиян за последние 5 лет бесспорен. Официальная статистика инфляции – явно лукавая, но, даже увеличив её на коэффициент 0,5 и получив реальные среднегодовые 15–20 %, нам не останется ничего другого, как констатировать повышение благосостояния большинства сограждан в условиях определённого роста экономики в целом. Интенсивность динамики невелика, однако сам факт очевиден.

Вот только насколько справедливо говорить о «благосостоянии»? Деньги всего лишь меновой эквивалент. Заработав больше денег, вы совсем не обязательно заживете лучше. Деньги следует обменять на необходимые товары. И здесь уже в полный рост вырастает проблема качества. Заработав деньги, вы легко можете их истратить «незаметно», т.е. приобрести не товар, а «фантом товара».

«Фантом товара» – неспецифическое понятие для специальной системы знаний. Тем не менее, к нему необходимо привыкать как к теоретическому выражению реалий неразвитого товарного рынка.

Спекулируя на «белых» и «серых» «пятнах» идеологии качества, находящейся в крайне запущенном состоянии, «чёрные» производители некачественных товаров народного потребления вместе с сочувствующими чиновниками служб, отвечающими за качество изделий, наводнили рынок некондиционной продукцией.

Международная система контроля качества ИСО-9000 больше напоминает новейшее явление знаменитых потёмкинских деревень. Эффективно контролировать можно лишь то, что чётко прописано. Всякая недописанность – лаз для полуполюгального проникновения на поля охоты за потребителем.

ИСО-9000 целесообразно использовать не в качестве управленческого средства, а как инструмент профилактики нарушений качества. Круг, таким образом, замкнулся, ибо нарушение предполагает качество, а именно качество мы и не определили, как следует.

В системе специальных знаний, являющейся идеологией производства, «качество» подменяется «состоянием качества», которое в свою очередь сводится к количественным параметрам.

Количественным характеристикам придают дискретные выражения – так появляется ещё одно производное понятие. Только на этот раз не от коренного понятия «качество», а от его производного – от понятия «состояние качества».

Удивляет воинствующая активность стремления описать качество с помощью количества. Со времён Гегеля, утверждавшего, что качество – главное в определении явления, т.к. качество есть то, теряя что, оно перестаёт быть собою, минуло без малого двести лет. Пора было бы и усвоить простую истину: качество определяется не через количество, а через свойства. С помощью количественных измерений нам надо определять «меру» – «качественного» и «состояние качества» (**уровень выраженности качества**).

Заблуждения в теории практика редко когда исправляет, напротив, она их обычно скрывает до определённого момента развития. Дефекты

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

теории в грубом виде проявляются в сложных социально-экономических обстоятельствах, во время политической неопределённости.

Столь своеобразное время неслучайно «удобно» для расцвета теоретической неопределённости. Государство, запутавшись в многочисленных проблемах, отклоняется от контроля за экономическими процессами, рассчитывая на рынок, призванный расставить всё по своим местам. У рынка же свои законы функционирования. Рынок адаптирует теорию под собственные интересы: не подчиняется правилам, обоснованным теорией, а стремится подстроить эти правила под выгодный для него уклад отношений с потребителем.

Рекламное заявление: «покупатель всегда прав» – ложь! Всегда прав только законный порядок, определяющий характер отношений на рынке товаров. Сами же эти отношения строятся в зависимости от толкования качества товаров и соответствия качества цене, т.е. двух аспектов: теоретического и практического.

В теоретическом плане следует жёстко придерживаться фундаментального постулата: качество – это ассоциация свойств, характеризующих структурное и функциональное своеобразие не отдельно взятого явления, а некоторого множества явлений, объединённого общими законами образования и изменения, поэтому определять качество возможно только через наличие соответствующих свойств. Ввиду того, что из качественных свойств лишь эстетические (дизайн) оказываются доступными непосредственной оценке, требуется всесторонняя сертификация товара, точнее изделия, представленного для передачи на рынок.

Причём исследование изделия на качество, соответствующее интересам потребителя, не должно быть сведено к техническим и материаловедческим экспертизам. Требуется социальное, психологическое, медицинское и регионоведческое резюме.

Рассмотрим на примере обуви данное утверждение. Обувь, наряду с одеждой, относится к товарам, зависимым от национальных и исторических особенностей. Можно рекомендовать для реализации на рынке обувь, не учитывающую специфику географического, климатического и национального менталитета? Видимо, допустить такие изделия на рынок можно, но исключительно в ограниченном количестве, для разнообразия и расширения возможностей выбора потребителя.

Природа, питание, традиции сказываются на антропометрических особенностях населения: конфигурации и пропорциях стопы, голени и т.п. Обувь, разработанная без учёта национальных особенностей – анатомических, физиологических – неизбежно будет способствовать развитию деформаций ноги. Обувь быстрее потеряет

товарный вид, потребитель будет постоянно испытывать дискомфорт, который (принимая во внимание, что в среднем в России обувь носят, не считаясь с рекомендациями, пока физически не устареет) может сопровождаться обострением хронических заболеваний, либо приобретением их.

Уже сейчас Китай «выбросил» на рынок такое количество обуви, что всё население Земли ($\approx 6,5$ млрд человек) может быть обуто «à la Chine». Китайские производители руководствуются собственными интересами: создать в стране рабочие места и обеспечить сбыт продукции. Они предлагают обувь, сконструированную и сделанную без учёта национальной специфики стран-потребителей. Китайская обувь сегодня составляет серьёзную конкуренцию не только нашему отечественному производителю, но и таким странам – законодателям обувной моды, как Италия, Франция, США, Чехия и т.п.

Вот уже пятый год подряд в секторе итальянского рынка обуви наблюдается значительное снижение объёмов производства. Активность данного сегмента внутреннего рынка снижается, а спрос на итальянскую продукцию на внешнем и внутреннем рынке низок. Учитывая превышение курса евро над долларом, конкуренция китайских товаров становится ещё более серьёзной на национальном итальянском рынке, особенно после отмены квот на продажу с 1 января 2004 г. Объёмы производства обуви снизились в 2005 г. на 9,7 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Что касается разницы в ценах, предложение продукции снизилось в абсолютных ценах примерно на 8,4 %. В 2001–2004 гг. итальянское производство сократилось почти в полтора раза до 281 млн пар, что негативно отразилось на уровне занятости. Объём производства кожаной обуви снизился на 8,9 %, шлепанцев – на 23 %, резиновой обуви – на 32 %, парусиновой обуви – на 40 %. Напротив, ежегодно Италия стабильно импортирует около 150 млн. китайской обуви. Итальянский производитель теряет свои позиции на международных рынках США, Германии и Франции. Рост курса евро по отношению к доллару, а также передел рынка в пользу азиатского производителя отрицательно сказываются на итальянском производителе. По данным Итальянской торговой палаты, более 600 компаний, включая производителей обуви, закрылись в период с 2005г. по 2017 г. Единственный сегмент рынка, в котором итальянские производители обуви удерживают ведущие позиции, – это производство для международных рынков элитной модельной обуви.

Так, в течение последних 10 лет число предприятий по производству обуви в Чехии

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

сократилось со 120 до 55. Но и это количество может уменьшиться в связи с отменой ограничений на импорт обуви из Китая. Если в конце XX в. чешские обувные фабрики производили около 70 млн. пар обуви, то в прошлом году это число составило приблизительно 5,5 млн. В 2016 г. в Чехию было импортировано около 50 млн пар обуви, из них 35 млн. – от китайских производителей. Средняя закупочная цена одной пары китайской обуви всего 54 кроны – стоимость, нереальная для чешских предприятий. «...Наши товары никто не покупает, потому что мы не в состоянии конкурировать азиатским товарам по стоимости, несмотря на то, что по качеству наша обувь намного лучше. К сожалению, чешский покупатель предпочитает более дешёвые товары, хотя и знает, что по времени они выдержат намного меньше, чем наша, качественная обувь», – говорит член ассоциации обувной промышленности Чехии Лубомир Хлумский, фирма которого с 1998 г. занимается производством и продажей детской, женской и мужской обуви. В итоге, чешские производители теряют позиции на собственном рынке. Ситуацию осложняет то, что с 1 января 2005 г. Евросоюз по договоренности с Китаем и Всемирной торговой организацией отменил ограничения на ввоз китайской обуви. Вернуть их можно лишь в случае, если под угрозой окажется вся отрасль промышленности, причём в европейском масштабе.

Министр торговли США Карлос Гутьеррес в числе наиболее важных проблем отмечает необходимость принятия эффективных мер по сдерживанию сокращения рабочих мест в ряде отраслей американской промышленности, что также вызвано растущей конкуренцией китайских товаров в США.

Но нам ещё предстоит пройти путь, пройденный западными странами-производителями обуви. Вступление России в ВТО откроет рыночные границы для многих других желающих как можно быстрее сбыть некачественный товар. Более того, уже сегодня перед Россией, в отличие от западных соседей, стоит фатальная проблема экспансии «серого» импорта, возникшая ввиду несовершенства таможенного законодательства и стихийного развития «челночной торговли». Как заявил в одном из своих интервью полпред президента РФ в Сибирском федеральном округе Анатолий Квашнин, ежегодный объём «серого импорта китайских товаров» в Россию достигает 6 млрд долл. Но, даже в условиях цивилизованного рынка, допуск обуви на внутренний рынок без ограничения только на основе положительных заключений о качестве сырья, сопутствующих материалов, фурнитуры в существенных

масштабах экспансии обувной продукции угрожает национальной безопасности России.

Особенности национального отношения к обуви поддаются количественной оценке. Изделия спокойно можно измерить на соответствие определённым требованиям, но надо иметь в виду, что само свойство оценивается только по формуле «есть или нет». Признав свойство существующим, эксперт вправе перейти к следующему этапу – к измерению интенсивности его существования, чтобы знать, насколько устойчиво и выражено данное свойство.

Отсутствие хотя бы одного из качественных свойств изделия, или недостаточность выраженности означают только одно – товаром изделие быть не должно. В исключительных случаях оно признается условно допущенным для реализации на национальном рынке.

Оккупация национального рынка иностранными производителями обуви подрывает развитие соответствующей отрасли отечественной экономики, исторически адаптированной к специфике условий национального развития и особенностям антропометрических измерений.

Положение усугубляется тем, что Россия, получившая признание страны с рыночной экономикой, не вправе нарушать порядок во взаимоотношениях политических и рыночных структур. Односторонние действия государства в защите своих интересов могут быть квалифицированы как нарушение достигнутого статуса, вызвать экономические и прочие санкции мирового рынка. Вытеснение иностранного конкурента с национального рынка нужно проводить в соответствии с рекомендациями и традициями мирового сообщества.

Китайские, турецкие, отчасти восточно-европейские, производители обуви наводнили наш рынок и заняли на нем устойчивые позиции, благодаря покупательскому спросу на свою продукцию. [17-18]

Покупателя с ограниченными финансовыми возможностями привлекают цена, дизайн, рекламное сопровождение, ассортимент, заинтересованность продавца, культурный сервис. Не искушенный в профессиональных «секретах» потребитель о качестве судит по его внешнему проявлению и сервисной упаковке. Сам же сервис продажи умело переводит стрелки с качественных характеристик на внешне выигрышные свойства. Качество, как ассоциация важнейших свойств товара, «разрывается». Из всех свойств, образующих своим сочетанием качественную ассоциацию, выставляется только то свойство, которое выгодно продавцу, т.к. оно действительно представлению на соответствующем уровне потребительской заинтересованности.

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

Секвестирование качества путём замены его упрощённым пониманием – наиболее распространённый рыночный приём. Неудовлетворительное состояние массовой потребительской культуры, устранённость контролирующих госструктур, их безынициативность, а где-то и прямая заинтересованность в сохранении сложившегося беспорядка позволяют манипулировать общественным сознанием, управлять поступками покупателей.

Оккупация российского рынка – явление, конечно же, временное, обусловленное экономической стагнацией, ограниченным платёжеспособным спросом основной массы населения, отсутствием эффективной и последовательной политики в сфере развития национального производства. Однако очевидная обусловленность ситуации не особенно утешает. В России любят шутить: нет ничего более постоянного, чем что-то временное. Чтобы временное явление не «застоялось», необходимо изменять условия, породившие его. Возможности имеются. Ранее всего надлежит разобраться в теории, которой руководствуются в практических действиях.

Недооценка теории закономерно ведёт к просчётам практики. В нашем случае такая недооценка, похоже, спланирована. Иначе, как объяснить, что при общепринятом определении качества через ассоциацию основных свойств предмета, от качественного критерия в нормативных документах остаются только «рожки да ножки», т.е. отдельные признаки.

В некоторой степени «виновата» в теоретической неопределённости, односторонности и сама теория качества. Качество естественных явлений отличается от качества искусственно созданных изделий. Естественные явления – природного происхождения, и все их свойства стихийные. Качество природных явлений не включает отношение их к человеческим потребностям. Грибы бессмысленно разделять по качеству на съедобные и ядовитые. Качество грибов в другом, и это другое определяет их место в биологической систематике. Деревья условно делят на красивые и некрасивые, ценные и сорные. К качеству подобное противоположение отношения не имеет. Искусственные изделия, напротив, характеризуются, прежде всего, соответствием нашим потребностям. Потребительские свойства входят в систему качества искусственных изделий, так же как и естественные. И не просто включаются, а по значимости опережают естественные.

Качество обуви обусловлено совокупностью потребительских характеристик. Не существенно в принципе, из какого материала обувь пошита.

