

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



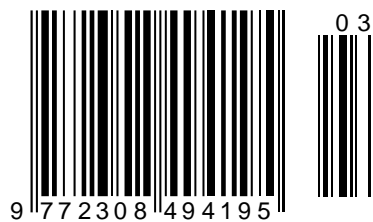
Impact Factor ICV = 6.630

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

UDC 685. 74 519. 37.

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, Professor
the department "Designing, technology and design",
ISOP (f) DGTU, Shakhty
prohorov@sssu.ru

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

MANAGEMENT FEATURES QUALITY OF DIGITAL DEFECT-FREE PRODUCTION OF IMPORT-SUBSTITUTING PRODUCTS FOR CONSUMERS IN THE REGIONS OF SFD AND SCFO (1 MESSAGE)

Abstract: in the message 1 the possibilities of production of competitive and demanded production which are possible only in the presence of the heads professionally prepared and politically responsible for results of the activity are considered. The authors reasonably believe that the political responsibility of the heads of light industry enterprises is the highest measure of expression of their professionalism. But at the same time, I would like to note that their failure to fulfill political promises and statements is evidence of either their inability to engage in economic policy, or the use of political governance is carried out in their personal interests, alien to the interests of society, provoking the impoverishment of the people, characterizing the immorality of leaders, which, of course, is

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

unacceptable. And it is clear that there are no objective reasons that would justify the decline in production in light industry, so the results of the assessment of economic policy should be either useful or harmful – it should always be axiomatic. If this does not happen, then something in this very economic policy is not a professional decision, actions are harmful to society and timely adjustments are necessary. The authors recommend the market to revise the concept of the formation of its demand and import-substituting goods, taking into account their attractiveness. This concept will fully comply with the consumer's desire to satisfy their desire and desire to make a purchase, taking into account their social status, providing manufacturers with the sale of their products in full and guaranteeing businesses sustainable TPE of their activities.

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). Management features quality of digital defect-free production of import-substituting products for consumers in the regions of SFD and SCFO (1 message). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 201-247.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-18> **Doi:** [crossref https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.18](https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.18)

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЦИФРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА БЕЗДЕФЕКТНОЙ ИМПОРТОЗАМЕЩАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕГИОНОВ ЮФО И СКФО (СООБЩЕНИЕ 1)

Аннотация: в сообщении 1 рассмотрены возможности производства конкурентоспособной и востребованной продукции, которые возможны лишь при наличии руководителей, профессионально подготовленных и политически ответственных за результаты своей деятельности. Авторы обоснованно считают, что в политической ответственности руководителей предприятий лёгкой промышленности и есть высшая мера выражения их профессионализма. Но при этом хотелось отметить, что невыполнение ими политических обещаний и заявлений – это свидетельство либо их неспособности заниматься экономической политикой, либо использование политического управления осуществляется ими в личных интересах, чуждых интересам общества, провоцирующие обнищание народа, характеризующие безнравственность руководителей, что, конечно, недопустимо. И понятно, что нет таких объективных причин, которые оправдали бы спад производства в лёгкой промышленности, поэтому результаты оценки экономической политики должны быть либо полезными, либо вредными – это должно быть всегда аксиомой. Если этого не происходит, значит что-то в этой самой экономической политике не профессиональное решение, действия вредны для общества и необходимы своевременные коррективы. Авторы рекомендуют рынку пересмотреть концепцию по формированию его востребованными и импортозамещаемыми товарами с учетом их привлекательности. Такое понятие в полной мере будет соответствовать желанию потребителя удовлетворить свое стремление и желание совершить покупку с учетом своего социального статуса, обеспечивая производителям реализацию изготовленной ими продукции в полном объеме и гарантируя предприятиям устойчивые ТЭП их деятельности.

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

Введение

Характерные признаки современной мировой экономики – нестабильное производство и нестабильный спрос. Традиционно принято считать, что первое определяется вторым. Это и легло «краеугольным камнем» в фундамент экономической теории, сменившей классическую политэкономию. Согласно доминирующим экономическим представлениям XX века локомотивом развития является спрос на товары, т.е. не производство, а рынок движет экономику. Знаменитую формулу К. Маркса – одного из столпов классической политической экономики – Т–Д–Т сегодня воспринимают локально, т.е. так, как она выглядит в итоговом выражении:

реализация товаров зависит от количества денег, вращающихся на рынке, иначе говоря, реальной покупательной способности потребителей. От полученной продавцом выручки, в свою очередь, зависит количество и качество новой партии товаров – перспектива производства.

Рынок должен стремиться быть самодостаточным. Для нормального функционирования ему требуется максимальная свобода. Идея основоположника классической политической экономии А. Смита о необходимости свободы деятельности производителя товара в новейшей – неклассической экономической теории трансформировалась в положение о свободе

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

рынка в соответствии со смещением идеологических приоритетов с производства на распределение.

А. Смит был, безусловно, прав в борьбе за свободу товаропроизводителя, свобода же рынка далеко не тождественна свободе того, кто создает реальное богатство человечества. В условиях полной свободы самодвижение рынка, начиная с масштабов региона, обречено на нестабильность. В отличие от производителей, имеющих возможность вступать в реальные кооперативные отношения и регулировать производство товаров по ассортименту, количеству, ценовой линейке и другим параметрам, продавцы, большинство среди которых перепродавцы, посредники, спекулянты, интересами производства кровно не обременены. Они давно стали продавцами профессионалами, перекупщиками. Им все равно, что продавать, главное получить хорошие и быстрые деньги. Будущее конкретного производства их абсолютно не волнует.[1]

Порочность того рынка, с которым мы имеем дело в России, заключается в следующем: вместо того, чтобы обеспечивать нормальные возможности взаимодействия покупателя с производителем (через товар и демонстрацию культуры его производства), наш рынок «разводит» основных рыночных субъектов, абсолютизируя фигуру посредника, как правило, незаинтересованного в судьбе производителя. Создается впечатление, что рынок и существует, чтобы покупатель «не парился» интересами и реальной культурой конкретного производителя, вполне достаточно бытия коммерсанта, кстати говоря, по существу, мало за что отвечающего.

«Свобода производителя» и «свобода организации коммерческой деятельности» (формально-юридические, финансовые и узко организационные инструменты контроля последней к нашей проблеме отношения не имеют, на достижение устойчивости производства, стабилизации финансовых потоков, взаимной удовлетворенности производителя и потребителя они существенно не влияют) – свободы принципиально разного порядка. Государство не должно рассматривать рынок только как источник налоговых поступлений, условие здорового образа жизни и безопасности потребления.

Рынок – звено нормального развития регионального и национального производства. Именно эта функция рынка должна быть записана первой строкой во всех документах государственной экономической политики. Саму же экономическую деятельность нужно выстроить в форме политики, нацеленной на последовательную защиту интересов производителей, причем не столько от иностранных конкурентов, сколько от земляков-

чиновников и всевозможного рода приспособившихся к практике чиновников, легализовавшихся с помощью чиновников, криминальных организаций.

Фантазия неугомонного товарища Бендера ограничилась четырьмя способами обойти статьи уголовного кодекса. Сколько подобных способов есть сейчас, вряд ли кто возьмется сосчитать. Самое же печальное заключается в том, что сегодня не нужны незаурядные творческие способности Остапа Ибрагимовича, поэтому и развелось мошенников значительно больше, чем производителей товара. Антигерой Ильфа и Петрова понимал бесперспективность быть миллионером в своей стране, бежал в Румынию и на границе потерял миллион. Для нынешних миллионеров эпизод с переходом границы и ограблением предприимчивого «сына» лейтенанта Шмидта – самое смешное место в романе.

Исторические параллели условны, однако поучительны. Повторять историю бессмысленно, из истории разумно извлекать уроки, учиться на историческом опыте, преимущественно национальном, не брезгуя и прошлой практикой других народов. Как никогда, в XXI веке актуален опыт Петра I. Петр получил прибавление «Великий», разрулив не менее сложную ситуацию, сложившуюся в стране к концу XVII столетия.

Западные границы России, для европейцев той эпохи, были рубежом, где заканчивалась цивилизация и начиналось варварство. Примерно так, за две тысячи лет до этого, греки и римляне рассматривали свои границы на севере, западе и востоке. В упадке оказалось практически все: просвещение, образование, наука, промышленность, сельское хозяйство, строительство. Рассуждения деятелей церкви, внушавших, что судьба Руси быть «третьим Римом», мало кому о чем-то говорили. Да и быть «третьим Римом», унаследовав увядшее величие Византии, представлялось не слишком заманчивой перспективой. Византия стала ординарным оплотом православия и, под влиянием церкви, избирательно относилась к научным и философским приобретениям Античности. В культуре Византии смешались идеи Аристотеля, средневековой патристики и схоластики. Понимание науки, формировавшееся в Западной Европе в XVI – XVII веках, византийские наследники решительно отвергали.

Ориентация на Византию была разумна в VIII – X столетиях. Принятие христианства и союз с могущественным покровителем способствовали интеграции славян, формированию Руси как единого государства. Тогда такой альянс был прогрессивным во всех аспектах культурного развития.

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

Петр принял Русь в состоянии крайней отсталости, Европа с ускорением уходила вперед, оставляя Руси азиатскую участь. Величие Петра, в отличие от современных ему политиков и духовных лидеров, проявилось не в больших страданиях и молитвах, а в умении разобраться в хитросплетениях реального бытия, выделить и взять под личный контроль узловые звенья социально-экономической цепи событий – прошлых и настоящих. Он правильно оценил ситуацию, акцентировав усилия на экономическом возрождении страны, по существу, принялся строить новую экономику. Экономическое строительство показало ему дефицит просвещения и образования, общей культурной составляющей. Петр развернул культурную «революцию».

Радикальные культурные новации не понравились церкви. Петр и здесь проявил характер. Он не стал никого уговаривать и ни к кому приспособливаться. Царь возложил на себя сан патриарха.

Политика не может быть эффективной, если она будет только приспособливаться к особенностям экономики и культуры. Политика во всем должна быть локомотивом, действовать впереди, направлять. Для политики смертельно сопровождать социально-экономическое движение.

Идеологи Запада лукавят, изображая государство посредником между производством и потреблением. Они утверждают, что задача политики обеспечить социальную справедливость распределения национального богатства, государству не следует вмешиваться в экономическое движение – оно самодостаточно. Ложь подобных лоббистских концепций становится очевидной в период кризисов. Как только начинается рецессия, спад производства, растут долги, образуется дефицит ликвидности, производители, особенно финансовые посредники, прямым ходом идут за помощью к государству и первыми ее получают.

Петр управлял страной с помощью указов. Сочинял текст указов, как правило, сам, обязательно объясняя какую именно цель имеет данный указ, как его нужно исполнять и что ожидает тех, кто не исполнит. А.С. Пушкин, изучавший архив Петра I, подметил, что указы нередко были не до конца продуманными, плодом экспромта. Великий поэт и мыслитель по-своему прав, с оговоркой, что Пушкин не был великим государем. Петр вынужден был быть оперативно жестоким. Он отвечал за судьбу Отечества. Тому, кто взял на себя такую участь, нельзя беспрестанно оглядываться на действующие законы и бояться не вписаться в их букву.

Исторические маршруты не господь бог прокладывает, они не разработаны априорно, их приходится прокладывать, осваивая новое историческое пространство. Путешественник-профессионал не прячется за законы природы, исследуя неизведанное. И в политике следует проявлять новаторский подход, совершенствовать узаконенный порядок вещей. Законы – не абсолютны, они отражают обобщенную в юридических понятиях реальность. Политика же – искусство управлять исторически конкретной, меняющейся во времени, реальностью. Здесь важно ситуационное, проблемное мышление. Сознывая, что построить новую промышленность, активировать сельскохозяйственное производство без свободного доступа к морским перевозкам нельзя, первый российский император прибег к крайним мерам. В наше время такой необходимости – спасибо Петру I – нет, что облегчает участь политиков, не снижая уровень ответственности действий, их инновационности. [2-3]

Проще всего списывать кризис традиционных для России производств на нестабильность и переходный экономический процесс. Переходный период, явно затянувшийся из-за невнятной политики, когда-то завершится. Что же касается нестабильности, то политиков ждет разочарование. По всей вероятности, цикличность кризисов, открытую и объясненную К. Марксом, капитализм оставил в прошлом. Современные кризисы свидетельствуют не столько об особенностях динамики промышленно развитых стран, сколько о кризисе самой системы буржуазного способа производства и слабости общественной надстройки взять под контроль нарастающие негативные тенденции.

Отделение финансов от реального производства, абсолютизация свободы финансового капитала, концентрация финансовых потоков ведут развитие в тупик, обуславливают анархию, провоцируемую биржевыми спекуляциями. Нестабильность делается устойчивым, общим признаком и в пору говорить о характере нестабильности, который, как и все, изменчив, надеяться, что нестабильность не станет галопировать.

Значительная часть традиционных российских промыслов сложилась в Нечерноземье, прежде всего вокруг Москвы. География истории легкой промышленности объяснима. Был устойчивый рынок сбыта и не было дефицита в работниках, а талантом господь россиян не обделил. За двадцать лет возвращения к капитализму веками совершенствовавшиеся производства либо уже утрачены, либо доживают, потеряв надежду.[4]

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

Никто из политиков не «бьет в колокола», что умирают не фабрики, мастерские, цеха, – рушится пласт национальной трудовой культуры. Кузнецовский фарфор, Ивановский текстиль, Костромские кружева, Палех, Мстера, Холуй, Федоскино, Жостково, Гусь-Хрустальный, Дымково, Хохлома – все это делало нас русскими. Обувь шить можно где угодно, например, в Китае, одежду – в Киргизии и в том же Китае. Но есть немало бытовых изделий, которые выросли в культуру народа, придумавшего их. Их оригинальность неповторима.

Разговоры о дешевой рабочей силе в Китае – очередной миф. В нестоличной России зарабатывают не больше, чем в КНР рядовые граждане. Суть – в организации производства, в экономической политике. В Китайской народной республике действительно на первом месте находятся интересы народа и страны. Экономическая деятельность в Китае имеет четкий ориентир и ориентир этот политический. В РФ экономическая выгода возведена в абсолютный критерий, что абсурдно, ибо экономика не является целью социального развития, она всего лишь средство этого развития. В Китае производитель максимально защищен от «наездов», «крышей» ему служит закон; порядок сношения с покупателем (заказчиком) предельно упрощен, что существенно сокращает время сделки и исполнения заказа, минимизирует непроизводственные затраты; отношения на рынке приближены к нормальным условиям его функционирования.

Российские законы регулируют рыночное пространство. Рыночное пространство – формализованная юридически реальность, выстроенная условно по формуле «так должно быть», а это совсем не значит, что так оно есть и будет. Действительная рыночная реальность выстраивается в качестве среды взаимообусловленного сосуществования производителя, продавца (если им не выступает сам производитель) и покупателя – потребителя (включение перекупщика крайне нежелательно).

Россия всегда была сильна духом своих провинций. Столицы аккумулируют духовные силы окраин. Именно эти силы, как родники и малые реки, рождают большие. Нынешний расцвет Москвы и Петербурга не должен вводить в заблуждение. Реальная жизнь продолжается на просторах страны. 130 миллионов россиян по-прежнему живут и работают там, где сосредоточена наша реальная народная сила. Что вселяет оптимизм? Сила характера людей. Ж.И. Алферова иностранные коллеги-ученые спросили: «Вы оптимист?» Он ответил: «Да, и мой оптимизм непобедим». «Почему?» – был следующий вопрос.

«Потому, объяснил известный физик, что вокруг меня все больше оптимистов. Пессимисты перебрались в ваши страны. С чем вас и поздравляю».

Власть не хочет видеть специфику российской модели нестабильного спроса на продукцию массового потребления: обувь, одежду, продукты питания, мебель, предметы бытовой необходимости. В Европе, США, Канаде во время кризиса снижается покупательская способность основной части населения и соответственно вниз идут цены на товары, компенсируя, хотя бы отчасти, удовлетворение необходимых жизненных потребностей. Динамика цен на товары народного спроса у нас всегда направлена в одну сторону – повышения. Колебания, конечно, наблюдаются, только заметны они в официальной статистике. Нормальный рынок не может изменяться независимо от состояния производства и потребления.

Российский рынок реагирует на изменение валютного курса, но опять-таки исключительно в плане роста цен. Создается впечатление, что рынком управляют «кукловоды». Версия не бесспорная, тем не менее, логически вполне допустимая. Власть активности не проявляет, объясняя тем, что стремление использовать регулятивные механизмы неизбежно приведет к обеднению рынка, дефициту товаров. На естественный вопрос: куда они денутся? Ответа нет. Действительно, попробуйте пояснить, куда уйдут с российского рынка китайские, турецкие, латино-американские товары, продукция Польши, Венгрии, Украины, Молдовы, Азербайджана, Узбекистана, Прибалтики? Кому еще они нужны?

Нам же нужна защита собственных производителей, кормящих, обувающих, одевающих нас. Россияне еще в последнее десятилетие прошлого века поняли преимущества отечественных пищевых продуктов. На очереди – качество товаров легкой промышленности. И государство может способствовать устойчивому появлению их на прилавках магазинов. Что нужно для этого сделать? Разработать конкретную программу и жестко следить за ее реализацией чиновниками.