Главное, чтобы свойства этого материала обеспечивали функциональную востребованность обуви потребителем.

Покупателю безразлично, при ценовом балансе, из натурального или искусственного материала изготовлена обувь. Ему важно, чтобы были гарантированы его требования к ней.

Отечественная же практика оценки качества обуви (и не только обуви) выворачивает теорию наизнанку, стремясь ориентироваться на естественные характеристики. Что-то российские идеологи качества будут делать, когда за них всерьёз возьмутся защитники прав животных, как случилось в Западной Европе, в частности в Великобритании.

Самое трагикомичное заключается в том, что природа сырья действительно не столь уж принципиальный вопрос, если развивать химическую и физическую технологии. Аналоги натурального сырья – реалии сегодняшнего производства и далеко уже не фантастика. Но злоключения качества отнюдь не ограничиваются проблемой сырья. Не менее актуальны и другие аспекты производства: учёт национальных, возрастных, природно-климатических особенностей при определении качества и условий допуска продукции на рынок.

К сожалению, на сегодня отечественный вклад в разработку политики, направленной на совершенствование качества обуви, а, по сути дела, на обеспечение прав потребителя, крайне невразумителен. Создаётся впечатление полной отъязанности стремлений производителей от интересов страны, давшей им гражданство.

Согласно теории предельной полезности и потребительского выбора, апробированной международной практикой, покупатель предпочитает товар, в наибольшей степени соответствующий его личному представлению о полезности в границах своих финансовых возможностей. Задача же государства создать необходимые законодательные предпосылки защиты интересов своих граждан и разработать надёжный механизм контроля.

При этом государство обязано понимать, что сознание потребителей, как правило, дилетантское. Потребителю не хватает профессиональной культуры для комплексной ориентации в условиях выбора варианта поведения. Поэтому государство либо те организации, которым делегировано право защиты, должны предоставить потребителям достаточный объём информации о потребительских свойствах товара.

Вместо этого покупателю предлагается, в лучшем случае, минимальный набор материаловедческих и технологических характеристик, что является грубым нарушением прав потребителя. Характеристика изделия должна включать в себя, наряду со статическими данными, подробные сведения динамического

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

(поведенческого) плана. К примеру, так описывать свойства товара, как это делают авторитетные фармацевтические предприятия, сообщая основные свойства, показания, противопоказания, возрастные рекомендации, функциональные предупреждения, способы употребления, условия хранения, рекомендованный срок эксплуатации.

Опыт использования такого подхода в других отраслях промышленности уже имеется. Уровень развития информационных технологий позволяет сегодня создавать целые коммуникативные системы сопровождения продукции, построенные на основе концепции CALS, широко используемой для повышения эффективности управления и сокращения затрат на информационное взаимодействие в процессах заказа, производства, поставок и эксплуатации товаров [2, 3]. Основой использования этой концепции является естественная потребность в организации «единого информационного пространства», обеспечивающего оперативный обмен данными между производителями и потребителями на всём протяжении «жизненного цикла» продукта: от маркетинга до утилизации.

Ничего такого в действиях, нацеленных на повышение качества продукции обувного производства, мы пока не видим. Нет даже стремления изменить информационную ситуацию, сложившуюся во времена, когда были ограничены ассортимент и количество товара. Для подтверждения сказанного обратимся к заключениям специалистов: «При сертификации серийно выпускаемой продукции экспертами ОС (органа по сертификации – прим. авт.) оценивается состояние производства непосредственно на предприятии или по представленным документам (заочно (!) – авт.) (техническое описание изделия конкретного вида, схема технологического процесса, материала, комплектующие изделия с санитарно-эпидемиологические заключения на комплектующие материалы и обувь, которые подтверждают безопасность для здоровья потребителя, применяемых в обуви основных и вспомогательных материалов). В соответствии с программой, составленной экспертом при сертификации обуви в ИЛ (испытательной лаборатории – прим. авт.), определяются такие показания, как: прочность крепления подошвы; прочность крепления каблука; прочность ниточных швов заготовки верха обуви. При сертификации детской обуви дополнительно оцениваются конструкции заготовки верха обуви и гигиенические показатели применяемых материалов на соответствие нормам Сан ПиН № 42-125-4390-87». «Для работы в нижней части диапазона (цен – прим. авт.) предприятие должно выпускать такие модели обуви, которые являются доступными из-за невысокой цены и имеют в

основном только базовый набор в соответствии с национальным стандартом».

Какие напрашиваются выводы? Во-первых, отрасль по-прежнему опирается на устаревшую позицию – самую простую и только необходимую: не навредить здоровью потребителя. Первую заповедь Гиппократов производители обуви и их контролеры усвоили крепко, но дальше не продвинулись. При таком раскладе осаду конкурентов долго сдерживать вряд ли удастся. Во-вторых, базовые свойства не следует отождествлять с качествами. Качествами свойства могут быть только в производственном цикле по причине его дифференциации на технологические операции. Но в этом случае качество целесообразно брать в кавычки, подчёркивая условность использования термина. В противном случае мы станем оперировать философскими и научными понятиями, что приведёт обязательно к искажению практических характеристик. Качество – это ассоциация определённых свойств, поэтому нельзя выдергивать образующие ассоциацию свойства по мере производственной надобности и выдавать их за качество. В-третьих, базовые свойства давно пора определять конвенционально, не ограничиваясь предложениями санитаристов и эпидемиологов. Немало ценного можно почерпнуть из исследований геронтологов, гериатров, регионоведов, валеологов, педиатров. В-четвёртых, до каких пор в базовых характеристиках будут практически отсутствовать эстетические свойства, пусть даже и в конспиративной форме.

Не совсем понятна и удовлетворённость фактической заменой Госстандартов на национальные стандарты. То, что в этом компоненте идеологии качества мы приняли международную терминологию, пользы не много. Вот если бы наши производственные и идеологические позиции сравнились с европейскими, тогда бы можно было порадоваться. А так только усиливается хаос.

В отсутствие корпоративной культуры, традиций, отпущенные на «волю» фирмы займутся произволом. Госструктуры расписались в собственном бессилии управлять развитием рынка цивилизованно и вспомнили американскую сказку о том, что рынок сам всё устроит и упорядочит.

Неэффективность системы госконтроля за качеством – не в её статусе, а в функционировании. Нечистоплотность, не профессиональность чиновников не позволяют государственным структурам действовать полноценно. По официальным данным Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, в среднем за год имеется 2 % отказов в сертификации. В то время

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

как более 30 % продукции забраковывается непосредственно в торговле.

В Европейском союзе обязательной сертификации подлежит ≈ 4 % ассортимента продукции не потому, что европейские чиновники либералы. Причина скрыта в порядках и традициях самого производства, цивилизованных отношениях на рынке, возраст которого превышает суммарно время династии Романовых и советской власти. Торопливость неизбежно влечет за собой издержки. Чтобы двигаться вместе со всеми общим строем, недостаточно одеться, обуаться, как все, и встать в строй.

Пока власть и производители будут изображать рыночные отношения, расплачиваться придётся массовому потребителю, т.к. издержки лягут на его плечи. Эксклюзивные покупатели от перипетий российского рынка защищены действительно свободным выбором. Они приобретают товары непосредственно у авторитетных производителей. Чиновники готовы пойти на всё, чтобы оказаться среди эксклюзивных покупателей. Фирмы, вероятно, такого же мнения и готовы платить чиновникам за свободу собственных действий. Ситуацию иначе как ползучим государственным анархизмом не назовешь.

Согласно российским официальным предписаниям до последнего времени 70–80 % товарной номенклатуры требуют государственной сертификации качества. Критики отвергают такую практику и предлагают заимствовать западно-европейский опыт. Их не смущает, что доля нелегального и полуполегалного бизнеса в России оценивается в 40–60 %, т.е. уже сейчас при необходимости централизованно проверять на качество 70–80 % номенклатуры товаров, на рынке и так оказывается меньше 40 % сертифицированного товара. Критики защищают интересы не понятно каких производителей. А кто встанет на защиту прав потребителей? Чиновники или, может быть, судьи, независимые только по определению. Остаются исключительно правозащитные общественные организации, которые сегодня есть, а завтра – н

Мотивы улучшения качества прямо связаны с экономическими факторами. Это значит, что управление качеством имеет конечной целью достижение экономического эффекта, т.е. ориентировано на получение предприятием прибыли.

В современных условиях экономически успешная деятельность товаропроизводителя обеспечивается выпуском продукции, которая удовлетворяет следующим требованиям:

полностью соответствует запросам потребителей;

отвечает требованиям безопасности и охраны окружающей среды;

удовлетворяет действующим стандартам и ТУ;

предлагается потребителю по конкурентоспособным ценам;

является экономически выгодной для производства.

Управление конкурентоспособностью обуви на обувных предприятиях Южного федерального округа (ЮФО) связано с частой сменой ассортимента и усилением влияния региональных социально-экономических факторов.

Повышение конкурентоспособности обуви возможно только за счёт разработки новых моделей на основе маркетинговой информации и углубленного изучения предпочтений конкретных групп покупателей, ускорения процесса смены ассортимента при одновременном сохранении или повышении эффективности производственной системы.

Производители обуви на территории ЮФО занимают существенную часть отечественного выпуска обуви, а именно, более 30 %.

Несмотря на большую долю в производстве обуви в Южном федеральном округе спрос на обувь удовлетворён только на 19,6 %, остальное импортируется с ближнего или дальнего зарубежья. Зачастую такой импорт носит контрабандный характер. Именно ввоз дешевой обуви является наиболее серьёзной проблемой для отечественных обувных предприятий.

Также проблемой для предприятий ЮФО является недостаток качественного сырья и комплектующих для производства обуви, в результате чего продукция обувных фабрик Юга России проигрывает ценовую конкуренцию дешевой импортной обуви.

Кроме того, обувные компании ЮФО специализируются в основном только на мужской обуви. Причём изготавливают практически однотипные модели в одинаковой цветовой гамме. Конечно, трудозатраты на женскую и мужскую обувь несопоставимы. Поэтому женской обуви по ЮФО выпускается порядка 3 %, детской – 15 %, а спецобуви – 40 %. Такой маленький объём выпуска женской обуви связан с тем, что на рынке женской обуви конкуренция намного острее, и в этом сегменте обувщики ЮФО сразу же сталкиваются с московско-китайскими производителями, которые сегодня «держат» большую часть рынка женской обуви. Но, к сожалению, обувщики не обращают внимания на то, что на рынке женской обуви отсутствует обувь для потребителей пожилого возраста, которой не занимаются китайские производители обуви, т.е. имеется ниша для производителей.

Более проблемной остаётся ситуация по выпуску большинством обувных предприятий

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

ЮФО детской обуви, что связано с отменой дотаций на её производство из Федерального бюджета; с несовершенством налогообложения детского ассортимента и отсутствием необходимого объёма и фасона колодок для её производства. На потребительском рынке ЮФО для детей отечественных производителей вытеснили зарубежные поставщики, которые могут позволить себе передать на реализацию обувь с условием оплаты после её фактической продажи. Однако данный товар, в большинстве своём, не имеет сертификатов соответствия и гигиенических сертификатов. Импортная обувь ввозится наиболее «ходовых», «усредненных» размеров и не предназначена для детей, поэтому на данный момент эту потребность дети и их родители вынуждены удовлетворять доступными по цене импортными изделиями взрослого ассортимента [19].

Обеспечение детей правильно подобранной, физиологически обоснованной обувью является одной из главных задач для отечественных производителей, в том числе для предприятий ЮФО.

Положение в ЮФО вызывает необходимость разработки комплекса мероприятий регионального значения, направленных на улучшение социально – экономической ситуации в ЮФО. Рост покупательской способности на качественную обувь в средне – ценовом потребительском сегменте определяют экономическую целесообразность проектирования предприятий обувной промышленности. Организация производства обуви в широком ассортименте позволит превратить дотационные сегодняшние регионы ЮФО в самокупаемые, повысив уровень доходов населения; стимулирует создание новых рабочих мест; обеспечит развитие малого бизнеса и поддержание легальной частнопредпринимательской деятельности; создаст основу для выхода из тени значительной части оборотов реального сектора экономики с целью формирования бюджета региона, т.к. реализация комплекса мероприятий регионального значения несёт в себе экономический, политический и социальный эффекты.

Основным этапом структурной перестройки должно стать повышение технического уровня производства на обувных предприятиях и конкурентоспособности продукции, обеспечение внедрения инновационной продукции, высоких технологий, замещение отдельных видов импортной обуви отечественной; выход её на российский и мировые рынки. Для этого необходимы мероприятия по модернизации и реконструкции уже существующих обувных производств и создание новых, усиления контроля

и внедрения современных систем управления качеством; сертификация продукции и самих производств, развитие дилерской и товаропроводящей сети; проведение активной маркетинговой политики, расширение практики лизинговых схем инновационной деятельности.

Для возрождения производства детской обуви в ЮФО в первую очередь необходима организационная и финансовая поддержка обувным предприятиям на уровне правительства РФ, а также региональных и местных органов, а именно: [20]

- в виде снижения НДС;
- предоставления бессрочной ссуды;
- срочной ссуды под льготный процент с отсрочкой платежей на 3 и более лет;
- в виде поддержки обувных предприятий в обеспечении качественными и доступными по цене обувными материалами (натуральными, искусственными и текстильными).