Программа возвращения на рынок российских производителей должна предусмотреть встречные шаги государства и предприятий. Возвращаться к тому, что и как шили прежде, бессмысленно. Требуется внутренняя перестройка производства, и рынок ее начинает ощущать. В России появились обувные и швейные предприятия, поставляющие продукцию вполне конкурентоспособную. Покупатель, правда, пока больше удивлен,

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

обнаруживая такие товары. Тем не менее, процесс пошел и его необходимо раскручивать.

Разумеется, речь не идет о дополнительном финансировании отрасли. «Отрасль» – понятие собирательное, обобщающее не достижения в ассортименте, дизайнерском искусстве, качестве, колорите. Под общее понятие попадают все производители определенной продукции. И те, кто стремится модернизировать производство, и те, кто рассчитывает не на свои силы, привык просить помощи у государства. Дополнительную финансовую помощь заслужили только новаторы, она действенна в адресном исполнении. Надо помогать сохранить традиционные народные промыслы. Они технически и технологически консервативны, инновационная деятельность здесь ограничена.

Правительство откликнулось на обращение о помощи ВАЗа, петербургских, уральских, дальневосточных предприятий, ссылаясь на их градообразующее и национальное значение. Все правильно, кроме одного, – о каком патриотизме, какой национальной гордости можно говорить, если россиянин будет одет и обут иностранными производителями, кормить и поить его также будут иностранцы. Великая держава начинается с малого – с осознания, что мы можем обычные для быта вещи делать сами не хуже кого-либо. Нас окружают мелочи, они во всем, и значение их не всегда видно в полной мере, но именно они создают наше настроение.

Устаревшую вазовскую продукцию обменивали на новые машины, государство субсидировало обмен. Старый костюм не сдашь в обмен на новый, и обувь, не способную удовлетворять требованиям, не отнесешь назад на фабрику. Есть иной вариант – государство способно компенсировать покупателю отечественной швейной и обувной продукции, предположим, 15 – 20 % цены. Такая конкретная форма протекционизма повернет покупателя лицом к отечественным товарам, поможет ускорить сбыт продукции.

Не секрет, что российский потребитель обувной продукции, в отличие от производителя, рассчитывает пронести приобретенный товар не один и не два сезона. Изделиям потребуются обновление, ремонт. Почему бы, по примеру фирменных СТО, не организовать фирменную сеть по сопровождению эксплуатации обуви и одежды. Ремонт был бы дешевле и качественнее. Не менее важно и то, что такое обслуживание способствовало бы укреплению репутации производителя. Среднестатистический

покупатель, приобретая отечественные туфли за 1500 – 2000 рублей, естественно, думает о том, что носить он будет их долго. Выбор адресов ремонта у него невелик: сделать самому, сходить к сапожнику-кустарю или в фирменную

мастерскую. Мастерские целесообразно делать консолидированными, так будет менее затратно.[5]

Государство должно взять на себя и львиную долю расходов на организацию экономического и производственного ликбеза. Фирменная зарубежная обувь не стоит заявленной цены, поэтому так легко продавцы проводят различного рода акции, уценку. Не посвященный в хитросплетения рынка покупатель наивно полагает, что разница в цене пропорциональна разнице в качестве товара и копит деньги, берет кредит, чтобы не ошибиться с выбором, реклама постоянно напоминает ему – «скупой платит дважды!» Рядом с брендовыми туфлями стоят модные, пошитые из натуральной кожи, со вкусом отделанные российские изделия, цена которых в полтора-два раза ниже, но кто бы объяснил, что они столь же качественны. Напротив, рекламная политика, оплачиваемая брендовыми компаниями, целенаправленно создает представление о невозможности производить на российских предприятиях качественных современных товаров.

На телевидении заработала программа «Среда обитания», развенчивающая мифы о полезности зарубежных продуктов. Нужна такая же программа, посвященная качеству продукции легкой промышленности. Роспотребнадзор регулярно ограничивает ввоз продуктов питания на территорию страны по причине превышения предельно допустимых норм содержания вредных, либо опасных для здоровья ингредиентов. Об опасности обуви и одежды, произведенной в Китае, Турции сообщают эпизодически в связи с какими-либо происшествиями резонансного характера. Невольно зарождается подозрение о странностях подобной политики. Кому-то выгодно выгораживать основных конкурентов отечественных производителей. Лоббирование в России узаконено и сделалось неплохим бизнесом для чиновников, прикрывающихся мировой практикой.

Разрозненным и еще слабым предприятиям сложно противостоять масштабной, хорошо отработанной политике, облегчающей оккупацию российского рынка чужеземными производителями. Этому способствует и отмена обязательности сертификации товара. Мера, вероятно, подходящая для Западной Европы с ее культурой потребления, но только не для России, заваленной контрафактной продукцией наиболее проблемных производителей. Ждать спада рыночного напряжения не приходится, чтобы отвоевать себе место на рынке, обрести устойчивость, нужно действовать напористо и комплексно, возрождать былой советский опыт организации работы с потенциальным

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

потребителем. Благо что развитие экономики открывает перспективу для такого рода деятельности.

Практика эффективна, когда ее путь освящает теория. На первый взгляд, обращение к теории в условиях анархии, творящейся на рынке, не совсем своевременно. На пожаре нужно тушить, а не рассуждать. Смотри, каков пожар. Иногда актуально и подумать, как следует действовать, разработать план, определить возможные сюжеты развития процесса. Что же касается завоевания рынка, то здесь без системного осмысления ситуации действовать никак нельзя. Получится слишком примитивно и неэффективно.

Экономика XX столетия сформировалась как экономика массового производства. Организация массового производства явилась выдающимся достижением, обеспечившим доступ к материальным благам значительной части человечества – товаров стало много, они сделались дешевыми. Но массовое производство актуализировало проблему качества произведенного товара.

Рост благосостояния, развитие образования, культурный прогресс, увеличивающийся технический ассортимент продукции закономерно сместили интерес потребителей в направлении качества предлагаемых на рынке изделий. Проблема качества из чисто производственной трансформировалась в социально-экономическую и политическую. «С помощью государственной политики, ориентированной на повышение качества, преодолевались крупномасштабные кризисы в Японии и Германии конца 40-х годов. Кризисные ситуации на рынках США и Европы, возникшие в конце 80-х – начале 90-х годов, заставили не только отдельные корпорации, но и целые страны – Швецию, Великобританию, США – обратить внимание на улучшение качества как на единственное средство, помогающее национальной экономике устоять под натиском конкурентов».

Качество – системная характеристика товара, в ней товар предстает в своем целостном выражении. В наиболее общем виде «качество» есть «то, как писал Г. Гегель, теряя что, явление перестает быть собою». Разумно предположить, что понимание качества обусловлено природой явления. Явления естественного происхождения, то есть возникающие без участия человека, всецело объективны, и качество таких явлений – исключительный результат их самодвижения.

Явления, связанные происхождением с деятельностью человека, так же качественно объективно, но объективность качества данных явлений дуалистична. К естественному основанию товара, произведенного человеком,

добавляется объективированная часть, как правило, овеществленное выражение созидательной составляющей труда – знания, соображения, чувства, навыки, одним словом, то, что в совокупности предстает в понятии квалификационный вклад субъекта труда в процесс создания из предмета товара.

Качество предмета, превращенного в товар, формируется взаимодействием естественного, гуманитарного и социального. Вследствие чего у человека появляется естественное право видеть качество товара в системе своих, человеческих, ценностей. Отсюда мы получаем возможность сделать весьма важное заключение: качество природных явлений задано, качество сотворенных товаров (изделий) выстраивается одновременно с формированием способности чувствовать качество. Воспитание качественных представлений может быть стихийным, попутным, либо направленным, модулированным. Однажды известного французского художника Э. Делакруа спросили, мог бы он грязью написать портрет Мадонны? Да, ответил он, только мне нужен соответствующий фон. Воспитание потребителя – дело не только самого потребителя. Это еще и возможность для производителя иметь своего постоянного покупателя [6].

Исследуя проблему особенностей качества товаров, мы не нашли работ, посвященных системному анализу качества – рассмотрению его в системе, связывающей производство, рынок и потребление, а именно в ней содержится возможность найти ответ на коренной вопрос: как добиться устойчивого положения в неустойчивой среде существования.

В литературе в основном рассматривается качество производства товаров. И в этом направлении теория достигла той кондиции развития, которая требуется для практического прогресса в управлении качеством. Но этого явно недостаточно, чтобы управлять деятельностью предприятий с учетом волатильности рыночной динамики.

Востребованность товара, произведенного на предприятиях легкой и пищевой промышленности (и не только!), обусловлена не только экспертной оценкой качества, сделанной производством или по его просьбе. Судьба товара решается на перекрестке интересов и финансовых возможностей трех субъектов: производителя, потребителя и рынка, связывающего первых двух. Конкретно это выглядит так: каждый решает собственную задачу, но не должен абсолютизировать свой статус, помня о своем системном положении, обязывающем действовать с оглядкой на потенциал «партнеров», – готовы ли они к предполагаемому

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

решению проблемы. Вот почему так важно сегодня опережать практические шаги взвешенными оценками сложившейся ситуации.

Производитель традиционно озабочен думою, как обеспечить предельно возможное соответствие товарной продукции модельным образцам. В условиях массового производства такая проблема достаточно затратна, так как требует организации специальной развернутой службы, а главное, – где взять значительное количество квалифицированных работников. Японцы, столкнувшись с проблемой обеспечения производства квалифицированными исполнителями, вынуждены были решать ее весьма своеобразно – на свои предприятия, расположенные в соседних государствах: Малайзии, Таиланда, Сингапура, Индонезии, поставляли самую передовую технику, чтобы свести к минимуму ручной труд. Не все готовы последовать примеру Японии.

Линейное развитие экономики наверняка привело бы в тупик – массовое производство со временем стало бы крайне затратным. Никакая комплексная механизация и автоматизация не спасли. Во-первых, сокращение персонала вызвало бы рост безработицы со всеми вытекающими социальными негативами, во-вторых, все равно нужны были бы квалифицированные работники в большом количестве.

Спасение пришло от нелинейности, заложенной в диалектику прогресса. Экономика массового производства отработала свой ресурс и, подобно очередной ступени ракеты, потеряла необходимость существования. Экономическая парадигма сменилась. Нерациональное в различных аспектах – экологическом, гуманитарном, экономическом, массовое производство уступило место «рачительной экономике» (lean production). Производство принципиально меняет цель. Традиционная задача изготовления большого числа однотипных изделий, отвечающих требованиям нормативной документации, из которых потребителю предлагается выбрать наиболее подходящие, заменяется задачей изготовления именно такого изделия, какое нужно данному потребителю и именно в требуемом объеме и в определенное время.

«Рачительная» (щадящая) экономика акцентирует внимание производителя на состоянии потребительского настроения. Производителю необходимо изучать спрос, искать свою нишу в потребительском спросе, «воспитывать» с помощью рекламы, просветительской работы, организации сервисного обслуживания своего покупателя.

Новая экономическая философия сближает производителя и потребителя, подчеркивает диалектичность их взаимоотношений – они

противоположности, но такие, которые существуют только в единстве. Изначально производитель и потребитель вообще были в одном лице. Разделение труда и повышение его производительности физически отделили одного от другого, однако суть отношений не изменилась. Рынок их противопоставил, усложнив систему пространственных отношений посредническими, транспортными и прочими инструментами. Задача, объединяющая производителя и потребителя, заключается в том, чтобы не упускать друг друга из вида, расчищать рыночные надстройки, делать себя непосредственными финансовыми партнерами, снижая финансовую нагрузку на производство.

Вместе с тем производитель и потребитель в системе рыночных отношений, порожденных товарной экономикой, противостоят один другому, поэтому их понимание качества производства, товара совпадают частично, что также важно учитывать, обустривая присутствие на рынке, надеясь закрепиться там на всю оставшуюся жизнь.

Общими признаками качества товара для производителя и потребителя будут его полезность, удобность, гигиеничность, эргономичность, устойчивость к деформации, простота в обращении, соответствие моде. Потребителя, в отличие от производителя, мало интересует качество производства товара, хотя, «раскрученный», то есть просвещенный потребитель не должен, по логике изменения вещей, совсем игнорировать технологию, организацию производства. Связь качества изделия и качества производства носит причинно-следственный характер, и это вполне доступно дилетантскому пониманию.

Со своей стороны производитель рискует оказаться не у дел, если недооценит специфику представлений о качестве товара потребителей. Э. Деминг – автор классификации «смертельных болезней» для производителя – среди семи смертей назвал под №1 «ориентирование производства на такие товары, которые не пользуются спросом на рынке», то есть не востребованы потребителем; №2 – «акцент на краткосрочные прибыли и сиюминутные выгоды». В обоих случаях производитель допускает одну и ту же методологическую ошибку – он изымает свою деятельность из системы взаимоотношений, «свой участок» делает всеобщим, за что и расплачивается полной мерой.

Представление потребителя о качестве товара потребления менее объективно, в сравнении с пониманием производителя. Добросовестный производитель, принимая профессиональные обязательства, привлекает научные знания, независимые экспертизы и т.п. Потребитель, в противоположность

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

профессионалу-производителю, является в общей массе «любителем». Его взгляды на качество товара, упрощенно говоря, обывательские, основываются не на научных знаниях, а на здравом смысле. В них преобладает прагматический подход, субъективированная оценка. Теоретически, правым всегда должен быть производитель; практически – тогда не было бы нормального рынка, поэтому всем известно противоположное утверждение: покупатель всегда прав.

Доминирование прагматического подхода к качеству товара у потребителя – своего рода издержка в отношениях основных рыночных субъектов. С этим приходится мириться, иначе, по-видимому, невозможно выстроить системообразующее звено рыночной практики. Потребитель, в качестве покупателя, ограничен платежеспособностью. У производителя есть определенные теоретические ресурсы, например, увеличить объем продаж, оборотные средства, сократить расходы и т.д. Потребитель-покупатель реальных резервов не имеет – кредиты только увеличат его расходы, причем в РФ очень существенно. Исходя из своей ситуации, потребитель на качество товара смотрит через прицел количества рублей, выставленного продавцом как эквивалент качества. К сказанному добавим тот скепсис, который пробуждает в сознании покупателя назойливое повторение: «цена соответствует качеству». Цена может быть эквивалентна качеству только в частном случае. На рынке кормится свора посредников.

«Качество» и «цена» – опорные понятия и для производителя, и для потребителя, но вплетены в системные соображения они по-разному – в зависимости от противоположности рыночного положения. Каждый из субъектов измеряет качество товара, исходя из собственного статуса.

Третий субъект отношений производителя и потребителя, и еще один «оценщик» качества товара – это рынок, являющийся инструментом регулирования отношений производителя и потребителя. Роль рынка исторически укреплялась по мере развития национальных экономик, создания транснациональных компаний. Рынок из эпизодического ограниченного во времени инструмента, сделался вполне самостоятельным экономическим явлением. Разрастание рынка сопровождалось его структурной эволюцией, он выстроился в итоге в сложную пирамиду непосредственного, опосредованного участия; розничная торговля достроилась оптовой; сделки из настоящего времени ушли в будущее. На рынке обозначился лидер – рынок финансовых операций, что надо рассматривать как симптом, ибо финансовый

рынок, по определению, отдален от предмета и качество здесь представлено обобщенно, условно.

«Качество товара», с точки зрения рынка, это признак ликвидности товара. Товар не залеживается, следовательно, искомое качество достигнуто. Рынку нет дела до того, удовлетворяет ли действительно качество товара потребителя. На рынке «король» не покупатель, а продавец и критерий качества – время реализации товара. Что будет потом? – продавца не очень волнует. Вот почему распространена такая «смертельная болезнь», как стремление к сиюминутному результату. Тем не менее «рыночная теория» качества имеет место быть и с ней необходимо считаться при определении экономической политики.

Производство, потребление и рынок, оказавшийся субъектом их отношений – культурные феномены, их историческая конкретность обусловлена временем, национальными и региональными особенностями развития. Словосочетания «культура производства» и «культура потребления» давно и прочно вписались в профессиональную лексику, что не скажешь о «культуре рынка». Различия объяснить не представляет труда. Производство и современное потребление базируются на научных знаниях, отражающих объективный порядок вещей, в них несложно проследить влияние культурных традиций.

История рынка не столь велика и отношение к рынку несколько иное в культуре. Рынок XX и нового столетия бесспорно вобрал в себя элементы культуры, однако оказался той самой деятельностью, которой не присущи фундаментальные культурные ценности. Девиз российских купцов: «Наша цель – прибыль, но честь выше!» прижился благодаря заложенному и культурно оформленному лукавству. Честные и совестливые продавцы на рынке никогда не задерживались – не их место. Если причислить искусство обманывать к совокупности культурных феноменов, то рынок является формой реальности массового культурно оформленного обмана. Обманывают всех, всегда и по-всякому. И в обмане на рынке искусства не меньше, чем в театре, где тоже, по-своему, обманывают.

Субъективированный, с неустойчивой, разнонаправленной динамикой движения, рынок слабо предсказуем. Те попытки, которые предпринимаются в прогнозировании поведения рынка, малопродуктивны именно по причине недостаточности объективных показателей системного вида. Так что резервы рынка, как области управления реальным качеством, невелики, тем более в отсутствии желания государства

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

активно вмешиваться в архитектуру рыночных отношений.

У конкретного предприятия (лучше объединения, группы предприятий) перспективы продвижения товарной продукции на рынок связаны с разработкой ресурсов понимания качества в координатах производства – искать качественный компромисс, и воспитанием своего потребителя.