Кроме того, следовало бы разрешить предприятиям направлять балансовую прибыль на пополнение оборотных средств для обеспечения их качественными и доступными по цене обувными материалами при выпуске детской обуви на условиях, предусмотренных для финансирования строительства, т.е. без обложения налогом. Возможны также госзаказ на детскую обувь с обеспечением авансирования.[21-22]

Местным органам необходимо дифференцированно подходить к установлению структуры и размеров местных налогов, т.е. снижать их величину при выпуске детской обуви. Особое внимание необходимо уделять созданию возможности приобретения обуви многодетным и малообеспеченным семьям за счёт целевых компенсаций, организации спецотделов, продаже по льготным ценам, в кредит и оплаты в рассрочку.

Как свидетельствует мировой опыт, лидерство в конкурентной борьбе добивается тот, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, в совершенстве владеет методами её реализации и может максимально эффективно ею управлять.

Прогноз тенденции развития ассортимента должен показывать такую траекторию развития процесса, которая позволяет обеспечить достижение намечаемого соответствия товарного предложения предприятием меняющейся в перспективе ассортиментной структуре спроса на рынке. Формирование на основе планирования ассортимента продукции – непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла продукции, начиная с момента зарождения замысла об её создании и кончая изъятием из товарной программы.

Для обеспечения конкурентоспособности продукции обувных предприятий ЮФО и СКФО с

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

позиции её качества и востребованности, необходимо преобразование разрозненных предприятий лёгкой промышленности в этих регионах в динамичный конкурентоспособный *обувной кластер*.

Промышленный кластер – это группа географически соседствующих и интеграционно взаимодействующих компаний и связанных с ним организаций, функционирующих в определённой отраслевой (многоотраслевой) сфере и взаимодополняющих друг друга [20].

В ЮФО и СКФО имеются все необходимые условия для создания обувного кластера:

сохранились и функционируют учебные заведения, которые продолжают готовить высококвалифицированные кадры не только для обувных предприятий, но и для смежных отраслей, ещё живы традиции обувщиков, которые сложились в этих регионах, где и сегодня производится 35 % от всей обуви, изготовленной в России в 2007 г.;

регионы ЮФО и СКФО характеризуются наличием большого количества незанятых людей (безработных), особенно велик процент безработных среди женщин, что требует создание новых рабочих мест, а это в свою очередь снизит социальную напряженность в этих регионах;

возможность выпуска обуви в широком ассортименте не только по видам, но и по методам крепления, в том числе и для детей, живущих в этих регионах, с учётом национальных особенностей;

географическая и транспортная близость к Западной Европе, где обувные компании находятся перед ещё более жёстким выбором: вынос производства в Китай, Индию, Тайвань либо в Восточную Европу. Как следствие – существенные шансы на инвестиционное и технологическое партнёрство в рамках *кластера* с западноевропейскими производителями обуви;

позитивный опыт развития компании «Глория Джинс»: 12 фабрик, выпускающих ежегодно 20 млн. джинсовых изделий под марками Gloria Jeans и Gee Jay. Лидерство российской компании на рынке стран СНГ в нетрадиционном для российского легпрома нише – сегменте джинсовой одежды;

потенциал развития сырьевой базы за счёт реализации программы по развитию поголовья КРС и свиней;

наличие местных производителей некоторых видов комплектующих (подошва, каблук), в т.ч. соответствующих европейским стандартам [23-24].

Создание *обувного кластера* в ЮФО обеспечит:

повышение эффективности и производительности предприятий, более чёткую координацию в работе;

повышенное внимание к достижению целей бизнеса и удовлетворение ожиданий потребителей;

достижение и поддержание соответствия качества продукции и услуг предприятия установленным требованиям потребителей;

достижение удовлетворённости потребителей в том, что требуемое качество обеспечивается и поддерживается;

поддержание у имеющихся и потенциальных потребителей уверенности в возможностях предприятия;

открытие новых рыночных возможностей и сохранение завоеванных рынков сбыта;

сертификация и регистрация систем качества;

возможность соревноваться на этом поле с более крупными предприятиями (т.е. способность предлагать приемлемые цены или поддерживать их) [].

Действующие и вновь создаваемые предприятия и фирмы Юга России, используя предложенные мероприятия, смогут выпускать конкурентоспособную обувь в необходимом объёме для удовлетворения спроса различных групп населения с определённым уровнем доходов и социальной обеспеченности.

Заключение

Не существует ни одного предприятия, которое не имело бы внешнего окружения и не находилось бы с ним в состоянии постоянного взаимодействия. Любое предприятие нуждается в регулярном получении из внешней среды исходных продуктов для обеспечения своей жизнедеятельности. При этом каждое предприятие должно отдавать что-то во внешнюю среду в качестве компенсации за ее существование. Как только рвутся связи с внешней средой, предприятие погибает. В последнее время в связи с усилением и усложнением конкуренции, а также резким ускорением процессов изменения в окружающей среде предприятия всё в большей мере вынуждены уделять внимание вопросам взаимодействия с окружением развить способности адаптации к изменениям внешней среды.

Ключевую роль в выработке и проведении политики взаимодействия предприятия с окружением играет менеджмент, особенно его верхний уровень. Вопросы долгосрочной стратегии взаимодействия предприятия со средой становятся во главу угла построения всех процессов управления. Менеджмент уже не занимается только внутренними вопросами предприятия. В равной, а может быть и в большей мере его взор направлен за пределы предприятия. Менеджмент старается строить эффективное

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

взаимодействие предприятия с окружением не только путем воздействия на процессы, происходящие в предприятии, но и путем воздействия на окружающую среду.

Стратегическое управление, решающее эти задачи, выдвигается на первый план в комплексе процессов управления предприятием. Внешнее окружение предприятия, состояние взаимодействия с которым определяется преимущественно качеством управления им, можно представить в виде двух сфер.

Первая сфера – это общее внешнее окружение предприятия. Данное внешнее окружение отражает состояние общества, его экономики, природной среды и не связано непосредственно с конкретным предприятием. Общее внешнее окружение является более или менее одинаковым для подавляющего большинства предприятий.

Вторая сфера – это так называемое непосредственное деловое окружение предприятия. Это окружение формируют такие субъекты среды, которые непосредственно связаны или непосредственно воздействуют на деятельность данного конкретного предприятия. При этом важно подчеркнуть, что и предприятие в свою очередь может непосредственно влиять на них.

Общее внешнее окружение формируется под влиянием политических, правовых, социально-культурных, экономических, технологических, национальных и международных процессов, а также процессов природопользования.

Непосредственное деловое окружение предприятия создают покупатели, поставщики, конкуренты, деловые партнеры, а также регулирующие службы и такие организации, как административные органы, деловые объединения и ассоциации, профсоюзы и т.п.

Управляя процессами взаимодействия предприятия с окружающей средой, менеджмент сталкивается с рядом серьезных проблем, порождаемых неопределенностью в состоянии окружающей среды. В связи с этим одной из сложнейших задач, стоящих перед менеджментом, является снижение неопределенности положения предприятия в окружении. Это достигается путем развития его адаптивности к внешней среде и установления широких связей с окружением, позволяющих предприятию органично вписываться в окружающую среду.

В зависимости от того, насколько предприятие адаптивно к изменениям в окружении, выделяется два типа управления предприятием: [25]

1) *механистический тип управления*; 2) *органический тип управления*.

Механистический тип управления предприятием характеризуется набором следующих характеристик:

- консервативная, негибкая структура;
- четко определенные, стандартизированные и устойчивые задачи;
- сопротивление изменениям;
- власть проистекает из иерархических уровней в организации и из позиции в организации;
- иерархическая система контроля;
- командный тип коммуникаций, идущих сверху вниз;
- содержанием коммуникаций преимущественно являются распоряжения, инструкции и принятые руководством решения.

Управлению предприятием органического типа характерно:

- гибкая структура;
- динамичные, не жестко определенные задачи;
- готовность к изменениям;
- власть базируется на знании и опыте;
- самоконтроль и контроль коллег;
- Многонаправленность коммуникаций (вертикальные, горизонтальные, диагональные и др.);
- содержанием коммуникаций являются информация и советы.

Каждый из данных типов имеет определенные преимущества.

Соответственно каждому из данных типов может быть дано определенное предпочтение в зависимости от характера окружения и уровня неопределенности. В том случае, если окружение динамично, если высок уровень неопределенности, более эффективным является органический тип управления предприятием. Если же окружение стабильно и неопределенность находится на низком уровне, предпочтение может быть отдано механистическому типу управления.

Развитие взглядов на управление: «одномерные» и «синтетические» учения.

Приступая к анализу развития учения об управлении, следует помнить о том, что основная задача управления – координация усилий всех элементов предприятия в деле осуществления успешности его функционирования.

Полезно обратить внимание на строение внутренней среды организации, выделяя такие элементы, как цели, кадры, задачи, технологию и структуру.

Надо помнить и о наличии внешней среды предприятия, четко понимая, что именно оно открывает доступ к ресурсам и, тем самым, определяет возможность его существования.

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

Другими словами, развитие мысли реально возможно только при наличии опыта ее реализации.

Практика управления также стара, как и предприятие. На глиняных табличках, датированных третьим тысячелетием до нашей эры, записаны сведения о коммерческих сделках и законах древней Шумерии.

Будем иметь в виду: Задача – это цель в конкретных условиях. Задача (здание) – это предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки. Задачи предписываются должности, а не работнику.

Взгляды на управление развивались по мере того, как развивались общественные отношения, совершенствовалась технология производства, появлялись новые средства связи и обработки информации. Однако управленческая мысль всегда знаменовала собой рубежи, начиная с которых происходили широкие преобразования в практику управления.

Управленческая мысль постоянно обращается к сфере самой коллективной деятельности или деятельности управления. Если в первой выделить субъектный и объектный планы, то получим три области внимания и поисков: задачи, люди и управленческая деятельность. Для начальной стадии развития науки об управлении было характерно акцентирование внимания на одной из них (одномерные учения), в последующем охват количества изучаемых факторов увеличивался (многомерные, синтетические учения). К настоящему времени эти две группы важнейших подходов, достаточно развиты и представляют совместно системно определившуюся науку об управлении. [26]

К числу наиболее заметных учений этой группы можно отнести: научное управление, бихевиористские учения и организационные теории.

Основателем и основным разработчиком идей научного управления является Фредерик Тейлор. Тейлор был инженером, поэтому для него было совершенно естественным (в пределах парадигмы своего времени) смотреть на управление человеком как на управление машиной. Базируясь на механистическом понимании сущности деятельности человека труда, его места в организации, Тейлор видел решение проблемы успешности предприятия в рационализации трудовых операций. Потому для него исходным было *изучение задачи*. При этом он полагал, что рабочие по своей натуре – ленивые и хорошо работать могут, в лучшем случае, при экономическом

стимулировании. А потому – управленцы должны думать, а рабочие работать.

Основные *принципы научного управления* Тейлора состоят в следующем:

- разработка оптимальных приемов и методик осуществления работы на базе научного изучения затрат времени на отдельные операции;
- абсолютное следование научно обоснованным стандартам и нормам;
- подбор, обучение и расстановка рабочих на те рабочие места и задания, где они, реализуя свои способности, могут дать наибольшую отдачу;
- оплата по результатам труда (чем больше конкретный результат, тем больше оплата);
- использование функциональных администраторов, осуществляющих нормоконтроль по специализированным направлениям;
- поддержание дружеских отношений между рабочими и менеджерами, с целью реализации научного управления.

В 20 – 30-е годы прошлого столетия обратили внимание на то, что производительность труда существенно зависит от социальных условий в организации, и может быть значительно увеличена, если в рабочих группах в процессе совместной деятельности создаются особые отношения – с признаками коллективизма. Перенос центра тяжести в управлении *с задач на человека* породил развитие различных *бихевиористских теорий* менеджмента.

Так, Вальтер Дилл Скотт выступал за то, что менеджеры должны смотреть не только сквозь призму их экономических интересов, но и - социальных, признавая их заслуги. Мари Паркер Фоллет считала, что менеджер должен отказаться от формальных взаимодействий с рабочими, быть лидером, признанным рабочими, а не опирающимся на должностную власть. Ее трактовка менеджмента как *«искусства добиваться результатов посредством действий других»* во главу угла ставила гибкость и гармонию во взаимоотношениях между менеджерами и рабочими, исходя из ситуации, а не уповать на функциональные предписания.

Огромный вклад в развитие бихевиористского направления в управлении внес Абрахам Маслоу. Согласно учению Маслоу человек имеет сложную структуру иерархически расположенных потребностей, и управление в соответствии с этим должно вестись на основе выявления потребностей рабочего и использования соответствующих методов мотивирования.

Конкретное противопоставление научного направления и бихевиористских концепций в виде их теоретического обобщения нашло отражение в теориях «X» и «Y» Дугласа Мак Григора. Существуют два типа управления, отражающих 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

своей основе два диаметрально противоположных взгляда на работников.

Для предприятий типа «X» характерны следующие концептуальные предпосылки:

- обычный человек имеет унаследованную нелюбовь к работе;
- по причине нежелания работать только путем принуждения, с помощью приказов, контроля и угроз наказания можно человека побудить к тому, чтобы он осуществлял необходимые действия и затрачивал должные усилия, для достижения предприятием своих целей;
- средний человек предпочитает, чтобы им управляли, старается не брать на себя ответственности, имеет относительно низкие амбиции и желает находиться в безопасной ситуации.