Европейским и североамериканским производителям проще обустраиваться на рынке со своими товарами. Накоплен в течение двух-трех столетий опыт общения с потребителем, потребитель разобрался с производителями, нашел «своих» по интересам и карману; рынок сбалансировался, приспособился к требованиям законодательства; государство не прессингует рынок, производителя и покупателя, но там, где присутствует, делает это жестко. С коррупцией, наездами, монопольными притязаниями не покончено, однако борьба ведется реальная, а не декоративная, бутафорская, что существенно облегчает доступность рынка, унифицирует условия конкуренции.

Среди главных проблем европейских теоретиков и практиков удовлетворенность качеством товаров потребителя. Проблема, в схематичном выражении, простая – надо качественно удовлетворить потребность конечного покупателя в товаре. При ближайшем анализе простота, оказывается, условной – композитивной, чтобы получить желаемый результат, придется выстроить на рынке ансамбль из ценности товара (1), цены (2) и покупательской готовности потребителя. В этом смысле рынок действительно приобретает узловое значение для экономического развития. Данным акцентом экономической политики производителей можно объяснить концентрацию интересов на потребителя. Потребителя не

актуально ждать, его необходимо активно искать и «обращать в свою веру».

В зарубежных аналитических обзорах появилась информация о том, что авангардно настроенные маркетологи, представляющие крупные компании, производящие товары массового спроса, предлагают существенно расширить формат соучастия с потребителями продукции вплоть до обсуждения рекомендуемой цены на изделие экономряда. Идея вполне разумная и практически осуществимая без особых затрат. Покупательские конференции здесь мало реальны, но развернутая практика проведения акций, рекламные действия с устройством показа товара, сообщением расчетной цены и просьбой дать потребительскую оценку планам достаточно перспективны и могут быть эффективными. Не надо недооценивать современного покупателя, его финансовой готовности, как не следует с завышением цены заставлять его оплачивать неквалифицированную политику производителя. Согласованные цены тоже не смертельны для предприятия. Есть всегда неиспользованные ресурсы: материаловедческие, технологические, организационные, активизируя которые производитель делает процесс рентабельным. За устойчивое положение на рынке в условиях усиления конкуренции и волатильности приходится платить. Возможно имеет смысл рационально осовременить то, что на «рынке» типа базар зовут «поторговаться».

Качество продукта, в практическом сознании, определяется через его способность удовлетворить потребности и ожидания конкретного потребителя. Качество продукта складывается из множества полезных свойств. На рис.1 выделены основные качественные свойства товара.[7]

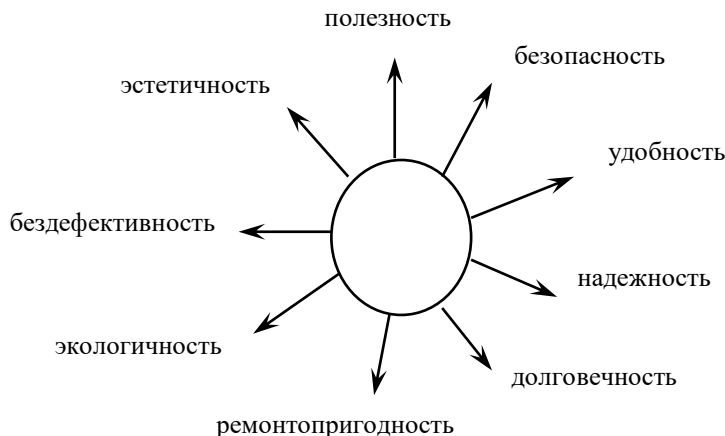


Рис. 1. Основные качественные свойства товара.

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

Новое для экономической теории понятие «ценность продукта» определяется как «совокупность ожидаемых потребителем параметров качества необходимого ему продукта». Из понятия «ценность продукта» «вырастили» «Дерево потребительской удовлетворенности».

Ценность продукта складывается из степени необходимости его потребителю и уровня качества (наличием требуемых характеристик у товара). На решение о покупке также влияют:

- уверенность покупателя в поставщике;
- доверие к производителю;
- информация, поступающая от других потребителей;
- накопленный опыт использования подобного продукта.

Потребитель предпринимает решение о покупке товара, взвесив отношение предложенной цены продукта с предполагаемыми затратами. Чем выше уровень удовлетворенности потребителя, тем больше возможностей развития бизнеса, устойчивее его рыночное положение.

Основная часть

В истории проблемы качества выделяются два периода. В течение первого серьезный интерес к тому, что есть качество, был ограничен в основном профессиональной теорией. Качество и его системное положение пытались определить философы, однако, и в многочисленных философских спорах понятие «качество» не принадлежало к числу главных проблем.

Актуализация теории качества оказалась в зависимости от степени разработанности системообразующего философского понятия «бытие» в контексте базовых производных от него понятий, т.е. тех понятий, которые помогают осуществить восхождение от предельно абстрактного утверждения существования с единственным отличающим свойством быть, существовать, к конкретному пониманию с устоявшимся содержанием, благодаря ответам на производные вопросы, такие, как «Из чего есть все?», «За счет чего все существует?», «Есть ли небытие?», «В каких системных формах бытие обретает свою определенность?».

По-видимому, именно последний из перечисленных вопросов вывел философию на «тропу» того толкования качества, которое «зацепило» не только тех, кто «обустраивал» принципиально новый в человеческой истории тип мировоззрения.

Логично предположить, что проблема субстанции бытия, как первый шаг к теории качества, вряд ли кого волновал за пределами ограниченного сообщества философов. Все

свидетельствует о том, что интересно это было тем, чей взор был обращен в Космос, в глубины его конструкции, а подавляющее большинство земляков философов находилось во власти земных проблем.

Проблема качества жизни решалась в соответствии с социокультурной архитектурой общества. Проблема эта бесспорно имела место, но вырваться в актуальную для общества не могла. Причина проста – отсутствие достаточного уровня массовой востребованности качественного продукта.

Проблема качества обрела масштабы социальной актуальности в условиях перехода к экономике массового производства, демократизации общественных отношений, развития просвещения, доступности образования и других культурных ценностей. Чтобы вопрос о качестве сделался одним из наиболее важных для общества, нужно было, чтобы он стал актуальным для большинства тех, кто образует это общество. Без права на свободу и покупательской способности делать выбор, «качество» не способно быть среди приоритетов массового сознания. Элитные же запросы на качество разрабатываются в эксклюзивных, нетрадиционных теориях, главная цель которых не достижение истины, а удовлетворение потребности заказчиков.

Разумеется, о качественных и количественных характеристиках явлений естественного и искусственного происхождения знали задолго до того, когда эти признаки актуализировались в общественном бытии и отражающим его развитие сознании, но, в свете нашего исследования, существование знания качества де факто не столь значимо. Предмет исследования не осознание качества, а развитие понимания качества на разных горизонтах общественной истории.

Развитие – универсальное состояние всего существующего от простейших материальных субстратов до высших форм мышления. Совершенствовались и качество, и количественное его выражение, прояснялась зависимость качественно-количественных изменений. Смещались акценты внимания с количества на качество. Доказав свою эволюционную прочность, человечество переключалось на принцип: «брать не числом, а умением». На смену борьбы за выживание пришло стремление к качественному уровню жизни в широком диапазоне толкования. Началась борьба за достойную качественную жизнь.

Как показывает история, уйдя от дикости и варварства, заложив основы цивилизации, люди заметно изменились во внешних формах своего проявления, но в недра человеческой природы

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

цивилизация проникает медленно и тяжело. Биологическая история заложила в природу человека активное начало, совмещенное с развитой способностью мышления, заметно превосходящей все иные виды отражения. Но вся эта надстройка сформировалась над достаточно жестким животным каркасом, подчиненным системной цели выжить в борьбе. Условия борьбы трансформировались, внося коррективы в средства и формы, однако сама природная база оказалась весьма инерционной.

Переход от естественного эгоизма биологического уровня к разумно-деятельному эгоизму, несмотря на известные цивилизационные средства культивации, не отвечал прогнозам ни романтиков, ни реалистов-оптимистов. Цивилизация отметилась не цивилизационными формами отношений в движении к качественной жизни, чем еще больше актуализировала интерес к качеству. Чтобы стать в ряд с самыми важными проблемами, качество должно было предстать в нескольких функциях: как цель, как средство, как условие развития всех социальных субъектов на всех уровнях жизнедеятельности.

История для историков – события и участники, выстроенные во временной последовательности, своего рода хронология значимых фактов общественной и, отчасти, личной жизни. Философ и специалист-историк видят в истории свои интересы. Философский и специальный интерес к истории продиктован потребностью понять диалектику процесса применительно к деятельности человека. Специалист стремится обнаружить в прошлом тенденции пути решения своей проблемы, подчас далеко не частной.

Интуитивно еще на заре цивилизации термин история (*historia*) трактовался в смысле исследования искомого процесса в противоположность хронологическому описанию. У ионийцев повествование, рассказ о прошлом именовали логосом (*logos*). Лишь спустя время, уже в трудах основоположников философии логос приобрел современное значение – мысль, идея. И Геродот, и Фукидид понимали историю как осмысление хода событий прошлого, необходимое для «наставлений в образе жизни» тем, кто живет в настоящем. Пройдя испытание временем, историзм укрепил свои позиции, стал идейной базой культурной памяти. Н.А. Бердяев утверждал: «От первых дней Творения... человек находится в историческом и историческое находится в человеке. Погружение в глубь времен есть погружение внутрь себя».¹

Прошлое растворяется во времени, оставляя нам, наряду с памятью о былом, думы о настоящем и ответственность за будущее. Новое всегда относительно. Геге был прав, говоря, что все умное уже известно, надо только еще раз это продумать.

История – клад идей, золотая жила для мыслящего человека, чем бы он ни занимался. Различное отношение к истории есть совокупный результат действия двух причин: первая – толкование времени, вторая – себя во времени. В дохристианский период истории время трактовали циклически, представляя его как сумму повторяющихся замкнутых на себя циклов. С христианством взгляд на время поменялся. Время предстало в качестве восхождения к бесконечному, разделившись на конечное земное и бесконечное внеземное. Противоположение циклического и внециклического рассмотрения времени характерно для теологической теории. Нас оно не интересует, впрочем, как и свойства времени в их абстрактном виде.

После Г. Гегеля и К. Маркса актуально не представление о чем-то вообще, а погружение в конкретно-предметное, либо конкретно-историческое состояние того, что оказывается объектом исследования. В случае со временем, актуально анализировать не столько его универсальные свойства, определять, куда и как оно движется. Важно то, что все существующее во времени может состояться, только соответствуя этим объективным характеристикам времени. Существовать во времени, значит обладать свойствами времени. Данное положение универсально и для бесконечного многообразия отдельных явлений, и для присущих им признакам бытия, к которым принадлежат «качество» и «количество».²

Стандартное понимание закона перехода количественных изменений в качественные упрощает взгляд на их связь. И Г. Гегель, и Ф. Энгельс были далеки от того смысла, который распространялся под прикрытием диалектической теории развития. Количество в качестве не переходит непосредственно. Новое качество, качественное состояние возникает как переход из предшествующего качества. В изменившихся количественных условиях мера исчерпывает резерв устойчивости функционирования.

Мера – «качественное количество», она указывает на пределы изменения количества без существенных последствий для данного качества явления. Выход количественных показателей, необходимых для достигнутого качества, за

¹ Бердяев Н.А. *Смысл истории*. М.: Мысль. 1990. 14 с.

² Бердяев Н.А. *Смысл истории*. М.: Мысль. 1990. 14 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

границы меры неизбежно влечет качественные преобразования. Одновременно с потерей прежнего качества идет процесс рождения из него, на его основе нового качества, соразмерного изменившемуся количеству. Ключевое положение во взаимоотношениях качества с количеством занимает мера. О мере же специалисты по качеству предпочитают всерьез не рассуждать, сводя меру к количественным стандартам. Будто мера – это какое-то проходное состояние системы «качество-количество». Надо четко понимать объективную и функциональную роль меры в управлении как качеством, так и количеством.

«Мера» не принадлежит ни качеству, ни количеству. Она выражает системный способ отношений качества и количества, связывает их. Итак, первое: количество и качество взаимодействуют через меру, мера опосредует их связь. Какую «выгоду» извлечет из настоящего заключения специалист-практик?

Рынок, по сути своей, не способен быть контролером меры, регулирующей отношения в системе «количество – качество». С приобретением оптовых форм развития, господствующего положения финансового капитала и его естественного порождения – масштабных спекуляций и посредничества, современный рынок противопоставил себя производству и потерял интерес к состоянию производства. Рынок, используя специфику массового производства, насытился в меру своей извращенности и может позволить себе задавать качественные характеристики товаров.

Государство ведет себя на рынке, будто воспитатель в детском саду. Интересы рынка оно ставит выше интересов производителей и массового потребителя. Под «крышей» генеральной идеи – рынок тянет за собой производство, идет срастание рынка и государства. Качество – количественные оценки оказываются оттиснутыми в зону субъективного произвола.

До тех пор, пока теория качества системно не выстроена, теория управления качеством будет строиться на эмпирических началах, которые не в состоянии охватить предмет управления в целом, и относительно значимы в ограниченной специфике производства. За неимением ничего лучшего ими пользуются, экстраполируя локальный опыт на другие условия, получают эффект за счет добавленных мер по адаптации, к сожалению, опять-таки временный и частичный.

В калейдоскопе истории смены способов управления качеством можно различить определенную логику. Жизнь же требует не «определенной» логики, а логической определенности в форме целостной, системно

обоснованной теории качества в качестве методологической опоры построения универсальных принципов теории управления качеством. Исходной здесь должна быть идея системности отношений «качество-количество» в рамках меры их сосуществования.

Раскрыться в полной мере качеству помогает количество. Качественную вещь можно создать и в одном экземпляре, но, чтобы раскрыться качественному потенциалу производителя, единственного экземпляра (или произведения) явно недостаточно. Фирма Фаберже обеспечила себе известность уже первым брендовым изделием, но брендом сделалась за счет последующих успехов в создании коллекции.[8]

Примером системного понимания качества в рамках меры – мерностной определенности служат мелкие серии, выпуск коллекционных монет, медалей. Качество фиксируется в границах количественной величины, служащей мерой его выражения. Дело здесь не только в обеспечении условий предпочтения для *vip*-потребителя продукции. Значима также зависимость объективных признаков качества от количества произведенных экземпляров. Массовое производство объективно сопряжено со снижением качества продукции. Мера – пограничная служба качества, переход за мерное количество есть преступление против качества.

Массовый отечественный производитель вряд ли интересуется теорией качества. Она для него не актуальна. Если все же случайно кто-то наткнется на наши рассуждения, то, вероятнее всего, улыбнется их наивности. Пытаться с помощью теории перестроить российский рынок, придать ему цивилизованный вид – классическое донкихотство. Сначала надо организовать рыночное пространство посредством политической воли, законодательных инициатив и действенного, а не бутафорского контроля за законным порядком, вернуть на рынок производителя товара, убрав немерное количество посредников.

Настоящий производитель не заинтересован в спекулятивных операциях. Ему для устойчивого развития необходим свой потребитель, который, кстати, в свою очередь, совсем не против иметь своего определенного и доступного производителя в рамках нравственно – правовых отношений.

Чувство национального достоинства воспитывается историей и существующей реальностью. В школе можно учиться по самому лучшему учебнику истории, но кроме школьных уроков истории есть текущая жизнь, впечатляющая сильнее исторических экскурсов. На Востоке говорят: «сколько раз не повторяй халва, во рту сладко не будет». Теория всегда считалась лучшим практическим руководством,

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

правда, в нормализованных обстоятельствах деятельности. Уходя в нелегальное и полуполегалное положение, производитель отчуждается от качества и, естественно, от теории качества. Далее происходит подмена качества псевдо качеством и растут затраты на рекламную бутафорию.

Качество действительно предполагает серьезные затраты, но оно гарантирует устойчивую рыночную позицию. Работая на качество, производитель создает уверенность в своем и национальном будущем. Правильно выстроенное понимание качества гарантирует перспективу даже в условиях отечественного полу рынка.

Постараемся в порядке введения в теорию качества сформулировать практически значимые фундаментальные положения:

– Качество не сводится к сумме важных для бытия товара свойств; оно – их своеобразная комбинация, выстроенная на базе обычно двух признаков – более общего и более специфического. К примеру. Обувь – «одежда для ног», шляпа – «одежда для головы», кашне – «одежда для носа и шеи» и т.п. Следовательно, центральное внимание нужно уделить именно им.

– Качество допускает изменения, не ведущие к утрате качества, но снижающие или повышающие его потребительскую ценность; качество – совокупность качественных состояний, удовлетворяющих в разной степени системообразующим признакам. «Люфт» качества позволяет маневрировать в процессе создания продукта с заданным качеством в зависимости от конкретных возможностей производителя и потребителя.

– Качество не существует вне количества, они – диалектические противоположности, их противопоставление действительно только в пределах единства, из чего следует, что, создавая качество, необходимо закладывать в качественные характеристики количественное выражение как в отношении отдельных свойств товара, так и количества товарных изделий. А.К. Саврасов, оказавшись в тяжелой жизненной ситуации, сделал несколько копий своей знаменитой картины «Грачи прилетели». Как правило, авторские копии имеют высокий уровень мастерства и за них хорошо платят. Заплатили и художнику. Когда же задали вопрос П. Третьякову: купил бы он копию Саврасова, случить что с оригиналом? Ответ Третьякова оказался прогнозируемым по категоричности – нет! Качество требует не только мастерства, но и вдохновения. Вдохновение с повторами выгорает. Качество всегда количественно, а количество – качественно.