Для предприятий типа «Y» характерны следующие предпосылки:

- выражение физических и эмоциональных усилий на работе для человека также естественно, как и во время игры или отдыха. Внешний контроль и угроза наказания не являются единственными средствами побуждения человека к деятельности. Человек в своей деятельности руководствуется определенным набором ценностей, усвоенными в процессе воспитания, осуществляя самоконтроль и само побуждение;
- ответственность и обязательства по отношению к целям организации зависят от вознаграждения, получаемого за результаты труда. Наиболее важным вознаграждением является то, которое связано с удовлетворением потребностей в самовыражении и само актуализации;
- обычный человек, воспитанный определенным образом, не только готов брать на себя ответственность, но и даже стремится к этому.

При этом МакГригор подчеркивал, что многим людям присуща готовность использовать свой опыт, знания и воображение в решении проблем предприятия. Однако современное индустриальное общество слабо использует интеллектуальный потенциал обычного человека.

Если, заботясь об успешности деятельности предприятия, Тейлор концентрировал внимание на том, как лучше выполнять задачи, исследуя операции и функции, Мэйо и бихевиористы искали ответы на те же вопросы, обращаясь к природе отношений в коллективе, к мотивам человеческой деятельности, то Фаоль пытался подойти к решению проблемы с позиции совершенствования самой управленческой деятельности.

Анри Файоль почти всю свою сознательную жизнь (58 лет) проработал во французской компании по переработке угля и железной руды.

Он считал, опираясь на личный опыт, что при правильной организации своей работы каждый менеджер может добиться успеха.

Рассматривая предприятие как единый организм, Файоль полагал, что для любой деловой организации характерно наличие шести определенных видов деятельности, или функций:

- техническая деятельность (производство);
- коммерческая деятельность (закупка, сбыт и обмен);
- финансовая деятельность (поиск и оптимальное использование капитала);
- деятельность безопасности (защита корпоративной собственности);
- эккаунтинг (деятельность по анализу, учету, статистике);
- управление (планирование, функция организации, распорядительство, координация и контроль).

Выделив управление в самостоятельный вид деятельности и наделив его пятью специфическими функциями (планирование, организация, распорядительство, координация и контроль), Файоль разработал четырнадцать принципов управления, которым он сам следовал в своей практике и от которых, как он считал, зависит успех управления:

- *Разделение труда* (повышает квалификацию и уровень выполнения работы).
- *Власть* (право отдавать команды и нести ответственность за результаты).
- *Дисциплина* (четкое и ясное взаимопонимание между рабочими и менеджерами, базирующееся на уважении к правилам и договоренностям, существующим на предприятии в основном – результат возможностей руководства).
- *Единство распорядительства* (распоряжения только от одного руководителя и подотчетность только одному руководителю).
- *Единство руководства* (один руководитель и единый план для каждого набора действий по достижению каких-то единых целей).
- *Подчинение индивидуальных интересов общим интересам* (менеджер должен добиваться с помощью личного примера и жесткого, но справедливого управления того, чтобы интересы индивидов, групп и подразделений не превалировали над интересами предприятия в целом).
- *Вознаграждение персонала* (оплата должна отражать состояние предприятия и стимулировать людей на работу с отдачей).
- *Централизация* (уровень централизации и децентрализации должен зависеть от ситуации и

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

выбираться таким образом, чтобы давать лучшие результаты).

- *Цени взаимодействия* (четкое построение цепей следования команд от руководства к подчиненным).

- *Порядок* (все должны знать свое место на предприятии).

- *Равенство* (к рабочим следует подходить справедливо и по-доброму).

- *Стабильность персонала* (кадры должны находиться в стабильной ситуации).

- *Инициатива* (менеджеры должны поощрять подчиненных выдвигать идеи).

- *Корпоративный дух* (следует создавать дух единства и совместных действий, развивать бригадную форму работы).

Утверждая универсальность сформулированных принципов, Файоль тем не менее подчеркивал необходимость их гибкого применения, с учетом ситуации, в которой осуществляется управление.

Несомненно, огромный вклад в развитие управленческой мысли внес немецкий юрист и социолог Макс Вебер, разработавший теорию *бюрократического построения* предприятия и системы управления в частности.

Вебер считал, что бюрократическая система должна обеспечить работу предприятия как машины, гарантируя скорость, точность, порядок, определенность, непрерывность и предсказуемость.

Основными принципами построения предприятия, обеспечивающими эти качества, по Веберу, должны быть следующие:[27]

- разделение труда на базе функциональной специализации;

- хорошо определенная иерархическая система распределения власти;

- система правил и норм, определяющих права и обязанности работников;

- система правил и процедур поведения в конкретных ситуациях;

- отсутствие личностного начала в межличностных отношениях;

- прием на предприятие на основе компетентности и потребностей предприятия;

- продвижение по службе на основе компетентности и широких знаний предприятий, которые приходят с выслугой лет;

- стратегия к пожизненному найму;

- четкая система карьеры, обеспечивающая продвижение вверх для квалифицированных работников;

- управление административной деятельностью состоит в разработке и установлении доскональных письменных инструкций на предприятиях.

«Синтетические» учения об управлении

Для «синтетических» учений характерен взгляд на управление как на многоплановое, комплексное и изменяющееся явление, связанное множеством связей с внутренней и внешней средой предприятия. Первые успехи такого осмысления управления оформились как системный подход к предприятию. Открылась возможность глубокого проникновения в систему внутренних и внешних связей и многофакторного анализа, как объекта, так и субъекта управленческой деятельности.

Несомненно, одним из самых выдающихся теоретиков современности в области системного взгляда на управление следует считать Питера Дракера. Центром идей Дракера об управлении является систематизированное учение о менеджменте как о профессиональной деятельности и о менеджере как о профессии. Это позволило организовать изучение менеджмента в учебных заведениях и открыть подготовку менеджеров.

Одним из самых известных теоретических положений, выдвинутых Дракером, является его концепция управления по целям. Идея Дракера о том, что управление должно начинаться с выработки целей и потом переходить к формированию функций, системы взаимодействия и процесса, в корне перевернула логику управления.

Среди «синтетических» учений об управлении заметное место занимают *ситуационные теории*. Ситуационные теории дают рекомендации относительно того, как следует управлять в конкретных ситуациях. При этом рекомендуется пошаговый алгоритм решения проблем. *Во-первых*, необходимо внимательно осуществить анализ конкретной ситуации, выделив какие требования к предприятию предъявляет ситуация и что характерно для ситуации. *Во-вторых*, должен быть выбран соответствующий подход к осуществлению управления. *В-третьих*, управление должно создавать потенциал в предприятии и необходимую гибкость для того, чтобы можно было перейти к новому управленческому стилю, соответствующему ситуации. *В-четвертых*, управление должно произвести соответствующие изменения, позволяющие подстроиться к ситуации.

Одной из наиболее популярных системных концепций менеджмента является теория «7-S», разработанная в 80-е гг. (США). Было подмечено, что эффективная организация, как правило, формируется на базе семи взаимосвязанных составляющих, изменение каждой из которых с необходимостью требует соответствующего изменения остальных шести:

- *стратегия* – планы и направления действий, определяющие распределение ресурсов,

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

фиксирующие обстоятельства по осуществлению определенных действий во времени для достижения поставленных целей;

- *структура* – внутренняя композиция предприятия, отражающая взаимное положение организационных подразделений, иерархическую субординацию этих подразделений и распределение власти между ними;

- *системы* – процедуры и рутинные процессы, протекающие на предприятии;

- *штат* – ключевые группы персонала, существующие на предприятии и охарактеризованные по возрасту, полу, образованию и т.п.;

- *стиль* – способ, каким руководители управляют предприятием, включая и организационную культуру;

- *квалификация* – отличительные возможности ключевых людей на предприятии;

- *разделенные ценности* – смысл и содержание основных направлений деятельности, которые предприятие доводит до своих членов.

В 1981 г. американец Ульям Оучи на основе японского опыта управления выдвинул теорию «Z», как бы дополняя и развивая идеи Мак Григора и нивелируя положения ситуационных теорий. Исходным пунктом концепции Оучи является положение о том, что человек – это основа любого предприятия и от него в первую очередь зависит успех функционирования предприятия. Исходя из этого, Оучи и сформулировал основные положения и правила эффективного управления людьми.

Идеи теории «Z» в сжатом виде сводятся к следующему:

- долгосрочный наем кадров;
- групповое принятие решений;
- индивидуальная ответственность;
- медленная дифференцированная оценка кадров и их умеренное пошаговое продвижение по службе;

- косвенный, неформальный контроль четкими и формализованными методами;

- неспециализированная карьера;
- всесторонняя забота о работниках.

Этот обзор учений об управлении показывает, что практика постоянно высвечивает все новые и новые проблемные грани управления совместной деятельностью, возникающие при поступательном ее развитии. Наука, в свою очередь, своевременно и эффективно отвечает на запросы практики, выдвигая при этом своего рода ориентиры, весьма полезные для практиков, так направляемые четырехступенчатую модель достижения успеха, а именно:

1. Решите, чего вы хотите (сформулируйте и поставьте перед собою цель).

2. Сделайте что-нибудь.

3. Посмотрите, что получится.

4. Если понадобится – меняйте подход, пока не добьетесь желаемого.

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

Основные принципы формирования и выбора своих целей:

1. Выбирайте такие цели, которые заслуживают их достижения.

2. Выбирайте такую цель, которую сможете достичь своими силами.

3. Формулируйте свою цель в утвердительных терминах.

4. Выражайте свою цель точно, в сенсорных категориях.

5. Соотносите свою цель с контекстом (ситуацией).

6. Трезво оценивайте последствия достижения своей цели.

Подсознание играет важную роль во всем, что мы делаем. Деловые и организационные методы достижения целей (формализованные) обычно опускают этот фактор. То же относится и к индивидуальным целям, выбранным логическим, систематическим путем, «левым полушарием».

Думать в утвердительной форме – это принцип правильной формулировки результата.

С сожалением, обычно сосредотачиваются на попытках избежать нежелательного вместо того, чтобы думать о желаемом и добиваться желаемого. У них формируется «агрессивно-оборонительный», «отрицающий» характер вместо «утверждающего». «Отрицающий человек» переживает, в конце концов, тот сценарий, которого хотел бы избежать, ибо именно он закрепляется стратегически и реализуется. Можно назвать такую систему «избегания» осмотриальностью, реализмом, благоразумием и так далее. Наиболее действенно она проявляется при достижении внутренних целей, но когда дело касается осознаваемых целей «...?», она нередко приводит к непостижимым, на первый взгляд промахам. Потому первый принцип правильно сформулированного результата гласит: «Выражаю свою цель в утвердительных терминах».

Принципы сбалансированного самообновления

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

Принципы НЛП (нейро-лингвистического программирования) предполагают учет всех четырех измерений. Это означает, что мы должны регулярно и последовательно развивать их самым разумным и сбалансированным образом. Расходование времени на самообновление требует от нас инициативы.

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

Эффективные навыки – хорошо усвоенные принципы и модели поведения. Чтобы что-то в своей жизни превратить в навык, необходимы три компонента: *Знание, Умение, Желание.*

Знание – это теоретическая парадигма, определяющая *что делать и зачем.* Умение определяет *как делать.* А желание – это мотивация – *хочу делать.*

Если однажды мы поверим, что *отныне наше поведение зависит от наших решений,* а не от окружающих условий, то самый первый навык, необходимый при начавшемся саморазвитии личности – *это про активность.* Под про активностью надо понимать, осмыслив ее как факт, что, иницируя происходящее, подчиняя чувства нашим ценностям, мы несем ответственность за свои действия (и, прежде всего, перед собой). Поведение проактивного человека есть продукт его собственного выбора, он не ищет «виноватых» за свои поступки и за их результаты. В этом случае он себя спрашивает, и в себе ищет ответ. Стивен Р. Кови полагает, что для достижения *личной победы* (победы над собой) человеку как минимум нужно еще два навыка (рис. 7.1) (кроме – «Будь проактивным») (1): это – «Начинай, представляя конечную цель» (2), и «Сначала делай то, что необходимо делать сначала» (3). Если в значении цели в нашей деятельности мы уже достаточно четко определились, то с третьим навыком надо еще разобраться. В данном случае имеется в виду необходимость управлять своим временем, четко представляя степень важности и срочности тех дел, которые намечаем к исполнению [21].

Вполне очевидно, что для овладения навыком «Сначала делай то, что необходимо делать сначала», *не срочные, но весьма важные дела по поддержанию своего ресурса* будем стараться делать в первую очередь, и именно в этом деле как раз и будем нарабатывать первый и второй навык.

По мере овладения первыми тремя навыками мы все больше приобретем независимость от внешних факторов и все больше открываем возможность закрепить личную победу, пробуя по-новому взаимодействовать с окружающим нас миром себе подобных, осознавая объективную взаимозависимость. Для этого нам понадобятся еще три навыка: «Думай в духе выиграл/выиграл» (4), «Сначала стремись понять, а потом быть понятым» (5), «Достигайте синергии» (6). Сотрудничество и доверие – и результат и условие для закрепления этих важных в общении и коллективной деятельности навыков. Седьмой навык (7) Стивен Р. Кови назвал «Затачивай пилу». Он не двусмысленно полагал, что мы можем рассчитывать на успех, на эффективность только тогда, когда будем делать постоянные

усилия в деле формирования всех названных навыков, работая над всесторонним саморазвитием.

Таким образом, надо признать, что, работая над своим обновлением в одиночку, сомнительно добиться успеха, даже имея все три составляющие для формирования необходимых навыков. Человек – существо социальное. *Реально воспитание осуществляется только через поступок.* В воспитании участвуют трое: – кроме воспитуемого, еще должны быть – воспитатель (делай как я) и ценитель (того чему учат и как получается). При самовоспитании – где взять еще двух недостающих? Выход только один – найти образ, который бы был учителем, найти образ, который был бы ценителем. Мы не оговорились, а вы не ошиблись – именно образ или образы. Для этого могут подойти литературные герои, друзья, подруги, папы, мамы, бабушки, дедушки ... при вашем богатом воображении.

Несмотря на принципиальные отличия вышеописанных этих концепций, они, тем не менее, имеют нечто общее в своей основе, что отражает определенную общность в мотивации человека к действиям.

Названные концепции Маслоу, Альдерфера, Мак Клеллака, Герцберга позволяют сделать вывод о том, что отсутствует какое-либо канонизированное учение, объясняющее то, что лежит в основе мотивации человека и чем определяется мотивация. Каждая из изложенных теорий имеет определенное принципиальное отличие.

Таким образом, каждая из теорий имеет что-то особенное, отличительное, что дало ей возможность получить широкое признание теоретиков и практиков и внести существенный вклад в разработку знаний о мотивации. Однако при этом, несмотря на принципиальные различия, все четыре вышеописанные теории имеют нечто общее, позволяющее установить определенные параллели между ними. Характерной особенностью всех четырех теорий является то, что они изучают потребности и дают классификацию потребностей, позволяющую делать некие выводы о механизме мотивации человека. Сравнивая классификации всех четырех теорий, можно отметить, что выделенные в различных теориях группы потребностей достаточно определенно соответствуют друг другу.

Многое зависит от организационной культуры и управления коллективом предприятий легкой промышленности.

Предприятие – это сложный организм, основой жизненного потенциала которого является организационная культура: то, ради чего люди стали членами предприятия; то, как строятся отношения между ними; какие устойчивые нормы

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

и принципы жизни и деятельности предприятия они разделяют; что, по их мнению, хорошо, а что плохо, и многое другое из того, что относится к ценностям и нормам. Все это не только отличает одну организацию от другой, но и существенно предопределяет успех функционирования и выживания предприятия в долгосрочной перспективе. Организационная культура не так явно проявляется на поверхности, ее трудно «пощупать». Если можно говорить о том, что предприятие имеет «душу», то этой душой является организационная культура.

Носителями организационной культуры являются люди. Однако на предприятиях с устоявшейся организационной культурой они как бы отделяются от людей и становятся атрибутом предприятия, его частью, оказывающей активное воздействие на членов предприятия, модифицирующей их поведение в соответствии с теми нормами и ценностями, которые составляют его основу.

Так как культура играет очень важную роль в жизни предприятия, то оно должна являться предметом пристального внимания со стороны руководства. Управление не только соответствует организационной культуре и сильно зависит от нее, но и может в свою очередь оказывать влияние на формирование и развитие организационной культуры. Для этого менеджеры должны уметь анализировать организационную культуру и оказывать влияние на ее формирование и изменение в желательном направлении.

Понятие и структура организационной культуры

В современной литературе существуют как очень узкие, так и очень широкие толкования того, что же представляет собой культура предприятия.

Чаще всего *организационная культура* трактуется как принимаемые большей частью предприятия *философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы*, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри предприятия, так и за его пределами.

Используя то общее, что присуще многим определениям, можно понимать организационную культуру следующим образом. *Организационная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых коллективом предприятия и получающих выражение в заявляемых предприятием ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.* Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.

Базовые предположения это то, чего придерживается коллектив предприятия в своем

поведении и действиях. Эти предположения часто связаны с видением окружающей индивида среды (группы, предприятия общества, мира) и регулирующих ее переменных (природа, пространство, время, работа, отношения и т. д.). Нередко бывает трудно сформулировать это видение применительно к предприятию.

Ценности (или ценностные ориентации) ориентируют индивида в том, какое поведение следует считать допустимым или недопустимым. Так, на некоторых предприятиях считается, что «клиент всегда прав», поэтому в них недопустимо обвинять клиента за неудачу в работе коллектива предприятия. В других – может быть все наоборот. Однако и в том, и в другом случае принятая ценность помогает индивиду понять то, как он должен действовать в конкретной ситуации.

«*Символика*» это то, посредством чего ценностные ориентации «передаются» коллективу предприятия. Многие предприятия имеют специальные, предназначенные для всех документы, в которых они детально описывают свои ценностные ориентации. Однако содержание и значение последних наиболее полно раскрываются работникам через «ходячие» истории, легенды и мифы. Их рассказывают, пересказывают, толкуют. В результате этого они оказывают иногда больше влияния на индивидов, чем те ценности, которые записаны в рекламном буклете предприятия.

Организационная культура имеет определенную структуру. Последнюю можно рассматривать как трехуровневую.

Первый, «поверхностный», или «символический» уровень. Включает такие видимые внешние факты, как – применяемая технология и архитектура, использование пространства и времени, наблюдаемое поведение, язык, лозунги и т.п., или все то, что можно ощущать и воспринимать через известные пять чувств человека (видеть, слышать, ощущать вкус и запах, осязать). На этом уровне вещи и явления легко обнаружить, но не всегда их можно расшифровать и интерпретировать в терминах организационной культуры.

Второй, «подповерхностный» уровень. На этом уровне обнаруживаются ценности и верования, разделяемые коллективом предприятия, в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке. Восприятие ценностей и верований носит сознательный характер и зависит от желания людей.

Третий, «глубинный» уровень. Включает базовые предположения, которые трудно осознать даже самим коллективом предприятия без специального сосредоточения на этом вопросе. Эти скрытые и принимаемые на веру предположения направляют поведение людей,

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

помогая им воспринять атрибуты, характеризующие организационную культуру.

Соответственно тому, какие из указанных уровней изучаются, существует деление организационных культур на субъективные и объективные.

Субъективная организационная культура исходит из разделяемых работниками образцов предположений, веры и ожиданий, а также из группового восприятия организационного окружения с его ценностями, нормами и ролями, существующими вне личности. Сюда включают ряд элементов «символики», особенно ее «духовной» части: герои предприятия, мифы, истории о предприятии и его лидерах, организационные табу, обряды и ритуалы, восприятие языка общения и лозунгов. Субъективная организационная культура служит основой формирования *управленческой культуры*, т.е. стилей руководства и решения руководителями проблем, их поведения в целом. Это создает различие между схожими на вид организационными культурами. Например, два предприятия могут заявлять о качественном обслуживании своих клиентов. Но конечный результат будет во многом зависеть от того, как будет осуществляться руководство этим процессом.

Объективную организационную культуру обычно связывают с физическим окружением, создаваемым на предприятии: само здание и его дизайн, места расположения, оборудование и мебель, цвета и объем пространства, удобства, кафетерий, комнаты приема, стоянки для автомобилей и сами автомобили. Все это в той или иной степени отражает ценности, которых придерживается коллектив предприятия. Хотя оба аспекта организационной культуры важны, однако субъективный аспект создает больше возможностей для нахождения как общего, так и различий между людьми и между предприятиями.

Содержание организационной культуры

Конкретную организационную культуру можно рассматривать на основе *десяти характеристик*:

- **осознание себя и своего места на предприятии** (одни культуры ценят сокрытие работником своих внутренних настроений, другие – поощряют их внешнее проявление; в одних случаях независимость и творчество проявляется через сотрудничество, а в других – через индивидуализм);

- **коммуникационная система и язык общения** (использование устной, письменной, невербальной коммуникации, «телефонного права» и открытости коммуникации различается от группы к группе, от предприятия к предприятию; жаргон, аббревиатуры, жесты варьируются в

зависимости от отраслевой, функциональной и территориальной принадлежности предприятий);

- **внешний вид, одежда и представление себя на работе** (разнообразие униформ и спецодежды, деловых стилей, опрятность, косметика, прическа и т.п. подтверждают наличие множества микрокультур);

- **что и как едят люди, привычки и традиции в этой области** (организация питания работников, включая наличие или отсутствие таких мест на предприятии; люди приносят с собой еду или посещают кафетерий внутри или вне предприятия; дотация питания; периодичность и продолжительность питания; едят ли работники разных уровней вместе или отдельно и т.п.);

- **осознание времени, отношение к нему и его использование** (степень точности и относительности времени у работников; соблюдение временного распорядка и поощрение за это; моно хроническое или полихроническое использование времени);

- **взаимоотношения между людьми** (по возрасту и полу, статусу и власти, мудрости и интеллекту, опыту и знаниям, рангу и протоколу, религии и гражданству и т.п.; степень формализации отношений, получаемой поддержки, пути разрешения конфликтов);

- **ценности** (как набор ориентиров в том, что такое хорошо и что такое *плохо*) и нормы (как набор предположений и ожиданий в отношении определенного типа поведения) – что люди ценят в своей организационной жизни (свое положение, титулы или саму работу и т.п.) и как эти ценности сохраняются;

- **вера во что-то и отношение или расположение к чему-то** (вера в руководство, успех, в свои силы, во взаимопомощь, в этическое поведение, в справедливость и т.п.; отношение к коллегам, клиентам и конкурентам, к злу и насилию, агрессии и т.п.; влияние религии и морали);

- **процесс развития работника и научение** (бездумное или осознанное выполнение работы; полагаются на интеллект или силу; процедуры информирования работников; признание или отказ от примата логики в рассуждениях и действиях; абстракция и концептуализация в мышлении или заучивание; подходы к объяснению причин);

- **трудовая этика и мотивирование** (отношение к работе и ответственность по работе; разделение и замещение работы; чистота рабочего места; качество работы; привычки по работе; оценка работы и вознаграждение; отношения «человек – машина»; индивидуальная или групповая работа; продвижение по работе).

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

Выше отмеченные характеристики культуры предприятия, взятые вместе, отражают и придают смысл концепции организационной культуры.

Члены предприятия, разделяя веру и ожидания, создают свое физическое окружение, вырабатывают язык общения, совершают адекватно воспринимаемые другими действия и проявляют понимаемые всеми чувства и эмоции. Все это, будучи воспринятым работниками, помогает им понять и интерпретировать культуру предприятия, т.е. придать свое значение событиям и действиям и сделать осмысленным свое рабочее окружение. Поведение людей и групп внутри коллектива предприятия сильно связано нормами,

вытекающими из этих разделяемых верований, ожиданий и действий.

Содержание организационной культуры влияет на направленность поведения и определяется не простой суммой предположений, а тем, как они связаны между собой и как они формируют определенные образцы поведения. Отличительной чертой той или иной культуры является относительный порядок, в котором располагаются формирующие ее базовые предположения, что указывает на то, какая политика и какие принципы должны превалировать в случае возникновения конфликта между разными наборами предположений планированию карьеры.

References:

1. Rebrin, Y. I. (2014). *quality Management: textbook*. (p.204). Taganrog, Publisher TSURE.
2. (2007). *GOST 14918-80. Galvanized sheet steel with continuous lines*. Technical conditions. - Enter. 1981-30-06. [as amended on October 18, 2016]. (p.8). Moscow: publishing house of standards.
3. (2004). *GOST 52246-2016. Hot-dip galvanized sheet metal*. Technical conditions. - Enter. 2016-01-01. (p.16). Moscow: publishing house of standards.
4. (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.10). Moscow: publishing house of standards.
5. (2016). *GOST 19904 - 90. Cold-rolled sheet metal. Assortment*. - Enter. 1991-01-01. [in the edition of October 18, 2016]. (p.4). Moscow: publishing house of standards.
6. (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.
7. (2013). *GOST 26877-2008. Metal rolling. Methods of measuring shape deviations*. - Enter. 2013-01-01. (p.12). Moscow: publishing house of standards.
8. (1999). *SP 53-101-98. Production and quality control of steel building structures*. - Enter. 1999-01-01. (p.40). Moscow: Gosstroy of Russia, GUP tspp.
9. (2013). *GOST 23118-2012. Steel construction structures. General specifications*. - Enter. 2013-07-01. (p.20). Moscow: STANDARTINFORM.
10. (2013). *SP 70.13330.2012 Bearing and enclosing structures*. The updated edition of SNiP 3.03.01-87 (with Change N 1). - Enter. 2013-07-01. (p.120). Moscow: Gosstroy, the FAA "DSF".
11. (2010). *SP 48.13330.2011. Organization of construction*. The updated edition of SNiP 12-01-2004 (with Change N 1). - Enter. 2011-05-20. (p.15). Moscow: The Ministry Of Regional Development.
12. (2003). *GOST 30245-2003 steel bent closed welded square and rectangular profiles For building structures*. Technical conditions. - Enter. 2003-30-09. (p.16). Moscow: publishing house of standards.
13. (2016). *GOST 19903-2015. Hot-rolled sheet metal. Assortment*. - Enter. 2016-09-01. (p.20). Moscow: STANDARTINFORM.
14. (2015). *GOST 27772-2015. Rolled products for structural steel constructions. General specifications*. - Enter. 01.09.2016. (p.19). Moscow: STANDARTINFORM.
15. (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. (p.5). Moscow: publishing house of standards.
16. Prokhorov, V. T., et al. (2014). *The quality revolution: through the ad or through a quality real*. monograph under the General editorship of doctor of technical Sciences, Professor V. T.