– Качество и количество связывает мера, о которой чаще всего забывают. Между тем,

определяя качество, нужно одновременно думать о его мерности, и с позиции рыночной конъюнктуры, и с точки зрения самих признаков качественности. «Качество» конкретизируется в представлении о «качественности». «Качество» – понятие, отражающее модельный образ товара, «качественность» – определяет количественные пределы действительности и разумности качества (физического и морального статуса товара).

– Качество и представление о качестве относятся к явлениям устойчивым, однако время изменяет и их. Первоначально качество отождествляли со значением. Критериями качества были полезность и величина предмета, отношения. С развитием сознания и практических возможностей сложились основания сравнения и выбора. Качество относительно обособляется от количества. Совершается дифференциация полезности, переосмысливается участие в качестве количественных признаков. Эволюция понимания качества непосредственно обусловлена воплощением в деятельности творческого потенциала. Расхождение в интенсивности продвижения вперед индивидуального мастерства, интересов тех, кто призван расчищать путь таланта и массового сознания усложняет понимание качества и процесс управления качеством. Особое значение приобретает конкретность толкования качества, в частности, такого его базового признака, как объективность. Общественная теория бытия выстраивается на естественно-исторической основе – канву ее заложила природа, а исторический рисунок сотворил человек. В естественной среде все признаки, включая и такие синтетические, как качество, – продукты стихийного движения. В обществе всякое явление проходит через деятельность, включает в себя и в свое качество мыслительный и физический труд человека. Определение качества явлений, созданных человеческой деятельностью, невозможно без социокультурной конкретизации. В связи с чем актуализируются два вопроса: в каком статусе и в какой мере сознание входит в то, что традиционно принято называть качеством вещей (с услугами ясности больше)?

Ответы на оба вопроса надо искать в философской теории отчуждения. Теория отчуждения прямого отношения к теории качества не имеет. В ней ключи к методологии построения теории качества.

Из вышерасположенных рассуждений понятно, что авторы – не идеалисты, скорее балансируют на грани пессимизма и оптимизма. Они критично воспринимают современный прагматизированный подход либералов-рыночников к научной и философски обоснованной теории. Облегченный вариант

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

теории, когда вырванный из общей теории фрагмент превращают в самую теорию и подгоняют под конструкцию извращенного в угоду спекулянтам рынка, экономистов-теоретиков и поставщиков качественного суррогата на отечественные прилавки устраивает. Как долго российская экономика сохранит подобную конфигурацию, нам (и не только нам) знать не дано, однако мировой опыт экономического развития на различных стадиях экономических отношений свидетельствует, что переходные периоды проходят и со временем экономическая жизнь приходит в нормальное состояние.

Траектория процесса отчуждения творчества человека в то, что существует вне его, должна с необходимостью сохранять и активировать способность к созиданию. В отличие от бытия природы, бытие человека не субстанционально. Оно не самодостаточно и может иметь место исключительно благодаря взаимобмену изначально с природой, затем с обществом, через которое выстраиваются человеческие отношения друг к другу и взаимодействие с природой. Инструмент, обеспечивающий бытие человека – труд, высшее качество труда проявляется в деятельности.

Качественность деятельности, с одной стороны, показатель качества жизни человека (так должно быть!), с другой – качественная деятельность встраивается в качество того, что он преобразует. Качество «первой» (естественной) природы формируется само по себе как совокупность объективно связанных естественных признаков, стихийно. Качество «второй» (реконструированной, приспособленной человеком под свои интересы) природы – синтетическое. Оно представляется двойной спиралью, образуемой естественными признаками природного материала (возможно – в отношениях людей, знаниях, выраженных опосредованно) и качественными характеристиками человеческой деятельности – знаниями, эмоциями, волей, ценностной ориентацией, мастерством. В итоге качество продукта в отличие от самого продукта воплощает качество личности.

Личность отчуждается в качестве и потому, в принципе, отчуждение естественно и не угнетает личность. Негативное следствие отчуждения вызвано непропорциональностью возмещения утраченной энергии деятельности. Обнаружив некачественность товара, скрытый брак производства, обманные действия продавца, нормальный покупатель расстраивается, в первую очередь, из-за собственного некачественного решения. Иные убытки сделки чаще всего возмещаются. Остается ощущение несовершенства собственного вкуса и знаний.

Качество всего, что создано деятельностью, включает свойства деятельности как практической, так и духовной в объективированном (предметном либо функциональном) выражении. Отсюда следует вывод о необходимости формировать и направлять развитие способности массового сознания к качественной оценке товаров: определенный опыт в советское время был и показал свою действенность: «кружки», «школы», «университеты», в том числе инициируемые телевидением и радио. Место системного просвещения массового потребителя, профессиональной помощи в развитии культуры качественной избирательности, сегодня в эфире забито агрессивной рекламой, качество которой не контролируется или контроль не соразмерим с размером обмана. Кто должен быть главным просветителем? Производитель и только он, ибо лишь ему в полной мере, по логике становления понимания, следует знать, что такое качество. Браться за производство товара, не осмыслив конкретность качества данного изделия, означает профессиональный провал на рынке. Выпуск же продукта с бутафорским качеством преследуется законом, правда, формально и постфактум. На последнее и надеются поставщики псевдокачественных товаров.

Проблема качества теоретически остается разработанной односторонне, потому что отсутствует нормальная организация производства и сбыта качественной товарной продукции. Нынешнюю практику удовлетворяет такая степень определенности в теории качества. Теория управления качеством упрощена до концепции контроля за условиями качественного производства. В то время как нет системности понимания, что такое качество товара, производством заправляет рынок. На рынке правят спекулянты – посредники. Государство стремится минимизировать свою экономическую функцию до сбора налогов. Реальной деятельности, направленной на придание рынку цивилизованной формы «купли-продажи» на принципах действительной свободы конкуренции нет. За признаками, обязательными для качества, надзор ограничен до уровня практической бесполезности. Рынок диктует порядок местным и региональным органам управления. Директор магазина управлял оборонным ведомством. Культура производителя и потребителя мало кого интересует, не до них. А ведь порядок внешний начинается с порядка внутреннего, с осознания «политического момента», обусловленного экономическим положением.

Исторически понимание качества и конкретности его реальности, представленной в товаре, отражают экономическое и культурное развитие общества. Качество во времена

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

цехового производства определялось консервативностью техники изготовления, но и в тот период муниципальные власти жестко проверяли качество изделий, равно как и способности кандидата в производители, действовало официальное положение, одобренное властью города или страны. Сельхозпродукция контролировалась самими потребителями.

Промышленная революция упростила процесс производства, создала условия массового производства. Потребовались адекватные меры контроля качества. По мере выравнивания социальной архитектоники и большей доступности к ассортименту товаров, менялись представления о качестве в направлении его качественности – качественных составляющих. Одновременно формировалась возможность фальсификации качества. Дальше и де-факто и де-юре, оставался всего шаг до подмены брендовых качеств. Переход за границу меры открывает дорогу правовым нарушениям и нравственному кризису, вплоть до беспредела.

Тенденции в толковании качества и отношении к качеству, сложившиеся в экономике массового производства, были неизбежными? Нет, они порождались новым характером производства, отражали этот характер и в известной степени являлись объективным отражением, но, кроме предмета, отражаемого сознанием, существует ракурс отражения, обусловленный позицией сознания отражающего субъекта, его интересами в качестве участника процессов, происходящих в объективной реальности.

Сама объективная реальность, по определению, располагается вне и не зависимо от сознания. Субъективируется ее отражение, что, в общем, выглядит в согласии с теорией отражения. Однако допускает, в частном порядке, и субъективное искажение – произвольное – по недопониманию, и сознательное с целью получения временного выигрыша. Конкуренция – всегда борьба, к сожалению, борьба не всегда ведется по правилам.

Качество было и остается предметом манипуляции в интересах тех, кто управляет рынком. Консенсус о качестве создателя, производителя, продавца и потребителя – самая сладкая сказка. Согласие достижимо между творцом, потребителем и производителем. В данной «троице» воплощен субъектный механизм разрешения проблемы отчуждения. Творец – создатель продукта находит удовлетворение в производстве и потреблении. Он реализует в них свою человеческую силу. Производитель заинтересован в устойчивых отношениях с творцом и потребителем. Потребитель удовлетворен

качеством и соразмерностью цены. «Акции» и «sale» его не пугают и не обманывают.[9]

На пути к консенсусу встает продавец, тот субъект отношений, который, по существу, к качеству товара не имеет никакого отношения, но именно он – ключевая фигура в рыночном хозяйстве. Мы у него приобретаем все необходимое. Он – монополист и как таковой диктует условия отношений через ценовой интерес и размер прибыли. В Новосибирске за двадцать лет не появилось ни одного брендового предприятия легкой промышленности, напротив, объявилась масса торговых брендов. Торговые ряды множатся, а потребителя уверяют, что производство товара нерентабельно. Культуру организации торговли подменяют понятием «качество продажи». Культура торговли измеряется ассортиментом, ценовой и физической доступностью товара, качественным консультативным сопровождением, отсутствием очередей, соблюдением санитарно-гигиенических норм, внешним видом и поведением персонала, сервисным обслуживанием. «Качество торговли» определяется соразмерностью цены и качества товара, соответствием продаваемого товара его сертификату, демонстрацией товара. Размер прибыли продавца не должен превышать величину прибыли производителя. Обоим нужно не ждать повышения покупательской активности только за счет увеличения зарплат потребителей, а создавать режим наибольшего благоприятствования для покупателя (не вступая в сговор с еще одним хищником рынка – банками).

Размер инфляции – необходимый, но не достаточный показатель состояния качества жизни. Правительство за основной ориентир взяло снижение инфляции. Показатель на самом деле социально-экономически значимый, свидетельствует о культуре рынка и опосредованно о состоянии производства. Минус этого показателя – отсутствие в нем качества. Качество жизни определяется через количество потребляемой продукции в денежном выражении. Качественный состав остается постоянным и о качественности можно лишь домысливать, так как качественность размывает качество. Качественность обуви, одежды, круп, рыбы, овощей, фруктов в пределах общего названия весьма существенно различается. Резерв манипулирования качеством значителен. Главное все же в понимании качества, не название, а системная характеристика продукта, отражающая ассортимент, его изменение и динамику пропорционального представительства составляющих совокупность товаров.

Качество представляет систему существенных для товара свойств – это банально и общеизвестно, чем активно пользуются.

Impact Factor:

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

Подменяя свойства либо их системность в качественном продукте. Существенные свойства – те, которые не просто присущи товару, они обуславливают его функциональность. Подобные свойства, как правило, раскрываются в процессе «работы» товара по назначению, они скрыты от непрофессионального взгляда потребителя. В «чистом» виде рынок – посредник и к качеству изделий не должен иметь интереса. Задача рынка в теории организации товарного производства – организация обмена между производителем и потребителем. Развитие рынка стимулирует наращивание производства в интересах потребителя в пределах инфраструктурного статуса рынка.

Монополизация производства привела к накоплению финансового капитала, автономизации последнего и контролю за рынком. В результате рынок из посредника превратился в ключевого субъекта, индикаторную функцию – показывать востребованность товаров – пытается подменить роль организатора экономической деятельности в целом, что извращает систему экономики.

Экономику товарного производства создали производство продукта и потребность в массовом продукте. Системообразующим фактором здесь является производство товара в качестве продукта, необходимого для потребления другими, то есть процесс отчуждения потребления. При натуральном производстве качество продукта вряд ли было актуальной проблемой. Качество «растворялось» в консерватизме техники и технологии, традиционности ассортимента. Вопрос о качестве поднял потребитель, когда на ярмарке получил возможность сравнивать. Рынок, выросший из ярмарочных сходов, представительский статус постепенно обогатил рекламным бизнесом, взяв в управление отношения производителя и потребителя. Рычаги управления – финансовая политика, направления – основные – два: влияние на количество и качество.

Качество продукта обрело актуальность в товарном производстве. Стало ясно, что в понимании качества присутствуют чувственное и рациональное мышление (последнее в форме расчета). Субъективный фактор объективируется и фетишизируется. На объективные свойства товара рынок непосредственно (с помощью собственных механизмов) воздействовать не способен, зато на объективизацию субъективных представлений, очень даже может. Так манипуляция качеством сначала включалась в функции рынка, потом стала элементом экономической политики.

Здравая и здоровая экономическая политика призвана работать над совершенствованием

качества в двух взаимосвязанных направлениях: технико-технологическом, достроенным жестким правовым блоком обеспечения, и социокультурном – оказывать всестороннюю поддержку становлению условий субъективного восприятия качества, блокировать негативный эффект рекламного воздействия, давно и основательно ставшего атрибутом рыночных спекуляций на значимости качества для покупателя. Наличие выбора и платежеспособных возможностей не служат основанием бесспорности качественного приобретения.

На существующем рынке цена и качество разведены даже на аукционах, славящихся тщательностью организационной культуры. Покупателя превращают в эксперта и эта гримаса рынка не столь плоха, как нелогична. Рынок заставляет потребителя развиваться в качестве личности, мы невольно стараемся больше узнать о предмете интереса, повышаем свою «покупательскую квалификацию». Термин не новый, им пользуются журналисты, но для них он проходной, вербальный номер, а для нас уже не новое сочетание расхожих слов, а важнейшее понятие, без которого современная теория качества не имеет системного целостного вида.

«Покупательская квалификация» включает, наряду с определенными знаниями, помогающими определить местоположение магазина, диапазон цен на товар, требует наличия основных сведений о производителе, качественных признаках товара, рыночной репутации производителя, традиций фирмы, масштабов деятельности. Сегодня на потребительском рынке наивный покупатель рискует сверх всякой позволяющей меры оказаться жертвой не только обмана, но и собственной беспечности, следовательно, без каких-либо прав на компенсацию.

Покупатель в России защищен формально. В реальной жизни приходится руководствоваться знаменитым правилом «спасение утопающих («покупающих») – дело рук самих утопающих, читай «покупающих». Повышение «покупательской квалификации», при наличии желания, для государства взаимовыгодное дело, активизирующее культурное национальное наследие и патриотическое настроение массового потребителя.

Мы умеем делать качественные изделия и вполне в состоянии вернуть себе «наш» рынок. Вопрос даже не в цене, проблема в потере контроля за потребительским (и не только потребительским, судя по сбоям в ракетной технике, эксплуатации авиатехники и т.п.) рынком. Нам объясняют: нужны экономические меры. Правильно, однако, это полуправда. Если нужны, то принимайте. У власти должна быть

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

власть не номинальная. Пришло время понять, что экономика всегда была политикой, экономическая теория – политической экономией.

Экономическое движение есть самодвижение, но оно не в вакууме происходит. Экономика – основа общественного движения. Общество обеспечивает условия экономического движения, и государство вправе энергично включаться в механизмы экономического самодвижения, направляя развитие экономики в интересах общества.

Государство вяло защищает законные интересы национального производителя, даже тогда, когда товар – продукт межнациональной интеграции. Нет политической агрессивности, политика тащится в обозе экономики вместо то, чтобы опережать ее развитие на базе объективных социально-экономических тенденций.

Время для политического действия – не решений – самое благоприятное. Дурман девяностых и нулевых как будто пошел на спад. Возвращается осознание качественного преимущества многих советских продуктов легкой и пищевой промышленности. Наблюдается оживление в потребкооперации, что способно стимулировать производство сельхозпродуктов на селе. Растет недоверие к потребительскому импорту, в том числе и по причине его массового китайского производства. Стабилизируются миграционные потоки.

Отечественным производителям нужна «внятная» экономическая политика. Под «внятностью» они понимают: ясность, последовательность, гарантийное сопровождение, позволяющее отсечь многоликий произвол административных органов и «блудителей» порядка. За качество отвечают все. И те, кто производит, и те, кто призван обеспечивать права производителей. Таможенный Союз зажег зеленый свет на пути национальных товаров на рынке стран Договора. Тем самым создана равновесная реальная рыночная конкуренция, позволяющая оценивать натуральное, а не рекламное качество. Кстати, замечательная тема исследования – «качество реальное и «рекламное», т.е. создаваемое рекламой.

Не менее актуально, с нашей точки зрения, проанализировать проблему качества в системе координат национального менталитета и межнациональной интеграции. Интеграция сознательно подменяется глобализацией, несмотря на очевидность в различии этих явлений. Обе тенденции объективны и характерны для новейшей истории.

Интеграция – межнациональное взаимопроникновение различных видов деятельности социально – экономического и культурно-гуманитарного масштаба. Она может

иметь межнациональный размер, пример – «Союзное государство (РФ и РБ); локальный – Таможенный Союз; региональный (Шанхайская организация, ЕЭС). Глобализация указывает на всемирный масштаб явления. К числу глобальных проблем относятся те, которые возникли как следствие общих, но не обязательно интеграционных, процессов, и требуют консолидированного решения.

Глобальные проблемы, в отличие от проблем, связанных с интеграцией, актуальны потенциально, носят стратегический смысл. К примеру, как защитить жизнь на Земле от крупных метеоритов. Когда время наступления события отложено, но само оно сверхактуально по значимости, то в образовавшийся зазор активно устремляются спекулянты, в том числе финансовые олигархи, пытаясь извлечь прибыль из неопределенности.

Качество связано с глобализацией, но практически не так актуально. С интеграцией же качество связано самым непосредственным образом.

Рассмотрим проблему «качества потребительского товара» в системе координат «национальное» и «межнациональное». Прежде всего, надо найти ответ на вопрос: способна ли интеграция вытеснить национальную составляющую качества?

Интеграционные процессы строятся на стандартизации и единых метрологических характеристиках производства, что соответствует объективной реальности. Технический прогресс опирается на науку, научные знания императивны в части нормативности. Однако бытие общего не самодостаточно. Общие требования реализуются через особенное развитие, обусловленное конкретностью обстоятельств действия. Иными словами, как бы стандартизировано производство товара не было, все равно в нем проявится своеобразие условий производства.

Конкретность условий – региональных, национальных имманентно присутствует в сырье, климате, традициях, культуре сознания исполнителей. И во всем этом сила производства, определяющая нюансы качества товара, создающие особый к нему интерес потребителя. Чай выращивают в наше время по всему миру, но уникальность чайных плантаций в Шри-Ланке, национального отношения к чаю, обеспечили качеству цейлонского продукта лидирующие позиции. То же самое можно сказать о кенийском кофе, болгарском и чилийском перце, французских коньяках и шампанском, украинском сале, баварском и голландском пиве, шотландских виски, российском льне, египетском хлопке, китайском шелке, аргентинской коже, греческом оливковом масле и многом еще.

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

Конкретностью среды следует дорожить и обеспечивать предпочтения ее воспроизводства. В основополагающих договорах, регулирующих отношения в Единой Европе, четко прописан приоритет национальных традиций.

Таможенный Союз закрепляет межнациональное разделение труда, выстроенное в XX столетии, способствует выражению объективных и субъективных сторон развития производства, взаимно обогащает рынок, облегчая доступ к нему производителей. Но все это – теория. Теория же перерастает в разумную практику не только потому, что она правильная. Практикой теорию делает деятельность, причем, чтобы получить искомый результат, деятельность должна быть системной и последовательной.[10]

Интерес к качеству товара, теоретически должен начинаться не в производстве. Его исходная позиция на нормализованном рынке, точнее на встрече производителя и покупателя. Нормальный рынок – индикатор качества товара. Спрос тянет за собою производственную цепочку. Но не стихийный спрос брошенных на произвол судьбы покупателей. Спрос – состояние сознания, обусловленное покупательской способностью, однако не сводимое только к количеству денег, тем более, когда кредитование всячески стимулируется банками. Спрос, отданный на откуп посредникам, лоббистам, спекулянтам – смертельная болезнь для национального производителя России. Спрос следует брать под контроль и формировать, покупателя нужно воспитывать. Воспитание потребителя стоит немало. Но оно этого стоит, если смотреть в будущее.

Рыночный либерализм соответствовал расцвету экономики массового производства первого типа, ориентированной на обеспечение свободного доступа и выбора товаров. Подобное производство воспринимает потребителя как абстрактного субъекта отношения в системе «производитель – продавец – покупатель». Продавцу отводится роль активного посредника, но не более того. Он культурно обеспечивает место встречи производителя с потребителем. Система же должна быть функционально активной, что предполагает не присутствие образующих ее компонентов, а их соучастие. Совершенство системы определяется не эстетичностью – признаком конструкции. Оно проявляется в максимальной активизации возможностей того, системой отношений чего она выступает. Совершенство конструкции системы – в предельной реализации потенциала отношений, создающих системность.

Покупатель совершенен как субъект системного взаимодействия своей покупательской подготовкой. Он совершенен не размером платежной способности, его соучастие

определяется знанием товарно-экономической ситуации. Потребитель – не объект приложения действий продавца и производителя. Потребитель – субъект рынка и в его (и других субъектов тоже) интересах быть информированным не рекламным сообществом, а профессиональными источниками. Качество товара начинается в сознании потребителя. Навязывать представление о качестве – плохо для всех законных субъектов экономических отношений. Его нужно воспитывать опять-таки всеми: производителем, продавцом, самим покупателем и институтами гражданского общества, если государство пассивно.

Переход к массовому производству второго типа – «умной», «рачительной» экономике активизирует системные отношения. В новом свете предстает функция рынка. Вместе с производителем, продавец ориентируется на знание потребительских вкусов. К совершенству системы остается сделать всего один, однако не простой, шаг – всем миром взяться за формирование потребительской культуры.

Обвинение нынешнего поколения в потребительском отношении к жизни не совсем справедливо. Потребление – конечная цель производства. Беда – в отсутствии потребительской культуры массового потребителя, беда действительно социокультурного размера. Еще одно последствие финансирования культурного прогресса. Почему одна власть сменяет другую, а культура по-прежнему у власти последняя в очереди на политическую актуальность? Время понять, что не только наука превратилась в непосредственную производительную силу. Культура – также фактор развития производства, причем фактор многогранный и весьма эффективный.

Реформы Ельцина-Гайдара должны были с неизбежностью разрушить в первую очередь машиностроение и легкую промышленность. Ельцин теоретической подготовкой не отличался. Гайдар же обязан был отчетливо сознавать, что большинство наших достижений в данных отраслях производства – ВПК и космическую технику в расчет не берем – являлись «домашними» успехами. Здесь мы явно отставали от конкурентов, на общий рынок с которыми нацелились демократы.

У нас не было того, что имели поляки или китайцы. Польские интересы активно лоббировали в Европе, США и Канаде, да и масштабы польских преобразований не сопоставимы с российскими. В Китае после культурной революции можно было минимизировать расходы на зарплату основной массы трудового населения. К тому же китайские лидеры оказались явно умнее, честнее и

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

патриотичнее. Они руководствовались идеями Дэна Сяопина о параллельности развития социалистических завоеваний и экономических реконструкций, по сути дела модернизировали ленинский план НЭП. Опыт нарастания индустриальной и финансовой мощи КНР в последующие десятилетия доказал, что экономически слаб не социализм, а управляющие социалистическим строительством.

Реформы редко бывают плодотворными, но, тем не менее, они важны. Действительные, то есть научно обоснованные реформы, не могут быть продолжительными. Они эффективны именно благодаря временному лимиту. Время судит реформы и реформаторов. Псевдореформы, как правило, принимают перманентное выражение, обрастают ссылками на мировую конъюнктуру, климатические аномалии и т.п. Что и случилось в нашем отечестве. Однако одна беда не приходит. Реформаторы должны были объяснить народу, почему испытывают его терпение. Прием они выбрали так же архивный – переложить с большой головой на здоровую.

В 2000-е годы активно множились мифы о дураках, дорогах, пьянстве, плохом образовании, застое в науке, инженерно-техническом творчестве, управленческой слабости, бездейности. Смысл мифотворчества был прост: как же тяжело управлять таким народом. Петр I, получив в наследство отсталую Русь, не страдал. Он действовал и разделил историю на допетровскую Русь и петровскую Россию, заставив считаться с ее интересами весь мир.

Отечественные мифы плодятся и распространяются. Они завоевывают позиции и в легкой промышленности, что опасно политически, ибо угрожают активизации мер по интеграции экономик, культур, стратегических интересов России и соседних государств. Подобные сказки дискредитируют россиян в глазах тех, кто серьезно намерен с нами сотрудничать сейчас и в перспективе.

Остановимся на некоторых мифах, так или иначе связанных с настоящим и будущим отечественной легкой промышленности. Это важно проанализировать и в профессионально-образовательном процессе.

Начнем с того, о чем говорят повсюду, с тезиса о том, что мы сидим на нефтяной и газовой игле, торговли углем, лесом и минеральным сырьем. Действительно, наши доходы от продажи сырья составляют почти 50 процентов. Показатель откровенно нежелательный. Тем не менее, можно было бы выстроить совершенную экономику, как это сделали Норвегия, Эмираты, Кувейт. Суть проблемы не в том, что Россия оказалась в зависимости от своих природных богатств, а в том, как используются доходы. Китай развивает

производство, особенно транспорт, строительство, легкую промышленность. У нас же только в последнее время обратили внимание на тех, кто россиян обувает, одевает, изготавливает текстиль. Оказалось, что «бесперспективная» отрасль отзывчива. Общий объем рынка одежды, обуви, аксессуаров в 2012 году составил 2,8 трлн. рублей, а в прошедшем перевалил рубеж 3 трлн. Сделаны же всего-то первые шаги.

Еще один распространенный миф о неспособности конкурировать с аналогичным производством в КНР. Спора нет – низкая зарплата дает китайцам фору в борьбе за себестоимость. Но, китайцы вынуждены будут повышать зарплату, другие орграсходы у них уже оптимизированы, погоня за количеством сопровождается утратой качества китайских товаров, надежда на европейские брендовые заказы должна уменьшаться в связи с кризисной волатильностью и сокращением внешних инвестиций.

Европе и США нужен Китай, однако им нужен Китай, работающий на них. Китайцы наверняка думают иначе. Противоречия станут нарастать по мере усиления Китая. Китай никто развивать в мирового лидера, кроме китайцев, не хочет. Темпы роста экономики КНР снизились.

Есть и еще одно обстоятельство, сдерживающее развитие производства товаров народного потребления в Китае – отдаленность от потребителя. Сейчас транспортные услуги растут опережающими темпами, ибо высоки цены на энергоносители и в обозримой перспективе снижаться не собираются. Когда американцы искусственно обесценили нефть с целью подорвать экономику СССР, они вряд ли думали, что их политика настолько поднимет производство в Китае. Китайцы умело воспользовались борьбой сверхдержав. А 1980-е, 1990-е, 2000-е миновали. Вместе с ними изменилась политико-экономическая ситуация в мире.

Какое-то время дешевая рабочая сила найдется в соседних с Китаем странах Юго-Восточной Азии – Камбодже, Филиппинах, Малайзии, Таиланде, Лаосе, Вьетнаме, Индонезии, но в них нет китайской политической стабильности, гарантирующей сохранность капиталовложений. К тому же они морские страны, железнодорожное и автосообщение с ними затруднено неразвитостью железных дорог, их региональным масштабом. Морские пути небезопасны. Пираты XXI века вокруг Африки ведут себя по-хозяйски. Они понимают бесперспективность пытаться всех «купцов» конвоировать.

Присовокупим к рассуждениям тезис, не часто попадающий в поле зрения: низкая квалификация рабочей силы в регионе.

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

Поддерживать качество товаров сложного производства можно предельной механизацией и автоматизацией. Круг замыкается, так как нужны высококвалифицированные инженеры, техники. Они привыкли к определенному образу жизни и достойному вознаграждению за свой остро востребованный труд.

Издержки потянулись вверх и стали разочаровывать инвесторов. Прежде всего, их расстраивает логика бесперспективности продолжения движения по накатанной дороге. Сворачивать всегда нелегко, но приходится. Изменения реальных условий предполагают перемены в бизнес-планировании.

Возвращаются из дальних стран на родину и российские бизнесмены, ориентированные на производство товаров массового спроса: текстиля, обуви, одежды. Примеров не так много, как хотелось бы, но они весомые и заразные. Потянулись с производством поближе к землякам известные дизайнеры Кира Пластинина и Алена Ахмадулина. Пластинина выстроила производство одежды в Подмоскowie, Ахмадулина открыла фабрику в Северной столице. Владелец 48 фабрик по пошиву одежды и фирменного бренда «Глория Джинс» В. Мельников закрыл фабрики в Китае, осел в России и в Украине. Работает пять лет и в основном своим решением удовлетворен.[11]

Эксперты сходятся во мнении о реальности российским производителям встроиться между европейскими фирмами и китайским ширпотребом, спрос на который вынужденный. Статистика подтверждает – россияне во второй половине 2013 года сократили расходы на покупки в данном секторе рынка. Нам по силам конкурировать с турками и восточными европейцами, заметно просевшими в Единой Европе.

Замглавы Минпромторга РФ В. Евтухов констатировал, что наши компании на равных конкурируют на рынке масс маркетинга в секторах мужских костюмов, домашнего текстиля, постельного белья, обуви, трикотажа, готовой кожи и нетканых материалов. Нельзя не согласиться и с мнением чиновника о наличии в стране отличных дизайнеров, достижениях высокой российской моды.

Вступление в ВТО осложнило отношение государства к производству. По существу, оно отделено от процесса производства. Участие власти и бюджета ограничено опосредованным влиянием путем создания благоприятных и стимулирующих развитие производства условий, таких как госзаказы, таможенные пошлины, налоговые льготы, совершенствование сырьевой базы. И все же проблемы отношения власти, ответственной за благосостояние народа и производства, в котором занят народ и которое его кормит,

обуывает, одевает, обустроивает, заключены не в ограничениях, накладываемых членством в ВТО. Суть новой ситуации в организации деятельности самой власти.

Условия вхождения в ВТО обнажили социально-экономические масштабы пороков российских управленцев – коррупционной составляющей, низких значений профессиональной культуры. Порочна и сама идеологическая установка на отделение управленческой профессии от специфики объекта управления. «Чистый» управленец возвращает нас к установке средневековых схоластов – реалистов.

Есть научная теория управления, сосредоточившая в себе продукты рефлексии над управленческим опытом. Как всякая теория она не является рабочим инструментом управленца. В ней управленец ищет направления и возможные приемы деятельности. Точно также в демонстрации высокой моды пытается схватить значимые идеи бизнесмен, разбирающийся в моде, экономике и общественном настроении – барометре рынка. Теория работает только в качестве адаптированного приложения к конкретности объекта управления. Кто не знает такой конкретности, того спасет исключительно командный способ управления, подчиняющий управленческую теорию производственной реальности.

«Чистый» управленец – заложник финансов. Для него производство – комбинация денежных потоков, а не организация человеческого воспроизводства в рамках национального развития. Он оторван от дела и чужой, как правило, в команде – назначенный командир из «параллельного» дела.

История XXI века с топ менеджерами наглядно показывает, насколько они значимы. Все топовые компании первыми проявляют признаки кризисов и последними из кризиса выходят, несмотря на господдержку. Просто эти компании «национально-образующие», лицо государства. Государство заинтересованно в том, чтобы лицо не морщилось прежде времени. Большинство «вип-персон» из менеджеров на этом спекулирует. Юдашкин, выполнивший госзаказ на разработку и пошив формы для ВС, справедливо возмущался тем, что с его моделями и указаниями сотворила компания «чистых» управленцев во главе с Сердюковым, разместившая изготовление вещей в Китае и изменившая тех. условия.

«Чистый» управленец повсюду тянется не к производству, а к финансам. Ему нужна быстрая отдача. Быстрой отдачей управляет рынок. Реальное производство не может скакать, оно движется плавно.

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

Нормальное развитие производства требует, наряду с умными решениями, жесткий контроль за неукоснительным исполнением предписаний. Всем известно, на каком рубеже и каким образом тормозятся политические инициативы. Ясно и то, что управление механизмом управления – чиновниками всех уровней – входит в прерогативу правительства. Именно в том, как оно управляет управленцами, по-видимому, надо искать критерий качества деятельности правительства. И называется эта миссия очень просто – политической волей. Без должной – обоснованной – меры воли порядка не будет.

Миротворцы любят прятаться за цифры, подавая их так, как им выгодно. Цифры, особенно большого объема впечатляют непросвещенных. Скрывать за ними расклад дела удобно и выгодно – можно в глазах публики предстать победителем.

Правительство разработало и приняло «Стратегию развития легкой промышленности России на период до 2020 года». Через «семилетку» совокупная доля отечественных товаров легкой промышленности на внутреннем рынке должна быть равна совокупному импорту. Планируется достижение стратегического перелома в интересах отечественного производителя.

На рынке своя война, отличная от обычной, похожая на «холодную». Здесь доводить дело до полного уничтожения противника нельзя. Щука в озере не дает застояться остальным обитателям, заставляет их двигаться в реальном времени – пространстве. В начале 1990-х годов десятки миллионов россиян с вождельением глядели на богатство ассортимента заграничного производства. Двадцать лет спустя разочарованные россияне ищут что-нибудь собственного изготовления, сообразив, что подлинное качество не способно быть безразмерно пестрым.

Погоня за богатством ассортимента мало что общего имеет с нормальными интересами массового потребителя. Хорошего много не бывает, потому что быть не может. За границами меры настоящего, объективно данное качество, уступает место рекламному. «Подобное» – понятие математическое, формализующее качество предметов. «Подобное» в реальности, как правило, подменяет подлинное качество. Почему? Потому что подобное нивелирует качество товара.

Качество тождественно оригинальности, самому себе. Вино одного и того же производителя, изготовленное по многовековому рецепту, различается в цене в зависимости от года сбора урожая винограда. Ассортимент оправдан тогда, когда в нем реализуется разнообразие оригинального качества и качественных состояний.

Вытесняя импорт с рынка, нужно быть готовым развернуть дисперсию качеств собственной продукции. А здесь наш социалистический опыт не велик и его необходимо наращивать всеми доступными мерами. В частности, предлагается увеличение в общем объеме до 46 процентов доли инновационной продукции.

Двигаться вперед заставляет прогресс, но вряд ли есть смысл спешить. В массовом сознании есть законы. Оно консервативно. Умной экономику делают не менеджеры, умной она станет, обретя соответствие устойчивым интересам общественной востребованности. Надо не за новациями гоняться, – изучать здравый смысл в народном сознании.

Китайцы не любят перемен в политике. Россияне боятся перемен в ассортименте. Сравнивая рекламируемые преимущества новейших товаров с настоящими материалами и свойствами достаточно забытых вещей, они понимают траекторию качества: будет хуже и дороже. 1990-е годы чему-то нас научили, по крайней мере, эйфория ассортимента прошла. Потребителю присуще стремление к новому, но опытный потребитель избирательно относится к обновлению, сообразуя витринное разнообразие со вкусом, выработанным опытом потребления.