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

- Prokhorov (Eds.). VoIP (branch) of DSTU. (p.384). Novocherkassk: URGU (NPI).
17. Balandyuk, N. M., et al. (2012). *The restructuring of enterprises as one of the most effective forms of improving the competitiveness of enterprises on markets with unstable demand*: monograph / under the General editorship of doctor of technical Sciences, Professor V. T. Prokhorov (Eds.). FGBOU VPO "South-ROS. state University of Economics and service". (p.347). Mines: FGBOU VPO yurgues.
 18. Walnut, L. H., et al. (2012). *The impact of cash flow on the efficiency of the cluster formed on the basis of the Shoe enterprises of the southern Federal district and skfo* / under the General editorship of doctor of technical Sciences, Professor V. T. Prokhorov (Eds.). (p.354). Mines: FGBOU VPO yurgues.
 19. Prokhorov, T. V., Aspen, T. M., & Walnut, L. G. (2012). *Innovative technological processes in light industry for the production of competitive and popular products*: monograph / under the General editorship of doctor of technical Sciences, Professor V. T. Prokhorov (Eds.). VoIP (branch) of DSTU. (p.435). Mines: Isoip (branch) DSTU.
 20. Kolesnikov, S., et al. (2015). *High-tech technologies in the service of human ecology* [monograph], – Under the General editorial prof. Chernovoy I. V. (Eds.). materials of II International scientific-technical conference "high technologies in the service of human ecology, VoIP (branch) of DSTU in Shakhty. (p.144). Novocherkassk: Lik.
 21. Prokhorov, V. T., et al. (2015). *Assortment and assortment policy*. monograph / under the General ed. Dr. Techn. Sciences, Professor V. T. Prokhorov (Eds.). VoIP (branch) of DSTU. (p.246). Novocherkassk: URGU (NPI).
 22. Prokhorov, V. T., et al. (2015). *About new opportunities of regions of SFD and skfo on formation of preferences by consumers of the production made at the enterprises of light industry*: the monograph. on the General edition of doctor of technical Sciences, prof. V. T. Prokhorov (Eds.). In the sphere of service and business (Phil.) Fader. state budget. educated. institutions higher. professional education "don state technical. UN-t " in the Mine Growth. region. (Isoip (branch) DGTU). (p.316). Novocherkassk: URGU (NPI).
 23. Prokhorov, V. T., et al. (2017). *The concept of import substitution of products of light industry: background, challenges, and innovations*. monograph / under the General editorship of Dr. sci. prof. V. T. Prokhorova (Eds.). Institute of service sector and entrepreneurship (branch) of don state technical University. (p.334). Mines: Isoip (branch) DSTU.
 24. Surovtseva, O. A., et al. (2018). *Management of the real quality of products rather than advertising by motivating the behavior of the leader of the team of the enterprise of the industry*. monograph by prof. V. T. Prokhorova; Institute of service sector and entrepreneurship (branch) of don state technical University. (p.384). Novocherkassk: URGU (NPI).
 25. Zaitseva, D. R., & Kushnareva, I. V. (2017). *"Classification of quality costs" international scientific and practical conference. Tools and mechanisms of formation of competitive state and regional economy*. Isop (branch) of DSTU in Shakhty.
 26. Zaitseva, D. R., Prokhorov, V. T., Bordukh, D. O., Kozachenko, P. N., & Tikhonova, N. In. (2017). *"On the role of motivation of a person-a leader for managing the company's team and actions to ensure the full implementation of manufactured products to manufacturers"* Technologies, design, science, education in the context of inclusion. Collection of proceedings. Isop (branch) of DSTU in Shakhty.
 27. (2017). *GOST R 57189-2016/ISO/TS 9002:2016 "quality management System with guidance for use ISO 9001:2015"* (ISO/TS 9002:2016, IDT). 2017-11-01. (p.35). Moscow: publishing house of standards.

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

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: 19.03.2019 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



Shaxnoza Tuychievna Tursunqulova

Senior lecturer,
Samarkand State University
Samarkand, Uzbekistan
mstursunkulova@mail.ru

THE NONLINESS FEATURES OF ART AND LITERARY ESTHETIC WORK IN THE FORMATION OF HUMAN MIND

Abstract: In this article philosophical opinions and views concerning the significance of art and literary esthetic work in the development of society, human naturity are mentioned. Likewise, the creation of art works, its interrelations with literary esthetic work its being production of nonliness thought is analyzed on the basis of sources of synergetic, philosophy, esthetics.

Key words: art, esthetic consciousness, nonliness, nonlinear mind, synergetic.

Language: Russian

Citation: Tursunqulova, S. T. (2019). The nonliness features of art and literary esthetic work in the formation of human mind. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 184-188.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-16> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.16>

НЕЛИНЕЙНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСКУССТВА И ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЭСТЕТИЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ЭСТЕТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ

Аннотация: В статье изложены философские мысли, соображения о значении искусства и художественной эстетики в совершенствовании личности и прогрессе общества с помощью источников синергетики, философии и эстетики, проанализировано создание произведений искусства, его связь с художественным эстетическим творчеством, учитывая что это факт того, что он является продуктом нелинейного мышления.

Ключевые слова: искусство, эстетическое сознание, нелинейность, нелинейное мышление, синергетика.

Introduction

Формирование искусства, его развитие начинается с древних времен истории человечества. По мере исторического формирования общества одновременно с этим процессом происходило обновление, изменение искусства, придание смысла и содержания, привлекательности, разнообразия жизни человека, получение эстетического настроения. Ученый-философ Абдулла Шер так объясняет искусство: “Искусство – это общее наименование эстетического исследования объекта, это общее понятие. В качестве частного понятия используется красота и уродство реальности, через конкретные виды ценностей и антиценностей понимаются слава и ярость, в рамках различных жанров понимается продукт художественного творчества”[1.Б.268]. В качестве примера такого творчества можно

привести книгу “Авесто”. “Авесто” не только священная книга зороастризма, но и художественное изображение мышления того времени.

В монографии М.Эргашевой “Синергетический анализ “Авесто” с помощью синергетических принципов осуществляется анализ философских идей приведенных в художественном произведении, изучен научный аспект таких процессов как сложность и многообразие мира, духовная самоорганизация людей.[2.Б.3-159] Как утверждается в “Авесто”：“Я восхищаюсь добрым мыслям, добрым словам, добрым делам. Я посвящен добрым мыслям, добрым словам, добрым делам. Я отворачиваюсь от злых мыслей, злых слов, злых дел”[3.Б.15] Настоящее художественное произведение ставящее на первое место психологию, духовность, культуру, условия жизни,

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

стремления того времени является духовным наследием, философской точкой зрения, источником сведений о творческой способности людей того времени.

Можно сказать, что искусство, создание примеров творчества является неотделимой частью жизни человека, начиная с появления человечества, создания первых орудий труда и совершенствуется до сегодняшних дней. Искусство обладает способностью сильного влияния на сознание и мышление человека. Для изучения причин этой способности ученые провели много исследований. Но до сих пор нет ясного, подробного определения этого явления. Мы стараемся объяснить создание произведения искусства с точки зрения восприятия человеческого сознания, продукта духовности, великой силы, мощного таланта, способности общественной жизни, духовной преданности, великой силы, сильного таланта, дара полученного от всевышнего. В рассматриваемой нами теме мы пытаемся понять искусство и художественное эстетическое творчество с точки зрения нелинейного мышления, известно, что при изучении и анализе нелинейных принципов в качестве сложных систем широко используется синергетическое учение.

Термин синергетика впервые был использован в 1969 году профессором Штутгартского университета (Германия) Германом Хакеном, но этот термин был принят только в 1977-1978 годах представителями научных кругов. Словарное значение термина Синергетика с греческого συν – «вместе» и ενεργος – «действующий», то есть означает скоординированное действие. Синергетика являясь новым межпредметным методом исследования отмечается, что используется обновленная и еще более совершенная в качестве нелинейной парадигмы. В учении синергетики в качестве принципов изучаются нелинейность, открытые системы, разнообразие, нестабильность, самоорганизация и это дает новые понятия и теории в науке.

Такие ученые как Г.Хакен, И.Пригожин, В.И.Аршинов, В.Г.Буданов, С.П.Капица, В.Н.Порус, А.М.Яковлев, М.А.Слемнев, Е.Н.Князева и другие, внесли в науку научные теории о нелинейном понятии. Особо надо отметить научные теории таких узбекских ученых как М.Абдуллаева, Б.Тураев, Ш.Кушюков, Г.Махмудова, Э.Иззетова, М.Ниязембетов, Г.Жалалова, Г.Гаффарова.

Для правильного понимания нелинейности нам необходимо рассмотреть определения данные нашими учеными. В произведениях и научных статьях ученого-философа Б. Тураева даны научные философские теории о образе нелинейного мышления и сложных

самоорганизующихся системах, то есть “нелинейное мышление считается одним из компонентов знания, мышление характеризуется многовариантностью направлений, считается аксиомой единой категоричной системой системы природы, выражается невозможностью адекватного отражения в законах. Не остается без внимания и маленькое влияние на систему образа нелинейного мышления. Дело в то, что на систему также влияют и флуктуации”.[4.Б.318]

Чем отличается нелинейное мышление от линейного мышления. Мы знаем, что после единицы находится двойка, после двойки тройка, каждая причина приводит к какому-то результату и привыкли к такому порядку. Это линейное мышление. Однако в мире есть такие сложные, системные события их понять линейным образом мышления очень трудно. Нелинейное мышление очень удобно для понимания сложностей, исследования сетевых системных объектов, выявления взаимосвязей с трудно определяемыми перспективами. Значит линейность мышления имеет эмпирический характер, нелинейное мышление имея сложные особенности является инновационным мышлением.

Мы можем упомянуть таких ученых как В.И.Тасалова, В.И.Самохвалова, И.А.Евин, Л.Г.Лобова, Е.А.Князева, С.П.Курдюмов, О.Б.Егорова которые изучали искусство в качестве сложной системы в эстетике и философских науках. Узбекскими учеными проведено очень мало научных исследований по научному анализу искусства в качестве синергетической реальности. Некоторые рефераты, дипломные работы, магистерские диссертации напрямую переписаны с источников на русском языке, переводы непонятны.

И.А.Евин в монографиях “Синергетика мозга”(2005), “Искусство и синергетика” (2004) анализировал искусство в качестве сложной системы. В диссертации О.Б.Егоровой “Структура и свойства музыкального гипертекста (на примере композиторского творчества В. Кузнецова)”(2008) изучен научный аспект процесса нелинейности музыкального искусства, его связь с мышлением. В научной статье Л.Г.Лобовой “Принципы синергетики и музыкальное искусство” “Нелинейный стиль мышления, предложенный синергетикой, предполагает целостное многомерное восприятие изменчивого, нестабильного и сложного мира, готовность к многовариантности его развития, к появлению непредсказуемого и вместе с тем «запрограммированного» нового” таким образом объяснено, то, что музыка основывается на нелинейное мышление. [5.Б.22]

Искусство и художественно-эстетическое творчество являются взаимосвязанными и

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

представляют собой сложную систему. В итоге каждого художественного эстетического творчества создается произведение искусства. Но не каждое художественное произведение поднимается до уровня искусства. В этом сложном процессе социальное, психологическое, эстетическое, философское, религиозное и художественное сознание и другие его взгляды взаимосвязаны между собой и приводят к созданию чего-нибудь нового. Бесспорно, что в этом процессе сознание человека и нелинейная функция мышления выполняет свою задачу. “Нелинейный изучаемый объект связан множеством сетей и многовариантностью. Во многих сетях каждой системы существуют множество внутренних и внешних связей, так как исследователь знает только о части этих связей, поэтому у него может не быть полной информации о всех процессах данной системы”.[6.Б.17] Случайные флуктуации в нелинейных процессах имеют большое значение, они превращают систему в совершенно другой вид системы, приводят к ее качественным изменениям. При объяснении искусства в качестве открытой системы с точки зрения синергетических принципов, необходимо учитывать то, что наряду с оказываемым влиянием на формирование художественного эстетического мышления человека, создание его является сложным и основывается на нелинейное мышление.

В мировой науке нелинейность изучается не только в естественных и практических науках, но из приведенных выше анализов становится понятно, что в социальных гуманитарных науках нелинейность также используется для понимания сложных систем, в качестве понятия широко охватывающего возможности изучения человеческого сознания и мышления. Нелинейность также является синергетической особенностью касающейся художественно-эстетического творчества и искусства. “Нелинейность—это многовариантность. Также утверждается, что нелинейность присутствует в системе одновременно в нескольких возможных тайных состояниях, и возможных вариантах реальных состояний. То есть при нахождении системы в одном состоянии, изменение условий приводит к выходу на поверхность тайных состояний и появляются новые состояния при возникновении удобных возможностей.”[7.Б.75]

Изучая искусство и своеобразные сложные свойства формирования эстетического сознания личности, мы отмечаем его большое значение в моральной, культурной, социальной, экономической, политической жизни общества.

В IV приоритетном направлении государственной программы по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным

направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах отмечается что “развитие и совершенствование деятельности театрально-зрелищных, культурно-просветительных организаций и музеев, укрепление их материально-технической базы, строительство новых, реконструкция существующих объектов детского спорта и детских школ музыки и искусства в целях вовлечения детей к массовым занятиям спортом, приобщения их к миру музыки и искусства” [8]. При выполнении такой ответственной задачи как воспитание совершенного поколения задачи нашего государства состоят из развития искусства, привлечение детей в музыкальные и творческие школы, создание соответствующих условий для занятия свободным творчеством. Также осуществлять практические мероприятия по формированию культуры чтения книг, расширению сети современных электронных библиотек.