Увеличение экспорта за планируемую время в 3 раза и доведение до 3 – 5 млрд долларов – весьма оптимистичное обязательство. Поэтому такой непривычный для статистики разброс значений. Что же касается задачи на 10 процентов сократить теневое производство и нелегальный ввоз, то здесь все выглядит реально, отражает требования лоббистов. Логика интересная: внешний рынок для нас – проблема решаемая, то же, что у нас внутри, – нам существенно изменить не по силам.

Нехотя чиновники борются с нелегалами. Очень уж большие деньги крутятся в теневом бизнесе, столько на экспорте не заработаешь. Между прочим, наш «конек» в легкой промышленности, на середину 2010-х, не освоение чужого пространства, а строительство собственного рынка, иначе переходный период экономики от социализма к капитализму затянется надолго, и наш капитализм будет образца европейского начала XIX века.

Среди специалистов по мировой экономике бытует мнение о начале массового исхода капитала из Китая. В оценках статистических данных следует проявлять больше сдержанности. Мировые финансовые потоки словно «капризные» реки разливаются непредсказуемо, инвестиции переливаются разнонаправлено и волнообразно. Даже значительное время наблюдения не служит достаточным основанием для однозначного заключения. Во всяком случае,

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

Китай продолжит наращивать свое производство. Отток финансов и свертывание производства их не пугает. Китай в недавнем прошлом закалился, развиваясь по формуле Мао – «опираться на собственные силы». Расположиться на китайском рынке нам можно, создавая совместные предприятия. Таковую инициативу китайцы поддержат. Проще продвигать экспорт в соседние страны, предлагая более дешевые качественные товары по меньшим ценам. В молодых странах, ассоциированных в Европейское сообщество, население почувствовало ценовой прессинг и учиться считать евро.

Триста лет назад Петр I проложил торговый путь в Европу, обеспечив отечественным купцам движение на Запад. Вплоть до советского периода, Россия оставалась поставщиком европейским партнерам сельскохозяйственного и природного сырья. На нашем сырье работала европейская легкая промышленность, разумеется, не только на нем, но отечественный продукт слыл на Западе качественным, пользовался устойчивым спросом. В памяти европейцев сохранилась на генетическом уровне история экономических отношений с Россией. Надо активировать память. В.В. Путин прав, поручив всесторонне заняться совершенствованием имиджа страны среди иностранцев.

Часто успехи Китая в науке, технике, привлечении инвесторов связывают с гигантских размеров диаспорой во всех частях света. Бывших россиян естественно меньше. Тем не менее, их много и они тоже разбросаны судьбой по всему Свету. Большая часть эмигрантов дорожит исторической родиной и наверняка не против помочь, в меру сил, созданию доверия и интереса к российским производителям.

Человечество, к счастью, не перестало удивляться. Любопытство тянет к новому, необычному, хочется хорошего, нужного, красивого и недорогого. Простая доступность товара осталась критерием приобретения в совсем уже бедных уголках Земли, у населения, находящегося ниже черты бедности. Все остальные научены «разнообразием» дешевых, неизвестно где и как изготовленных товаров [12].

Рекламная броскость внешнего вида и надоедливая реклама, уверяющая как они прекрасны, уводят покупателя в недавнее прошлое, которое обернулось полным разочарованием и потерей уплаченных денег. Китайские власти еще в 1980-е наказывали вплоть до казни за поддельные товары, справедливо считая, что спекуляция на национальном авторитете подрывает статус державы. Не наше дело искать истинные мотивы либерализации государственного отношения к производству ширпотреба, однако абсолютно ясно, что к началу третьего тысячелетия репутация Китая

как страны, некогда производившей качественные товары массового спроса, достигла критических значений.

История – лучший из учителей. Извлекая уроки из исторического опыта и корректируя деятельность в реальном времени, много можно добиться. Ни в коем случае нельзя терять контроль за качеством товаров, ничто не может быть оправданием подобной политики. Массовость и разнообразие можно совместить с качеством. Нужна новизна впечатления – от вида, материала, возможностей изделия.

Оболащаться благоприятными предпосылками перспективы освоения новых рынков и укрепления позиций на существующих не следует. Предпосылки – это всего лишь реальные возможности. Возможности «ждут» деятельности трансформирующей их в действительную реальность. К сожалению, деятельность не только превращает один уровень реальности в другой. Она пересекает в себе различные интересы. Именно разнонаправленность интересов является регулирующим фактором движения к экономической цели.

Конкуренция за внешний рынок не ограничена внешним противоборством субъектов, экономических интересов. В экономической политике действуют «пятые колонны», представляющие и энергично защищающие цели противников. Они обрабатывают затраченные на свои действия финансы. Такова мировая практика, поэтому столь актуально благие намерения сочетать с волей и практической энергией. Выживает сильнейший. Сильнейшим же в борьбе за рынок бывает тот, кто умело пользуется сложившейся конъюнктурой и не экономит на продвижении товара, помня, сколько платит скупой.

Многое, как показывает зарубежная практика, определяется политической волей. Государство действует в рамках международных отношений, но у него всегда есть легальные рычаги управления экономическими процессами. Гособоронзаказ позволил довести долю продукции отечественных предприятий легпрома до 70 %, оставив в неведении тех, кто логично вопрошает: почему не 100? Вопрос ведь не риторический.

Массовый заказ способствует технологическому прогрессу, снижает безработицу в сложных регионах, включает резервы профессионального образования. Если не хватало производственных мощностей, можно было и не спешить с переходом. Сначала подготовить производство. Время-то не военное. А так треть производства разместили у конкурентов, осложнив условия развития отрасли. Скачок от старых 30 % к новым 70 –

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

бесспорно шаг в правильном направлении, однако последовательности в движении нет, ибо «кормить» конкурента и надеяться на ускоренное завоевание зарубежного рынка не логично.

Рынок – сложная и неоднородная система. Системообразующий фактор рынка – противоположность интересов продавца и покупателя. Один стремится продать товар и получить прибыль, другой – купить и сэкономить. Разрешение противоречия интересов заложено в соответствии цены качеству.

На пути покупателя, как в сказке, расставлены препятствия. Надо сбросить чары рекламного пиара, разобраться в признаках качества, так как рынок допускает практически неограниченную технологию обмана, к примеру, имитацию качества, быть в курсе реальных цен (с учетом того, что на рынке товар дешевле, чем в бутиках и супермаркетах – ниже издержки, нелегальная доставка и т.п.). Покупателя спасает искусство выбирать и мыслить в границах «здорового смысла». Здравый смысл – надежный «лоцман» в движении по рыночным порогам и отменяем, но и в нем есть искушение, когда предлагают нечто необычное, вызывающее значимые ассоциации.

Лен – традиционный товар российского экспорта. Изделия из льна или с добавлением льна популярны. Они гигиеничны, экологичны, приятны в чувственном восприятии, льняная ткань технологична, эстетична, не требует деликатного отношения, всесезонна.

Производство льна и льняной ткани резко упало из-за депрессии сельского хозяйства в годы «судьбоносных» реформ. Надо стимулировать крестьян. Лен выращивать и выделывать трудоемко. Без специальной техники не обойтись. При создании технических условий и экономическом стимулировании производителя наладить дело можно быстро. Российские умельцы догадались использовать лен в сочетании с крапивой. Крапива не нуждается в рекламе. По своим свойствам она вполне конкурентна льну. К тому же имеет авторитет сильного и стойкого антибактериального средства, стимулятора кровообращения, нейростимулятора. Изделия из смесовой ткани на ярмарках Сибири ушли на ура! Привезли же новинку из нечерноземного российского запада. Нет никаких сомнений, что западный потребитель с интересом отнесется к новинкам. И на Востоке они будут востребованы.[13]

Наше государство планирует организацию текстильных кластеров в нескольких районах. Вероятно, оно учтет и сельскохозяйственные особенности тех мест, где вырастут обещанные кластеры. Материалоемкое производство, организуемое в крупных размерах, должно быть максимально приближено к сырьевой базе. Тем

более в условиях роста опережающими темпами тарифов на перевозки. Разделение производителя конечного продукта и производства необходимого сырья ложится удвоенной нагрузкой на производителя и на продавца. В итоге страдает потребитель на розничной продаже, что при неустойчивости развития экономики бумерангом вернется в производство. Почему на Западе проще нашего выходят из кризиса и депрессии? Ответ ищите на рынке. Нормально организованный рынок за три столетия существования капитализма автоматически реагирует на снижение покупательской платежеспособности. В тяжелые для экономики времена бизнесмены стараются заполучить деньги покупателя уменьшением ценовой нагрузки на его «кошелек». Практика уничтожения лишней массы товара для поддержания цены осталась в прошлом. Рынок стимулирует массовый доступ покупателей к продукции различными акциями. Производители придумывают как старое сделать дешевым новым. Взгляд на качество в такое время упрощается и теряет актуальность до очередного экономического подъема.

У нас на рынке ничего подобного нет. Невольно возникает вопрос: нам так же нужно настроиться на трехсотлетнее ожидание или есть другой путь? Для тех, кто включается в движение по ходу последнего, история дает шанс заметно ускориться. Надо мобилизоваться на целевую установку. Требуется опять-таки политическая воля. Самодвижение экономики делается основным механизмом на этапе развитой экономики и должным образом настроенного национального сознания.

Общественному сознанию нужна ясная, симпатичная цель и уверенность в том, что цель эта общая и плоды будут справедливо разделены. Одно общественное устройство мы уже строили, демреформы нас разорили. Вопрос: кто виноват? задавать перестали. Остался вопрос: что делать? Этот вопрос вечный и ответ на него нормальный человек ищет всегда, обращаясь к социальным институтам и политикам, управляющим социальным развитием.

Без энергичной сельскохозяйственной политики российский легпром не решит поставленных стратегических задач. В свою очередь, поднять сельхозпроизводство без научной поддержки в XXI веке немыслимо. Процесс усложняет реформирование российской науки. Следовательно, надеяться остается на то, что издержки не будут непомерными и время не бескрайним. И еще важно не растерять в неизбежной суете и финансовом дефиците позитивного опыта.[14]

Развал СССР лишил Россию хлопковой базы и поставил в зависимость от капризных

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

поставщиков с национальными амбициями. Но оказалось, что не растеряла страна способности «производить своих ньютонов». Политикам ученые – селекционеры противопоставили свои ультрасовременные разработки. Был создан скороспелый сорт хлопка, отличающийся от мировых эталонов большей устойчивостью к засухе – «АС-1». В 2012 году собрали первый урожай хлопка на территории Астраханской области, переработали и изготовили качественное хлопковое полотно.

Логика свидетельствует, что задача создать в стране собственную сырьевую базу для развития легпрома, должна быть приоритетной. Техническое и технологическое оснащение, подготовку кадров нужно осуществлять в контексте именно ее. Разумеется, все представленные действия взаимосвязаны. Базу придется строить и совершенствовать специалистам, без современной техники и технологий обеспечить производство сырья не получится. Кластеры останутся благими мечтами без сбалансированной системы строительства того направления в экономике, которое кто-то в насмешку назвал «легкой» промышленностью. Легкую промышленность ждут тяжелые годы, но в России «тяжело» и «успешно» всегда были в одной упряжке.

Заключение

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, которой 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.

Многие 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» осмотрительностью, 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». [15]

Содержание любого события зависит от рамки, в которой мы его воспринимаем.

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 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.

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 проактивность.* Под проактивностью 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 (рисунок 3), что для достижения *личной победы* (победы над собой) человеку как минимум нужно еще два навыка (рисунок 2) (кроме - «Будь проактивным» (1): это – «Начинай, представляя конечную цель» (2), и «Сначала делай то, что

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

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. [15]

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».

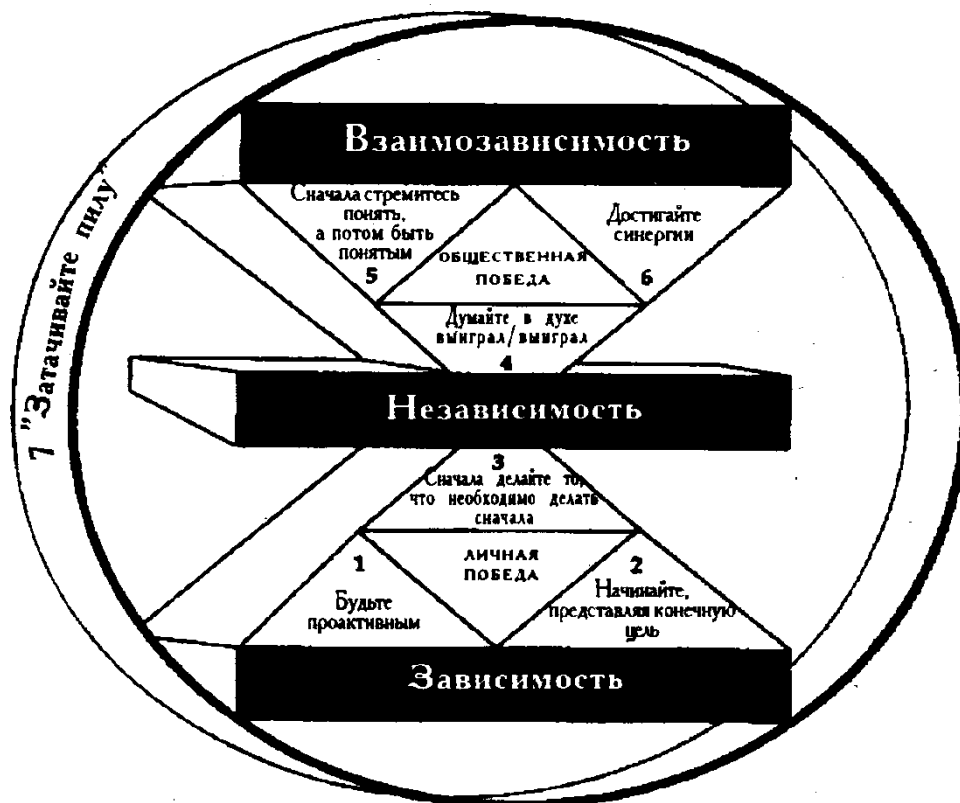


Рисунок 2 - Матрица управления временем:

1 – Будь проактивным, 2 – Начинать, представляя конечную цель 3 – Сначала делай то, что необходимо делать сначала 4 - Думайте в духе выиграл/выиграл 5 – Сначала стремитесь понять, а потом быть понятым 6 - Достигайте синергии 7 – «Затачивайте 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.

В заключение 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

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

– 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.

Вновь хочется вспомнить ещё одну русскую поговорку: «Что пока гром не грянет, мужик не перекрестится». Неужели обязательно наступить на грабли, получить осязаемый удар по лбу и закричать – «Фу, вспомнил название этого инструмента, что это грабли». Смешно и грустно, и все же верим в здравый смысл, что истина дороже и правда восторжествует – мы сможем реанимировать эту самую легкую промышленность, что и подтвердили эксперты – респонденты, проявив единодушие, по основным критериям оценки конкурентоспособности предприятий легкой промышленности, перечень которых, утвержденный по итогам совещания, приведены ниже. [3]

1. Правительству Российской Федерации:

а) предусмотреть при формировании проекта федерального бюджета на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов предоставление государственной поддержки предприятиям лёгкой промышленности ежегодно в объёмах не ниже уровня 2017 года.

Доклад – до 15 октября 2018 г. и до 15 января 2019 г.;

б) предусмотреть в рамках Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы формирование подпрограммы, направленной на обеспечение лёгкой промышленности качественным сельскохозяйственным сырьём, а также реализацию противоэпизоотических мероприятий в целях ликвидации гиподерматоза крупного рогатого скота.

Срок – 1 февраля 2019 г.;

в) рассмотреть вопрос об установлении на федеральном уровне льгот по налогу на имущество организаций в отношении движимого имущества в целях стимулирования модернизации производства и обеспечить внесение соответствующих изменений в законодательство Российской Федерации;

г) принять меры по смягчению в рамках двусторонних международных соглашений с центральными ветеринарными органами зарубежных стран ветеринарных требований, предъявляемых к кожевенному сырью, ввозимому на территорию Российской Федерации;

д) определить реализацию тонкой и полутонкой шерсти, длинного льняного волокна

перерабатывающим предприятиям, расположенным на территории Российской Федерации, в качестве обязательного условия предоставления государственной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям, осуществляющим производство данной продукции, и обеспечить внесение соответствующих изменений в нормативные правовые акты;

е) предусмотреть внесение в законодательство Российской Федерации изменений, направленных на развитие системы обеспечения прослеживаемости оборота товаров легкой промышленности.;

ж) рассмотреть вопрос о целесообразности введения утилизационного сбора в отношении обуви;

з) совместно с акционерным обществом «Российский экспортный центр» представить предложения по содействию развитию экспорта российской продукции легкой промышленности, в том числе путём компенсации затрат, связанных с выходом названной продукции на внешние рынки.

Радует, что предполагается их реализация в полном объёме и установленные сроки, понимая ответственность названных лиц и наличие у них мотивации действий.

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

Названные концепции 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. Так, например, в концепции Маслоу потребности расположены иерархически, и восхождение по ним идет снизу вверх. В теории Альдерфера также имеется определенная иерархия. Однако эта теория в качестве одного из важнейших положений имеет утверждение о том, что движение по иерархии может осуществляться как снизу вверх, так и обратно сверху вниз в том случае если не удовлетворяется потребность верхнего уровня. МакКлелланд ввел по отношению к рассматриваемым им потребностям идею их приобретения: и развития под влиянием обучения и жизненного опыта. При этом он принимает во внимание взаимоотношение отдельных групп потребностей, отойдя от рассмотрения изолированного влияния отдельных групп потребностей на поведение человека. В теории Герцберга потребности делятся на две большие группы: *мотивирующие* и *«здоровья»*. Тем самым указывается на то, что не все потребности постоянно оказывают мотивирующее влияние на человека, а

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

только те из них, которые приводят к развитию состояния удовлетворенности.

Как видно, 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.[16]

В таблице 1 дано некое условное соответствие групп потребностей мотивации человека к действию, выделяемых в данных четырех концепциях.

Таблица 1 – Характеристика мотивации человека и действий, сформулированные в своих концепциях Маслоу, Альдерфера, МакКлелланда и Герцберга.

ТЕОРИИ	ГРУППЫ ПОТРЕБНОСТЕЙ				
Теория Маслоу	Потребность самовыражения	Потребность признания и самоутверждения	Потребность принадлежности и причастности	Потребность безопасности	Физиологические потребности
Теория Альдерфера	Потребность роста		Потребность связи	Потребность существования	
Теория МакКлелланда	Потребность достижения		Потребность властвования	Потребность соучастия	
Теория Герцберга	Мотивирующие факторы			Факторы здоровья	

Взаимодействие человека и группы всегда носит двусторонний характер; человек своим трудом, своими действиями способствует решению групповых задач, но и группа оказывает большое влияние на человека, помогая ему удовлетворять его потребности безопасности, любви, уважения, самовыражения, формирования личности, устранения беспокойств и т.п. Отмечено, что в группах с хорошими взаимоотношениями, с активной внутригрупповой жизнью люди имеют лучшее здоровье и лучшую мораль, они лучше защищены от внешних воздействий и работают эффективнее, чем люди, находящиеся в изолированном состоянии либо в «больных» группах, пораженных неразрешимыми конфликтами и нестабильностью. Группа защищает индивида, поддерживает его и обучает как умению выполнять задачи, так и нормам и правилам поведения в группе.

Но группа не только помогает человеку выживать и совершенствовать свои профессиональные качества. Она меняет его поведение, делая человека зачастую существенно отличным от того, каким он был, когда находился вне группы. Эти воздействия группы на человека имеют много проявлений. Укажем на некоторые существенные изменения в поведении человека, происходящие под влиянием группы.

Во-первых, под общественным влиянием происходят изменения таких характеристик

человека, как восприятие, мотивация, сфера внимания, система оценок и т.д. Человек расширяет сферу своего внимания за счет усиления внимания к интересам других членов группы. Его жизнь оказывается в зависимости от действий его коллег, и это существенно меняет его взгляд на себя, на свое место в окружении и на окружающих.

Во-вторых, в группе человек получает определенный относительный «вес». Группа не только распределяет задания и роли, но и определяет относительную позицию каждого. Члены группы могут делать совершенно одинаковую работу, но иметь при этом разный «вес» в группе. И это будет дополнительной существенной характеристикой для индивида, которой он не обладал и не мог обладать, находясь вне группы. Для многих членов группы эта характеристика может быть не менее важной, чем их формальная позиция.

В-третьих, группа помогает индивиду обрести новое видение своего «я». Человек начинает идентифицировать себя с группой, и это приводит к существенным изменениям в его мировосприятии, в понимании своего места в мире и своего предназначения.

В-четвертых, находясь в группе, участвуя в обсуждениях и выработке решений, человек может выдать также предложения и идеи, которые он никогда не выдал бы, если бы осмысливал проблему в одиночку. Эффект

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

воздействия на человека «мозговой атаки» существенно повышает творческий потенциал человека.

В-пятых, отмечено, что в группе человек гораздо в большей мере склонен принимать риск, чем в ситуации, когда он действует один. В ряде случаев эта особенность изменения поведения человека является источником более действенного и активного поведения людей в групповом окружении, чем, если бы они действовали в одиночку.

Неверно думать, что группа меняет человека так, как ей захочется. Часто многим воздействиям со стороны группы человек долго сопротивляется, многие воздействия он воспринимает только частично, некоторые он отрицает полностью. Процессы адаптации человека к группе и подстройки группы к человеку являются неоднозначными, сложными и зачастую достаточно длительными. Входя в группу, вступая во взаимодействие с групповым окружением, человек не только изменяется сам, но оказывает воздействие на группу, на других ее членов.

Находясь во взаимодействии с группой, человек пытается различными способами воздействовать на нее, вносить изменения в ее функционирование с тем, чтобы это было приемлемо для него, удобно ему и позволяло ему справляться со своими обязанностями. Естественно, и форма воздействия, и степень влияния человека на группу существенно зависят как от его личностных характеристик, его возможностей оказывать влияние, так и от характеристик группы. Человек обычно выражает свое отношение к группе с позиций того, что он считает. При этом его рассуждения всегда находятся в зависимости от той позиции, которую он занимает в группе, от выполняемой им роли, от возложенного на него задания и соответственно от того, какие цели и интересы он преследует сам лично.

Взаимодействие человека с группой может носить либо характер кооперации, либо слияния, либо конфликта. Для каждой формы взаимодействия может наблюдаться различная степень проявления. То есть, например, можно говорить о скрытом конфликте, о слабом конфликте или же о неразрешимом конфликте.

В случае кооперации между членом группы и группой устанавливаются доверительные и благожелательные отношения. Человек рассматривает цели группы как не противоречащие его целям, он готов к поиску путей улучшения взаимодействия, положительно, хотя и с переосмыслением собственных позиций, воспринимает решения группы и готов к поиску путей поддержания отношений с группой на взаимовыгодной основе.

При слиянии человека с группой наблюдается установление таких отношений между человеком и остальной частью группы, когда каждая из сторон рассматривает другую как органически единую с ней составляющую целого, являющегося группой. Человек строит свои цели исходя из целей группы, в значительной мере подчиняет свои интересы интересам группы и идентифицирует себя с группой. Группа, в свою очередь, также старается смотреть на индивида не как на исполнителя определенной роли, а как на полностью преданного группе человека. В этом случае группа берет на себя заботу о человеке, рассматривая его проблемы и трудности как свои, старается оказать ему содействие в решении не только производственных задач, но и в решении его личных проблем.

Естественно, организация заинтересована в том, чтобы ее члены вели себя определенным образом.

Возможный подход к решению данной проблемы — это подбор людей с определенными качествами, которые могут гарантировать желаемое для организации поведение ее членов. Однако следует признать, что данный подход имеет ограниченное применение, так как, во-первых, не всегда можно найти людей с необходимыми характеристиками, во-вторых, нет абсолютной гарантии, что они будут вести себя обязательно таким образом, как этого ожидает организация, и, в-третьих, требования к поведению членов организации со стороны организационного окружения могут меняться во времени, входя в противоречие с теми критериями, по которым люди отбирались в организацию.

Второй подход, в принципе не исключаящий первого, состоит в том, что организация влияет на человека, заставляя его модифицировать свое поведение в нужном для нее направлении. Данный подход возможен и базируется на том, что человек обладает способностью обучаться поведению, менять свое поведение на основе осознания своего предыдущего поведенческого опыта и требований, предъявляемых к его поведению со стороны окружения.[16]

Научение поведению можно определить как достаточно устойчивый во времени процесс изменения поведения человека на основе опыта, отражающего действия человека и реакцию окружения на эти действия.

Для научения поведению характерно наличие нескольких моментов.

Во-первых, научение может идти как на собственном опыте, так и на опыте других людей.

Во-вторых, научение поведению не обязательно касается только собственно

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

реального поведения. Оно может касаться потенциального поведения, т.е. такого поведения, которое может быть осуществлено человеком, но которое не осуществляется им в его практике поведения.

В-третьих, научение поведению всегда выражается в изменении человека. Даже в том случае, когда непосредственное поведение не претерпело изменений, человек уже становится другим, так как изменяется его поведенческий потенциал.

Выделяется три типа научения поведению.

Первый тип связан с рефлекторным поведением человека, с тем, что названо в учении И. Павлова условным и безусловным рефлексом. Если, например, начальник приходит к подчиненным тогда, когда он чем-то недоволен, раздражен и намерен сделать им выговор, то всякое появление начальника может вызывать страх у подчиненных, желание избежать этой встречи независимо от того, зачем он к ним пришел. То есть появление начальника вырабатывает условный рефлекс желания скрыться с его глаз.

Второй тип научения поведению базируется на том, что человек делает выводы из последствий своего предыдущего опыта, осознанно корректирует и меняет свое поведение. Теоретическое описание данного типа научения в первую очередь опирается на исследования Б. Скиннера, который создал основы теории зацепления осуществленного поведения в зависимости от его последствий. Суть этой теории сводится к тому, что если человек видит, что его поведение приводит к благоприятным последствиям, то он стремится повторять данное поведение, если же последствия оказываются негативными, то желание вести себя и далее аналогичным образом будет существенно снижено. То есть поведение человека задается сознательным осмыслением результатов предыдущего поведения.

Третий тип научения поведению — это обучение на основе наблюдения поведения. Обычно это наблюдение чужого поведения. Человек, регулярно наблюдая, как ведут себя окружающие его люди, автоматически начинает подражать к их поведению свое собственное поведение. Он перенимает их стиль и манеры, навыки выполнения операций и т.п. Часто проводится целенаправленное наблюдение чужого поведения с целью перенять для себя что-то полезное. С развитием средств видеозаписи объекта расширяются возможности наблюдения и, в частности, расширяется, объект наблюдения. Теперь человек может просматривать, записи своего собственного поведения, что также может существенно влиять на корректировку поведения. Очевидно, что все три типа научения поведению

должны учитываться руководством организации в его попытках корректировать и формировать поведение членов организации. Не умаляя важности каждого из этих типов научения, тем не менее следует констатировать, что исключительно важную роль в процессе целенаправленного формирования поведения человека в организации играет второй тип научения.

Чему же учится человек в организации, какие стороны его поведения корректируются или меняются в процессе научения?

Во-первых, придя в организацию и далее осуществляя свою деятельность в ней, человек изучает свою функциональную роль: что он должен делать для лучшего выполнения работы, как осуществлять более эффективно работу, как и с кем коммуницировать в процессе работы. При этом он учится расставлять акценты в выполняемой им работе с точки зрения того, что считается в организации более важным, а что менее важным в его деятельности, за что идет вознаграждение, что входит в оценку качества его работы.

Во-вторых, в организации человек учится выполнению формально-процедурных действий, таких, как заполнение различных анкет и форм, оформление заявок, назначение и, проведение встреч, передача, получение и осуществление ответа на полученную информацию, временное оставление рабочего места, приход и уход с работы, парковка автомобиля, ношение одежды определенного типа и т.д.

В-третьих, человек учится правильно понимать и занимать свое место в организации. Он узнает существующие в организации нормы, ценности и сложившиеся на их базе неформальные группы и отношения, учится правильно вести себя с коллегами и руководством, определяет для себя с кем иметь тесные отношения и от кого держаться подальше, кому доверять, на кого полагаться и кого опасаться.

В-четвертых, человек учится тому, как решать свои собственные задачи в организации, как добиваться своих целей. Так, например, он учится тому, как делать карьеру в организации. Либо тому, как добиваться определенных поощрений и вознаграждений. Может человек учиться и тому, как использовать возможности организации либо возможности её отдельных членов для того, чтобы решать свои личные задачи, не связанные с деятельностью организации. Работник может учиться тому, как избегать сложных и рискованных заданий, и даже тому, как, ничего не делая, создавать видимость, что он напряженно работает.[17]

Очевидно, последствия действий зависят от того, как вел себя человек, что он делал. Однако

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

непосредственно они зависят от тех, кто, оценивая действие человека, осуществляет компенсацию за его действия и усилия. В данном случае компенсация понимается в самом широком смысле как внешняя реакция на поведение человека, выражающаяся в том, что человек либо что-то приобретает, либо что-то теряет, чего-то добывается или же чего-то не достигает в результате осуществленных им в форме определенного поведения действий. Компенсация может производиться в различных видах — от материального вознаграждения или наказания до словесного одобрения или осуждения. Компенсация играет исключительно важную роль в научении поведению, так как она оказывает принципиальное влияние на то, происходит ли закрепление осуществленного поведения или же наступает отказ от него. Если отсутствует компенсация, вызывающая у человека представление о последствиях его действий, то фактически не происходит заметной модификации поведения, так как не происходит научения поведению. Поэтому компенсация в управлении людьми играет не только роль вознаграждения за произведенный труд либо роль средства удовлетворения потребностей работников, но и роль средства модификации поведения человека.

Процесс мотивации характеризуется четырьмя теориями, создающими основу для мотивации.

Теория ожидания: ожидание в цепочке "усилия исполнения"; ожидание в цепочке "исполнение – результат"; валентность результата.

Теория постановки целей. Четыре характеристики цели: сложность, специфичность, приемлемость, приверженность.

Теория равенства: сравнение своих результатов действий с результатами других.

Концепция партисипативного управления.

Самая общая концепция процесса мотивации сводится к следующим положениям. Человек, осознав задачи и возможное вознаграждение за их решение, соотносит эту информацию со своими потребностями, мотивационной структурой и возможностями, настраивает себя на определенное поведение, вырабатывает определенное расположение и осуществляет действия, приводящие к конкретному результату, характеризующемуся определенными качественными и количественными характеристиками.

Данная схема не раскрывает еще ни механизма вознаграждения, ни собственно содержания вознаграждения, сущности и содержания оценки, ни превращения оценки в решение. В современной управленческой мысли и практике существует ряд теорий, которые достаточно подробно и на

операционном уровне описывают процесс мотивации. Наиболее известные из них - *теория ожидания, теория постановки целей, теория равенства и теория партисипативного управления*. Они пытаются объяснить, почему люди готовы осуществлять определенные действия, затрачивая большие или меньшие усилия. И, объясняя это, они дают менеджерам ключ к построению действенной системы мотивирования людей, т. е. как следует воздействовать на людей, чтобы побуждать их к результативной работе.

Поведение человека постоянно связано с выбором из двух или нескольких альтернатив. От того, чему человек отдает то или иное предпочтение, зависит, что и как он делает, как он себя ведет и каких результатов он добывается. Теория ожидания разработана для того, чтобы дать ответ на вопрос, почему человек делает тот или иной выбор, сталкиваясь с несколькими альтернативами, и насколько он мотивирован добиваться результата в соответствии, с сделанным выбором. В самом обобщенном виде *теорию ожидания* можно сформулировать как учение, описывающее зависимость мотивации от двух моментов: как много человек хотел бы получить и насколько возможно для него получить то, что он хотел бы получить, в частности, как много усилий он готов затрачивать для этого. Например, начинающий бизнесмен из провинции приезжает на переговоры о начале совместного бизнеса с представителями крупных фирм, расположенных в городе, являющемся признанным центром деловой активности. Для поддержания своего реноме он не будет останавливаться в гостинице, имеющей репутацию второсортной, хотя и являющейся дешевой. В то же время у него нет средств, чтобы остановиться в шикарной гостинице. Поэтому, по-видимому, он остановится в такой гостинице, которая является достаточно престижной и на проживание в которой у него хватит средств.

Процесс мотивации по теории ожидания складывается как бы из взаимодействия трех блоков: 1) *усилия*; 2) *исполнение*; 3) *результат*. Теория ожидания изучает и описывает взаимодействие этих трех блоков. При этом усилия рассматриваются как следствие, и даже результат мотивации. Исполнение рассматривается - как следствие взаимодействия усилий, личных возможностей и состояния среды, а результат, как функция, зависящая от исполнения и, от степени желания получить результаты определенного типа.

Теория ожидания объясняет то, как строится процесс мотивации человека к деятельности, исходя из увязки в единое целое представлений человека о необходимых для выполнения работы усилиях, ее практическом исполнении и

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

результатах, ожидаемых в ответ на выполненную работу. При этом ключевыми точками концентрации внимания теории являются: 1) ожидания по цепочке «усилия — исполнение»; 2) ожидания по цепочке «исполнение — результаты второго уровня и 3) валентность результатов.

В соответствии с теорией ожидания, мотивация человека к исполнению работы зависит от того, насколько он заинтересован или не заинтересован выполнять ее, насколько работа привлекательна для него. Принимая решение по поводу того, что делать и какие усилия затрачивать, человек обычно отвечает самому себе на вопрос, касающийся того, насколько нужно ему это делать. То есть при выборе альтернативы человек думает о том, если он поведет себя соответствующим образом, будет соответствующим образом исполнять работу, приведет ли это к определенному результату первого уровня. В этом случае у него формируется ожидание результата первого уровня. Кроме этого, человек отвечает на вопрос о том, что он получит в результате успешного выполнения работы.

Это уже выработка ожидания результатов второго уровня. И, наконец, он решает для себя, насколько ценным будет для него этот результат, т.е. он оценивает валентность результата второго уровня. В зависимости от того, к какой окончательной оценке человек придет, будет формироваться его мотивация на выполнение работы.[18]

Основные положения теории ожидания состоят в следующем.

Во-первых, так как данная теория подчинена идее поиска ответа на вопрос, как мотивация влияет на выполнение работы, то исходный постулат состоит в том, что исполнение определяется произведением значений двух факторов: возможности человека и его мотивации.