Только личность занимающаяся творчеством, с сформированным художественным, эстетическим сознанием занимает в обществе свое достойное место, известно, что его гордость, национальная и общечеловеческая культура достигает высокого уровня. Искусство это великая сила которая формирует у личности культуру, двигающая его к созиданию.

В настоящее время наше государство развивая национальное и современное искусство и глубоко понимая функции которые развивают духовность, воспитание и мышление, возлагает ответственные задачи перед творческими людьми и народом искусства, такие как создание произведений искусства которые ведут людей к занятию свободным художественным творчеством, влияющих на формирование эстетического сознания личности патриотизм, человеколюбие, совершенство, красота, созидание. Именно поэтому для создания бесценных произведений искусства, демонстрации миру наших национальных памятников искусства нашим государством созданы большие возможности для представителей этой сферы в воспитании молодежи обладающей действительными творческими способностями имеющих художественное мышление и строительстве для них школ искусств, высших учебных заведений по искусству, театров и музеев и осуществления деятельности средств массовой информации по пропаганде искусства.

Важно отметить, что существует очень много видов искусства по духовному, социальному и культурному значению, степени эффективности влияния, поэтому мы в наших исследовательских работах должны ясно

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

понимать, что это системы обладающие основывающимся на нелинейном мышлении художественно-эстетических свойств изобразительного и практического искусства, литературы, поэзии, а также обладающие самоорганизующимися сложными объективными и субъективными свойствами в формировании эстетического формирования личности. Если это образует их особенное разнообразие, в сущности всего лежат свойства художественно-эстетического творчества (креативности, созидания).

Известно, что когда мы философски размышляем о мире, бытие, космосе, человеке, жизни и о природе, в этом ряду мы упоминаем и искусство, с появления человека искусство всегда было вместе с ним, создание искусства, из истории известно, что изучение искусства является одной из основных наших проблем. Сегодня развитие искусства, эффективное использование его возможностей не просто течение жизни, а красивое и благополучное проживание, имея хорошее отношение, стремиться жить в красоте природы, вселенной, бытия, общества и красоты человечества.

Художественно-эстетическое творчество многих признанных миром ученых, внесших свой вклад в развитии на нашей Родине науки, культуры, искусства было основано на нелинейном мышлении: В частности в произведении Алишера Навои говорится так:

Искусство истины беспредельно - это искусство умозрительности.

Путешествие на Родину было примером этому

Если в этом художественном представлении не будет представлена слабость,

При своем свидетельстве это была маленькая встреча

Как он может найти этого непослушного человека, не совершив это путешествие?

Без разлуки и труда невозможно быть государству. [9.38-39]

Ученый в своем произведении говорит, что каждая вещь созданная Всевышним является сложным произведение искусства, ценность Родины познается на чужбине, человек не познает ценность любимых мест без тягот пережитых им на чужбине, то, что результатом труда является благополучие, все эти понятия он выражает с помощью художественных средств, значение линейности и нелинейности он показывает с помощью понятий странствия и разлуки. Творчество Алишера Навои является очень сложным, многогранным, каждое художественное произведение имеет неповторимый образ, все произведения основаны на многовариантности, продукты мышления, бесценные жемчужины искусства.

Бесценность творчества Алишера Навои заключается в том, что созданные и проповедуемые в его произведениях государства и общества, идеи совершенного человека основаны на противоречивых мыслях, конфликтах, разнообразии образов, справедливости и несправедливости, красоте и уродстве, воспитанности и грубости, доброте и зле, все это изображено Алишером Навои с острым мышлением. Для понимания всей этой сложности при использовании нелинейного подхода выводит на поверхность такие свойства субъекта как творчество, активность, открытость, многогранность и развивает их.

В произведениях А.Югнакий “Хибат-ул хакойик”, Ахмада Яссавий “Хикматлар”, З.М.Бобура “Бобурнома” и других мы можем увидеть образ нелинейного мышления и в деятельности писателя и также в содержании художественных произведений. Таким образом эволюционные процессы в живой природе и обществе, развитии общества проявление линейности и нелинейности осуществляется вместе. Наш процесс мышления является результатом взаимовлияния порядка и хаоса, то есть линейной активности (левого полушария мозга) и нелинейной активности (правого полушария мозга). Если выражаться кратко, линейность и нелинейность и их единство, отображается в логике развития противоречий объективного мира.

Можно сказать, что при создании произведения искусства очень большое значение имеет художественно-эстетическое творчество человека. Так создание художественного произведения благодаря его самоорганизации проявляется как сложный процесс непосредственно связанный с индивидуальными особенностями художественного творчества личности, его внутренними возможностями, его способностями, чувствами, фантазией и целым рядом свойств и качеств являющихся особенностями человеческого сознания и мышления способствующих проявлению творческой деятельности. Наблюдая за творчеством народного артиста Узбекистана Юлдуз Усмоновой можно почувствовать, что созданные ею музыка и песни глубоко входят в душу человека, как будто она поет о ваших или чьих-то переживаниях, как будто она знает о ваших внутренних переживаниях. Также творчество Ш.Жураева, Г.Ёкубова, М.Йулчиевой, О.Назарбекова, Г.Мамазоитовой и многих других артистов может служить этому примером. Сила воздействия созданных ими музыки и песен, богатство их смысла и содержания, обострение сознания человека, его оживления, улучшению настроения это все говорит о том что их художественно-эстетическое творчество

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

опирается на нелинейное мышление. Благодаря случайным флуктуациям человеческого сознания и художественного мышления их взаимосвязи, непостоянстве, разнообразии, нелинейным состояниям появляется новое художественное произведение.

Если при изучении искусства мы будем обращать больше внимания не на простые понятия, а на его сложные аспекты, это может дать новые научные результаты касающиеся нашего предмета. В сущности сложности есть такие понятия, как взаимосвязи друг с другом, системность, структура, эмерджентство, флуктуация, бифуркация, нелинейность и другие синергетические понятия. Например если возьмем образовательную систему в последние годы внедряются креативные педагогические технологии с целью повышения качества и эффективности, в институтах повышения квалификации учителей обучали методам прохождения занятий посредством педагогических и новых предметов педагогических технологий. Мы видим, что эти педагогические технологии основаны в большей степени на художественное творчество, средства и методы искусства, игровые концепции, эстетические теории. Использование искусства, обращение к искусству превращается в традицию, неотделимую часть жизни личности.

Conclusion

Исходя из приведенных выше мыслей можно сказать, что, во-первых, понимая значение искусства в формировании эстетического сознания личности, важное значение имеет

обучение с точки зрения новой научной парадигмы синергетических принципов, во-вторых, при создании произведений искусства такие понятия как творчество, художественно-эстетическое творчество, эстетическое сознание изучаются в качестве основной категории и именно эти понятия анализируются в качестве нелинейного мышления, самоорганизующейся сложной системы, в третьих, посредством использования принципов нелинейности и сложности в синергетическом учении можно изучать сложные аспекты и проблемы эстетики, в четвертых, не каждое художественное произведение поднимается до уровня произведения искусства, потому что, для достижения художественным произведением этого уровня духовность, культура человека, в жизненной философии должны занимать достойное место, в пятых, произведение искусства должно создаваться так, чтобы оно становилось бесценным, оно должно влиять на формирование эстетического сознания личности (сюда также можно ввести театры и музеи).

Делая вывод можно сказать, что в формировании эстетического сознания личности искусство и его виды, его средства имеют очень большое значение. В философской науке и исследовательских работах искусство и нелинейное мышление художественного эстетического творчества в качестве сложной самоорганизующейся системы [10.Б.113-117] обогащаются новыми научными теориями.

References:

1. Sher, A. (2015). *Estetika*. (p.268). Tashkent: "Uzbekistan" NMIU.
2. Ergasheva, M. (2016). *Sinergeticheskiy analiz "Avesto"*. (p.159). S.
3. (2001). *Avesto*. (p.15). Tashkent: Shark.
4. Turaev, B. O., et al. (2017). *Sinergetika moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari va amaliyda namoen bylishi*. (p.318). Tashkent: Izdatel'stvo "Navruz".
5. Lobova, L. G. (n.d.). *Printsipy sinergetiki i muzykal'noe iskusstvo*. University of Silesia in Katowice [Elektronniy resurs]. Retrieved 2019, from http://www.poland.pl/education/universities/article.University_of_Silesia_inKatowice_id.61002.htm
6. Turaev, B. O., et al. (2017). *Sinergetika moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari moxiyati, qonuniyatlari va amaliyda namoen bylishi*. (pp.21-90). Tashkent: izdatel'stvo "Navruz".
7. Muminova, Z. (2016). *Ma"naviy borliqning sinergetik taxlili*. (p.203). S.: Izdatel'stvo "Zarafshon".
8. (2017). *Ukaz Prezidenta Respubliki Uzbekistan. O razvitii strategii deystviy v Respublike Uzbekistan //ofitsial'noe izdanie// Respublika Uzbekistan. Ministerstvo yustitsii* (p.26). Tashkent: Adolat.
9. Navoiy, A. (2003). *Polnyy sbornik proizvedeniy*. 20-tom. (p.506). Tashkent: Izdatel'stvo "Fan".
10. Khurramova, B. (2017). *Stsenicheskaya interpretatsiya istoricheskoy dramy*. (p.124). S.

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: 19.03.2019 <http://T-Science.org>

SECTION 20. Medicine

UDC: 613.6:615.9

QR – Issue



QR – Article



Guzal Tulkinovna Iskandarova

Doctor of Medical Sciences, professor,
Head of the department of

“Community hygiene and occupational health”,
Tashkent Medical Academy, Tashkent

guzaltulkinovna@mail.ru

Madina Aladdinovna Shakhmurova

Student of Medical prophylactic faculty,
Tashkent Medical Academy, Tashkent

shga2065@yandex.ru

TOXICOLOGICAL CHARACTERISTICS AND LIMITLY - PERMISSABLE CONCENTRATION IN WATER OF RESERVOIRS OF THE FUNGICIDE KRESOXIN

Abstract: *the fungicide according to the parameters of acute toxicity belongs to the IV class of danger, causes weak irritation of the mucous membranes of eyes; does not irritate the skin. Preparation has a weak cumulating of a functional nature. The limit of permissible concentration of the preparation in the water of reservoirs is 0.01 mg / l.*

Key words: *toxicity, dose, concentration, water of reservoirs, skin, mucous membranes of the eyes, experimental animals.*

Language: *English*

Citation: Iskandarova, G. T., & Shakhmurova, M. A. (2019). Toxicological characteristics and limitly - permissible concentration in water of reservoirs of the fungicide Kresoxin. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 189-191.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-17> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.17>

Introduction

The discovery of pesticides is an eminent of modern science. Their use helps to prevent crop losses from pests, diseases and weeds [10]. However, pesticides, being in nature as biologically active matters, can affect to human health [5,7].

Kresoxin 50% w.s.g. (water-soluble granules) - fungicide, bactericide, it is an effective under applying on wet foliage against scab, powdery mildew of soot fungi. Aggregate state - granules, dark - brown of color, with a weak-sulfuric smell.

In accordance with the law of the Republic of Uzbekistan “On the sanitary-epidemiological well-being of the population”, in the article of 21 was shown, that all chemical matters are allowed to be imported and produced after toxicological and hygienic assessment [1].

Materials and methods.

The study of the toxicological evaluation of the preparation was carried out in accordance with the “Methodology of complex and accelerated rationing of pesticides in the environment objects” [3]; toxicity classification was determined according to the “Hygienic classification of pesticides by toxicity and hazard” [4].

Research results.

Toxicological characteristics of the preparation: in order to establish a medium-lethal dose of the preparation, researches were conducted on white rats (2). The animals were given the preparation in doses from 3000.0 to 7000.0 mg / kg. Medium-lethal dose of the preparation was calculated by the method of least squares and it was established in the level of 6100.0 mg / kg on animal weight. In toxic doses, the clinic of intoxication was resulted in an increasing of mover activity, the animals were become wet, clustered in the corner of the cage, and there was a

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

disturbance of movement coordination and respiration. The death of animals was observed in the period of 2 days.

The study of irritant action on the mucous membranes of the eyes, research was conducted in experimental animals that in guinea pigs [6]. In the right eye of the animal, a single inoculation of the preparation in the form of gruel was held. The left eye served as a control. After injection of the preparation, it was noted scratching with paws of an experienced eye, and around the eye the wool was colored with light brown. In an hour after introduction, the following signs of irritation were noted: slight reddening of the conjunctiva, tearing. After 4 hours, the signs of irritation decreased. A day later, there were no signs of irritation. The above information allows us to conclude about slightly irritating effect of the preparation on the mucous membranes of the eyes.

We studied the skin-irritating effect of the preparation in white rats. On the shaved skin in the abdomen, we put the preparation in the form of gruel. After 4 hours of application, the preparation was washed out with running water, after which observations were made at the experimental plots. On the experimental plots of experimental rats, immediately after the removal of the preparation, there was a slight color of the experimental plots due to the color of the preparation. After 24 hours from the beginning of the experience, no signs of skin irritation were noted, this indicates that the preparation does not cause skin irritation.

The cumulative properties of the preparation were studied in the condition of a sub-acute experiment. The experiment was carried out on white rats, by weight of 150-170 grams, both genders, which were divided into 2 groups. The first group received the preparation in a dose of 1/10 LD₅₀, the second group served as a control. During the experiment, we conducted observation for the state and death of animals, and at the same time we studied the biochemical blood indicators. On the base of received data, it can be concluded that the preparation has a weak functional cumulating.

The study of the chronic toxicity of the preparation, by using the methods of mathematical modeling, it was allowed to establish the threshold and maximum inactive doses of the preparation at level of 15.0 and 1.5 mg / kg. On the base of maximal - inactive doses, the allowable daily dose for a human at the level of 3.0 mg / human / day has been calculated and scientifically based.

Many chemicals of applying in agriculture, when released into the water, the organoleptic properties of water can be worsening by giving it an unpleasant smell and taste [8.9].

It is established, that the preparation gives a specific smell, taste and color (light brown color), when it released into the water. The study of the

effect of the preparation on the organoleptic properties of water, it was carried out with concentrations from 0.1 to 10.0 mg / l. According to the majority of odorants, the smell perception of threshold (1 point) is equal to 0.5 mg / l under 20 ° C; the practical threshold is 1.0 mg / l. The results of statistical processing showed that the threshold perception of smell is 0.40 mg / l; the practical limit is 0.80 mg / l. The results of the conducted experiment showed that threshold sensation of the taste according to the majority of tasters is at a level of 1.0 mg / l, a practical limit is 2.0 mg / l. We should give attention, that preparation gives a brown color in the water, by setting of the threshold concentration on the influence to the color of water, we performed by consecutive dilutions of the initial solutions with different concentrations of the substance. By dilution, the concentration of the preparation was established, which did not give a color in the water that was visible in the column with a height of 10-20 cm (using the Genera cylinders), which turned out to be equal to 0.01 mg / l.

Thus, the study of the influence of the preparation to the organoleptic properties of water, it was established that the limiting sign of harm is the influence of the preparation to the color of water; the threshold is about 0.01 mg / l.

Under the studying of the preparation influence to the dynamics of BOD (biochemical oxygen demand) series of experiments with concentrations of 0.01; 0.1 and 1.0 mg / l were conducted. A concentration of 0.01 mg / l did not cause changes in the BOD, and a concentration of 0.1 mg / l caused an increase in BOD by 10-14%, which was adopted for the threshold on influence to BOD. At the above concentrations, we studied the influence of the preparation on the processes of the second phase of mineralization, the pH of the water, and the death of the saprophytic flora. It was established that the preparation does not show a significant influence to the processes of ammonification and nitrification, as well as to the dynamics of the development and dying off saprophytic flora, in a threshold concentration on the influence to the biochemical oxygen consumption.

Thus, on the basis of the conducted researches, taking into account the data of the sanitary-toxicological experiment, the LPC of the preparation in the water of reservoirs at the level of 0.01 mg / l is recommended (the limiting sign of harm is organoleptic).

Conclusion

On the basis of conducted experimental researches, it was established: Kresoksin 50% w.s.g.

Research was established: according to the parameters of acute toxicity, the preparation belongs to the IV hazard class (according to SanRaR (sanitary rules and regulations) No. 0213-06), under

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

eye contact, it causes weak irritation of mucous membranes of the eyes; does not irritate the skin. The preparation has a weak cumulation of a functional nature. As a result of experiments on the study of chronic toxicity of the preparation, the threshold and maximal-inactive doses were established on the basis of which the permissible daily dose for a human at the level of 3.0 mg / human / day was calculated and scientifically based.

The complex of research allowed to recommend the hygienic standards and regulations for the use of the preparation: the LPC of the preparation in the water of reservoirs is 0.01 mg / l, the LPC of the preparation in atmosphere air is 0.5 mg / m³, the LPC

of the preparation in air of the working area is 5.0 mg / m³, maximum allowable level in apples is 0.05, EPC (estimated permissible concentration) in the soil is 0.7 mg / kg. Sanitary - protective zone is 100 meters. Time of work is 5 days.

Thus, the fungicide Kresoxin 50% w.s.g., that it can be recommended for use in agriculture of the Republic with the obligatory observance; and it involves all precautionary measures, when we work with pesticides; consumption rates and developed hygienic standards and regulations for safe use are demanded.

References:

1. (2015). *The Law of the Republic of Uzbekistan "On the sanitary and epidemiological well-being of the population."* (p.21). Tashkent.
2. (2010). *Occupational health: a textbook.* In ed. Acad. RAMS, prof. N.F. Izmerov, prof. V.F. Kirillova (Eds.). (p.455). Moscow: GEOTAR - Media.
3. Iskandarov, T. I., Romanova, L. K., & Iskandarova, G. T. (2014). Methodology of integrated and accelerated rationing of pesticides in environmental objects. *Methodological manual No. 8n-p / 195-Tashkent*, p.120.
4. (2015). *Hygienic classification of pesticides by toxicity and danger.* (p.14). Tashkent: SanRaR.
5. Iskandarov, T. I., Romanova, L. K., & Iskandarova, G. T. (2014). *Complex regulation of pesticides in environmental objects and their hygienic standards.* Monograph. (p.174). Tashkent.
6. Lepeshko, P. N., & Bondarenko, L. M. (2017). *Toxicological and hygienic assessment of new chemical substances introduced into the production: Training method. Manual.* (p.55). Minsk.
7. Prodanchuk, N. G., & Medved, L. I. (2006). To the validity of the use of the MPC concept of harmful chemicals in the implementation of state sanitary and epidemiological surveillance of environmental and food quality. *Modern problems of toxicology, № 4*, 4-10.
8. Aleshnya, V. V., Zhuravlev, P. V., & Panasovets, O. P. (2016). Study in the experimental conditions of the action of pesticides on microorganisms that characterize the sanitary and epidemiological safety of the reservoir. *Hygiene and sanitation, №8*, 782-785.
9. Burlibaev, M. (2016). A significant contribution to the science of aquatic toxicology of Kazakhstan. *Hydrometeorology and ecology. - 2016. -Number 3*, 181-184.
10. Prodanchuk, N. G., & Medved, L. I. (2006). To the validity of the use of the MPC concept of harmful chemicals in the implementation of state sanitary and epidemiological surveillance of environmental and food quality. *Modern problems of toxicology, № 4*, 4-10.

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

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

Contents

		p.
14.	Blagorodov, A. A., Bordukh, D. O., Kopylova, A. V., Smolina, D. S., Prokhorov, V. T., & Mishin, Y. D. Methodological bases of quality management of digital production of defect-free and import-substituting true for users of the SFD and SKFO (2 message).	101-145
15.	Blagorodov, A. A., Bordukh, D. O., Kopylova, A. V., Smolina, D. S., Prokhorov, V. T., & Mishin, Y. D. Methodological bases of quality management of digital production of defect-free and import-substituting true for users of the SFD and SKFO (3 message).	146-183
16.	Tursunqulova, S. T. The nonliness features of art and literary esthetic work in the formation of human mind.	184-188
17.	Iskandarova, G. T., & Shakhmurova, M. A. Toxicological characteristics and limitly -permissable concentration in water of reservoirs of the fungicide Kresoxin.	189-191

Impact Factor:	ISRA (India) = 3.117	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
	ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHHQ (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

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

**Scientific publication**

«ISJ Theoretical & Applied Science, USA» - Международный научный журнал зарегистрированный во Франции, и выходящий в электронном и печатном формате. **Препринт** журнала публикуется на сайте по мере поступления статей.

Все поданные авторами статьи в течении 1-го дня размещаются на сайте <http://T-Science.org>.

Печатный экземпляр рассылается авторам в течение 2-4 дней после 30 числа каждого месяца.

Импакт фактор журнала

Impact Factor	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Impact Factor JIF		1.500					
Impact Factor ISRA (India)		1.344				3.117	
Impact Factor ISI (Dubai, UAE) based on International Citation Report (ICR)	0.307	0.829					
Impact Factor GIF (Australia)	0.356	0.453	0.564				
Impact Factor SIS (USA)	0.438	0.912					
Impact Factor ПИИЦ (Russia)		0.179	0.224	0.207	0.156		
Impact Factor ESJI (KZ) based on Eurasian Citation Report (ECR)		1.042	1.950	3.860	4.102	6.015	8.716
Impact Factor SJIF (Morocco)		2.031				5.667	
Impact Factor ICV (Poland)		6.630					
Impact Factor PIF (India)		1.619	1.940				
Impact Factor IBI (India)			4.260				
Impact Factor OAJI (USA)						0.350	

Impact Factor:

ISRA (India) = 3.117	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHHC (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

INDEXING METADATA OF ARTICLES IN SCIENTOMETRIC BASES:



International Scientific Indexing ISI (Dubai, UAE)
<http://isindexing.com/isi/journaldetails.php?id=327>



Research Bible (Japan)
<http://journalseeker.researchbib.com/?action=viewJournalDetails&issn=23084944&uid=rd1775>



ПИИЦ (Russia)
<http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1246197>



Türk eğitim indeksi

Turk Egitim Indeksi (Turkey)
<http://www.turkegitimindeksi.com/Journals.aspx?ID=149>



DOI (USA)
<http://www.doi.org>



Open Academic Journals Index (Russia)
<http://oaji.net/journal-detail.html?number=679>



Japan Link Center (Japan) <https://japanlinkcenter.org>



Kudos Innovations, Ltd. (USA)
<https://www.growkudos.com>



Cl.An. // THOMSON REUTERS, EndNote (USA)
<https://www.myendnoteweb.com/EndNoteWeb.html>



Scientific Object Identifier (SOI)
<http://s-o-i.org/>



Google Scholar (USA)
http://scholar.google.ru/scholar?q=Theoretical+science.org&btnG=&hl=ru&as_sdt=0%2C5



Directory of abstract indexing for Journals
<http://www.daij.org/journal-detail.php?jid=94>



CrossRef (USA)
<http://doi.crossref.org>



Collective IP (USA)
<https://www.collectiveip.com/>



PFTS Europe/Rebus:list (United Kingdom)
<http://www.rebuslist.com>



Korean Federation of Science and Technology Societies (Korea)
<http://www.kofst.or.kr>

Impact Factor:

ISRA (India)	= 3.117	SIS (USA)	= 0.912	ICV (Poland)	= 6.630
ISI (Dubai, UAE)	= 0.829	PIIHQ (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



AcademicKeys (Connecticut, USA)
http://sciences.academickeys.com/jour_main.php



Cl.An. // THOMSON REUTERS, ResearcherID (USA)
<http://www.researcherid.com/rid/N-7988-2013>



RedLink (Canada)
<https://www.redlink.com/>



TDNet
Library & Information Center Solutions (USA)
<http://www.tdnet.io/>



RefME (USA & UK)
<https://www.refme.com>



Sherpa Romeo (United Kingdom)
<http://www.sherpa.ac.uk/romeo/search.php?source=journals&sourceid=28772>



Cl.An. // THOMSON REUTERS, ORCID (USA)
<http://orcid.org/0000-0002-7689-4157>



Yewno (USA & UK)
<http://yewno.com/>



Stratified Medical Ltd. (London, United Kingdom)
<http://www.stratifiedmedical.com/>

THE SCIENTIFIC JOURNAL IS INDEXED IN SCIENTOMETRIC BASES:



Advanced Sciences Index (Germany)
<http://journal-index.org/>



Global Impact Factor (Australia)
<http://globalimpactfactor.com/?type=issn&s=2308-4944&submit=Submit>



SCIENTIFIC INDEXING SERVICE (USA)
<http://sindexs.org/JournalList.aspx?ID=202>



International Society for Research Activity (India)
<http://www.israjif.org/single.php?did=2308-4944>

Impact Factor:

ISRA (India) = 3.117	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHИЦ (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



CiteFactor (USA) Directory Indexing of International Research Journals

<http://www.citefactor.org/journal/index/11362/theoretical-applied-science>



International Institute of Organized Research (India)

<http://www.i2or.com/indexed-journals.html>



JIFACTOR

JIFACTOR

http://www.jifactor.org/journal_view.php?journal_id=2073



Journal Index

<http://journalindex.net/?qi=Theoretical+%26+Applied+Science>



Eurasian Scientific Journal Index (Kazakhstan)

<http://esjindex.org/search.php?id=1>



Open Access JOURNALS

Open Access Journals

<http://www.oajournals.info/>



SJIF Impact Factor (Morocco)

<http://sjifactor.inno-space.net/passport.php?id=18062>



Indian Citation Index

Indian citation index (India)

<http://www.indiancitationindex.com/>



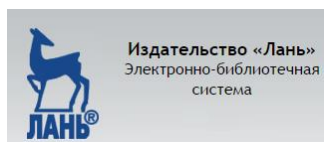
InfoBase Index (India)

<http://infobaseindex.com>



Index Copernicus International (Warsaw, Poland)

<http://journals.indexcopernicus.com/masterlist.php?q=2308-4944>



Электронно-библиотечная система «Издательства «Лань» (Russia)

<http://e.lanbook.com/journal/>

Impact Factor:	ISRA (India) = 3.117	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
	ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHHQ (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

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

Signed in print: 30.03.2019. Size 60x84 $\frac{1}{8}$
«Theoretical & Applied Science» (USA, Sweden, KZ)
Scientific publication, p.sh. 43.75. Edition of 90 copies.
<http://T-Science.org> E-mail: T-Science@mail.ru

Printed «Theoretical & Applied Science»