Во-вторых, утверждается, что мотивация задается произведением величины ожидания результатов первого уровня на величину валентности результатов первого уровня. И, наконец,

в-третьих, валентность результатов первого уровня задается произведением величины валентности результатов второго уровня на ожидания отдельных результатов второго уровня. Человек выбирает ту альтернативу, где будет выше мотивация.

Используя различные приемы, менеджер для успешного управления подчиненными должен построить управление организацией таким образом, чтобы работник был уверен, что, работая на достижение организационных целей, он тем самым создает условия для наилучшего достижения результатов второго уровня.

В теории ожидания считается, что для того, чтобы смог осуществиться процесс мотивирования, должен быть выполнен ряд предварительных условий. Такими условиями являются:

- наличие у работников достаточно высокой степени ожидания результатов первого уровня;

- наличие достаточно высокой степени ожидания результатов второго уровня и

- суммарная неотрицательная валентность результатов второго уровня.

На практике это означает, что работник должен иметь устойчивое представление о том, что от его усилий зависят результаты его труда, что из результатов его труда вытекают для него определенные последствия, а также то, что результаты, получаемые им, в конечном счете, имеют для него ценность. При отсутствии одного из этих условий процесс мотивирования становится исключительно сложным или же даже неосуществимым.

Делая общий вывод относительно теории ожидания, необходимо отметить, что она исходит из того, что люди осуществляют свои действия в соответствии с тем, к каким возможным последствиям для них эти действия могут привести. Люди на основе доступной им информации делают выбор одной из альтернатив действия, исходя из того, что они получают в результате и какие усилия они должны будут затратить, чтобы достичь этого результата. То есть, по теории ожидания, человек ведет себя в соответствии с тем, что, по его мнению, произойдет в будущем, если он произведет определенные затраты усилий.

Теория постановки целей исходит из того, что поведение человека определяется теми целями, которые он ставит перед собой, так как именно ради достижения поставленных перед собой целей он осуществляет определенные действия. При этом предполагается, что постановка целей - это сознательный процесс, а осознанные цели и намерения - это то, что лежит в основе определения поведения человека.

В общей виде базисная модель, описывающая процесс постановки целей, выглядит следующим образом. Человек с учетом эмоциональной реакции осознает и оценивает события, происходящие в окружении. На основе этого он определяет для себя цели, к достижению которых он намерен стремиться, и, исходя из поставленных целей, осуществляет определенные действия - выполняет определенную работу. То есть ведет себя определенным образом, достигает определенного результата и получает от этого удовлетворение.

Теория постановки целей утверждает, что уровень исполнения работы непосредственно или опосредованно в значительной степени зависит от четырех характеристик целей:

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

- сложность;
- специфичность;
- приемлемость;
- приверженность.

Эти четыре характеристики цели влияют как, собственно, на цель, так и на те усилия, которые человек готов затрачивать, чтобы достичь поставленной перед ним цели.

Сложность цели отражает степень профессиональности и уровень исполнения, необходимый для ее достижения. Существует непосредственная связь между сложностью цели и выполнением работы. Чем сложнее цели ставит перед собой человек, тем лучших результатов он добивается. Исключение составляет тот случай, когда ставятся цели нереалистично высокие, которые в принципе не могут быть достигнуты. В этом случае, как утверждает теория постановки цели, результат действий не превышает результата, которого добиваются те, кто ставил умеренные, но достижимые цели. *Поэтому повышение целей, хотя оно и оправданно, может приводить к повышению результатов труда только в том случае, если будет сохраняться шанс достижения целей.*

Специфичность цели отражает количественную ясность цели, ее точность и определенность. Экспериментальными исследованиями было установлено, что более конкретные и определенные цели ведут к лучшим результатам, к лучшему исполнению работы, чем цели, имеющие широкий смысл, с нечетко определенным содержанием и границами. *Человек, имеющий цели слишком широкого смысла и содержания, демонстрирует такое же исполнение работы, как и тот, кто совершенно не имеет целей.* В то же время слишком большое сужение целей может привести к тому, что за бортом рассмотрения у человека могут остаться важные аспекты осуществляемой им деятельности. Это также негативно скажется на исполнении им своей работы.

Приемлемость цели отражает степень, до которой человек воспринимает цель как свою собственную. Приемлемость цели оказывает существенное влияние на то, как воздействуют на исполнение работы сложность и специфичность цели. Если человек не примет цель, то и сложность, и специфичность цели будут иметь очень слабое влияние на исполнение работы. Приемлемость цели человека напрямую зависит от того, воспринимается ли она им как достижимая, и от того, какие выгоды он может получить при достижении цели. Если выгоды не очевидны, то цель может быть не принята. *Поэтому в руководстве организация должно существовать четкое осознание значимости, важности проведения действий, которые бы делали цель*

достижимой, выгодной, справедливой и безопасной в представлении работника.

Приверженность цели отражает готовность затрачивать усилия определенного уровня для достижения цели. Это очень важная для уровня; и качества исполнения характеристика цели, так как она может играть решающую роль на стадии исполнения, если реальность, трудности выполнения работы будут существенно отличаться от того, какими они представлялись на стадии постановки цели. Приверженность цели может возрастать по мере исполнения работы, а может и понижаться. Поэтому *руководство должно постоянно отслеживать уровень приверженности цели со стороны работников и осуществлять необходимые меры для поддержания ее на должном уровне.*[18]

В теории постановки целей при рассмотрении зависимости исполнения от целей подчеркивается, что *качество исполнения зависит не только от определяемых целью усилий работника, но и от двух групп факторов: 1) организационные факторы и 2) способности работника.* При этом данные группы факторов могут влиять не только на качество и содержание исполнения, но и на цели, оказывая тем самым опосредованное влияние на мотивацию и, следовательно, дополнительное влияние на исполнение. Так, например, если в работе слабо присутствует обратная связь от результатов труда, то это может снижать степень влияния цели на усилия работника по выполнению работы.

Последним шагом процесса мотивации в теории постановки цели является удовлетворенность работника результатом. Особое значение данного шага состоит в том, что он не только завершает цепочку процесса мотивации, но и является исходным для осуществления следующего цикла мотивации.

Человек осуществляет определенные действия в соответствии с давлением на него совокупности внутренних и внешних по отношению к нему сил. Совокупность этих сил, называемая мотивацией, вызывает у людей далеко не одинаковую реакцию. Поэтому невозможно однозначно описать процесс мотивации. В то же время на основе эмпирических исследований было разработано несколько концепций, описывающих факторы, влияющие на мотивацию и содержание процесса мотивации.

Так называемые теории содержания мотивации основное внимание уделяют тому, как различные группы потребностей оказывают влияние на поведение человека. Широко признанными концепциями этой группы являются теория иерархии потребностей Маслоу, теория ERG Альдерфера, теория двух факторов Герцберга и теория приобретенных потребностей МакКлелланда. Несмотря на принципиальные

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

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

Процесс мотивации раскрывается в теориях, пытающихся объяснить, почему люди готовы осуществлять определенные действия, затрачивая большие или меньшие усилия. Теория ожидания, теория постановки целей, теория равенства и теория партиципативного управления, объясняя то, как следует воздействовать на людей, чтобы побуждать их к результативной работе, дают менеджерам ключ к построению действенной системы мотивирования людей для успешной реализации поставленных перед ними задач.

На рынке складывается специфическая культурная картина, сложная для понимания. Культурой покупателя государство всерьез не интересуется. Прежний опыт культурного просвещения и воспитания изгнан. «Свято место пусто не бывает» и вместо государства пришли организации из структуры гражданского общества, у которых нет ни официальных полномочий, ни действенных механизмов, ни требуемых финансовых средств. Ученые экономисты убеждают предпринимателей, что нужно отсекают все, не входящее непосредственно в производство, сокращая расходы, повышая рентабельность. Поступая так, предприниматели загоняют себя в ловушку стихийности и капризов рыночной стихии, отказываясь от рычагов управления спросом.

«Рачительная экономка», приходящая на смену нынешнему нерационально устроенному массовому производству, ориентированному на абсолютизацию свободы выбора товара потребителем, когда ассортимент обязан удовлетворять запрос здесь и сейчас, иначе продавец потеряет клиентов и поставит под вопрос продолжение своего бизнеса, «завязана» на знание потребности конкретного покупателя. Разумеется, такое знание специфично, оно ориентировочное, относительное, условное, больше похоже на знание предположение, но все-таки знание в отличие от абстрактной установки типа: покупатель пришел за товаром, и он должен его купить, мы же обязаны ему помочь. Как конкретно? Не знаем, поэтому инициируем его желание ассортиментом. Определенная логика и этика в подобных размышлениях присутствуют. Сдерживает от поддержки цена этой логики – высокий уровень издержек и нагрузки на естественную среду. Их ведь не спишут, распределят по потребителям, увеличив цену покупки.

«Привлекательность товара» способна стать магнитом, инициирующим интерес покупателя. Недаром В.И Даль толковал «привлекательность»

как «притягательность», «магнетизм». Экономическая система формируется производственными отношениями, радикальных преобразований существующей системы экономики поэтому не будет, произойдет перестройка, перезагрузка, изменяющая не систему, а порядок функционирования системы, векторная эволюция экономической политики. Экономическая система пройдет оптимизацию путем рационализации затрат, минимизации расходов на ассортимент.

Выигрывает ли потребитель? Видимо, да, при условии, что производители и продавцы не поспеют на исследовательские работы потребительского спроса. Здесь уже простейшими исследованиями не обойтись, потребуется глубокий анализ и комплексирование разных подходов – экономического (маркетингового), социологического, культурологического, эргономического, санитарно-гигиенического, акцентирование научных исследований на региональные, национальные особенности. Откроется перспектива реального участия в процессе студентов разного уровня, ускоряя их квалификационное становление.

Что же касается культурной организации рынка, то ее стержнем рационально сделать работу с покупателем и производителем, реальным предметом (объектом) отношений, которых является товар, как совокупность свойств, способных удовлетворить всех субъектов рынка. Товар перейдет из собственности одного в собственность другого только при наличии консенсуса. Консенсус и призван обеспечить рынок. Консенсус – мера рыночной культуры.

Когда же на рынке перейдут от представления о консенсусе к пониманию консенсуса, рынок обретет статус «культурной организации». Можно ускорить этот процесс? Безусловно. Нужно организовать работу на обоих фронтах. И покупатель, и продавец должны быть подготовлены культурно к встрече на рынке. Выполнение действительной миссии рынка определяется качеством информационно-научного его оснащения.

Социальная функция рынка – удовлетворение социокультурных и естественно-необходимых потребностей массового покупателя, способствуя тем самым национальному развитию и политическому прогрессу. Экономическая задача товарного рынка – вовлечь в производство финансовые резервы населения страны, а они немалые, реально сравнимые с годовым бюджетом России.

Конечный этап рыночных отношений – реализация товара, следовательно управлять рынком следует через условия реализации товара,

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

создавая благоприятные условия востребованности товара. Такое управление эффективно и в отношении потребителя, и производителя. Построение рынка по принципу: «здесь и сейчас покупатель должен удовлетворить свой запрос», экономит время и возможно незначительные финансовые средства потребителя, но противоестественно, ибо расточительно для общества и природы. Это «пижонство» по причине политической близорукости.

Государство в состоянии воздействовать на этот процесс через контроль за производством и потреблением, разумеется, в соответствии с законами экономики.

С учетом сказанного можно попытаться сформулировать определение того, что такое расположение. При этом надо иметь в виду, что существует несколько различных взглядов на то, что такое расположение, и однозначного и совершенно четкого определения этого свойства личности дать невозможно.

В общем виде *расположение можно определить как априорное отношение к человеку, группе людей, явлениям, организациям, процессам и вещам, определяющее положительную или негативную реакцию на них.*

Расположение имеет три компоненты. Во-первых, это та часть, которая отражает чувства человека по отношению к объекту: нравится ли он ему или нет. Данная часть называется воздействующей частью расположения. Во-вторых, это знания об объекте, которыми располагает человек. В-третьих, это намерение по поводу того, как вести себя по отношению к объекту. Объединяясь вместе, эти три части формируют расположение человека к объекту, в котором находят динамическую увязку связи между знанием человека об объекте, его чувствами по отношению к этому объекту и его намерениями в отношении этого объекта.

Важными для эффективного управления и установления хороших отношений в организации являются три типа расположения:

- удовлетворенность работой; - увлеченность работой; - приверженность организации.

То, насколько у работников развиты эти расположения, существенно определяет результаты их работы, количество прогулов, текучесть кадров и т.п. Удовлетворенность работой оказывает очень сильное влияние на чувства человека по отношению к работе, поэтому ее можно отнести скорее к воздействующей компоненте расположения. Степень удовлетворенности работой зависит от множества факторов, как внутренних, так и внешних по отношению к человеку.[19]

Однако при большом разнообразии факторов и различной направленности их

влияния на человека выделяется восемь характеристик работы, от которых достаточно устойчиво зависит степень удовлетворенности работой:

- характер и содержание работы; - объем выполняемой работы;
- состояние рабочего места и его окружение (шум, освещенность, комфортность, температура воздуха и т.д.)- сослуживцы;
- руководство (начальство, стиль руководства, участие в управлении);
- оплата работы (все формы компенсации);
- возможности продвижения по работе; - распорядок, правила поведения.

Данные характеристики носят достаточно общий характер. Применительно к каждой реальной работе они могут быть конкретизированы либо дополнены в зависимости от характера деятельности организации, ее характеристик и т.п. Практика показывает также, что приоритетность этих характеристик также может существенно различаться как у отдельных членов внутри организации, так и у различных организаций. И, наконец, в связи со стабильной удовлетворенностью отдельными характеристиками работы влияние на удовлетворенность работой со временем могут начинать оказывать новые или же ранее малозначимые характеристики работы. Поэтому для успешного управления и создания положительного расположения в отношении организации необходимо регулярно проводить исследования с целью выяснения степени удовлетворенности сотрудников организации своей работой.

Стабильно большое влияние на повышение удовлетворенности работой оказывает характер и содержание работы. Поэтому рассмотрим более подробно влияние отдельных составляющих этого фактора.

Длительное время *стандартизации и специализации работы* рассматривались и на практике выступали сильными источниками повышения производительности в работе. Чем выше стандартизация и специализация, тем выше производительность в работе. Однако зависимость между удовлетворенностью ею, и ее стандартизацией и специализацией носит иной характер. Если работа абсолютно не стандартизирована, то удовлетворенность работой находится на низком уровне. По мере увеличения специализации и стандартизации она начинает расти, но до определенного момента, после которого она начинает быстро снижаться. При полной стандартизации удовлетворенность падает до такого же низкого уровня, как если бы работа была абсолютно не стандартизирована. Поэтому руководство должно думать, 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

снизить негативное влияние на удовлетворенность, работой, порождаемое чрезмерной специализацией и стандартизацией. Двумя наиболее распространенными способами осуществления этого являются ротация (перемещение работника с одного рабочего места на другое) и расширение производственных обязанностей путем постановки перед работником дополнительных задач.

Приверженность организации является расположением существенно более широким, чем увлеченность работой или же удовлетворенность работой. В современных условиях, когда все больше и больше организаций пытаются смотреть на человека не как на работника, выполняющего конкретную работу, а как на члена организации, стремящегося совместно с остальными ее членами привести организацию к достижению целей, значимость данного расположения становится исключительно высокой. Приверженность организации складывается из следующих составляющих. Во-первых, член организации разделяет и делает своими собственными цели организации и ее ценности. Во-вторых, член организации стремится оставаться в организации и сохраняет это стремление даже тогда, когда это может быть для него невыгодно. В-третьих, член организации готов не только стараться для организации, но и, если это надо, принести в жертву организационным интересам свои личные.

Приверженность организации — личная особенность каждого конкретного человека. Однако это не значит, что менеджмент не может развивать или усиливать это расположение. Существует ряд приемов, способствующих этому. И наиболее успешные современные системы управления в очень большой степени базируются на том, что они развивают у работников сильную приверженность организации и добиваются благодаря этому очень больших успехов.

Ценности так же, как и расположение, оказывают сильное влияние на предпочтения человека, на принимаемые им решения и поведение в коллективе. Однако между ценностями и расположениями есть огромная разница. Если последние определяют отношение человека к объекту по принципу «нравится — не нравится», «люблю — не люблю» и всегда относятся к какому-то определенному объекту, то ценности задают предпочтение человека по принципу «допустимо — недопустимо», «хорошо — плохо», «полезно — вредно» и т.п. При этом ценности носят достаточно абстрактный и обобщающий характер, живут «самостоятельной» жизнью, независимо от конкретного человека, сформулированы в виде заповедей, утверждений, мудростей, общих норм

и могут разделяться большими группами людей. Поэтому, если расположение всегда сугубо персонально, то носителями ценностей являются группы людей (например, ценности среднего класса), а каждый отдельный человек принимает какой-то набор ценностей, который он может и менять, но которому он следует в каждый конкретный момент времени.

Ценности можно определить как набор стандартов и критериев, которым человек следует в своей жизни. Это проявляется в том, что путем соответствующей оценки происходящих вокруг него явлений, процессов и людей человек принимает решения и осуществляет свои действия.

Ценности составляют сердцевину личности человека. Они достаточно устойчивы во времени и их не так много. Обычно ценности рассматриваются как нормативная база морали и фундамент поведения человека. Ценности бывают двух видов:

- ценности, относящиеся к цели жизни, желаемым результатам, исходу действия и т.п.;
- ценности, относящиеся к средствам, используемым человеком для достижения целей.

К первому виду ценностей относятся, например, ценности, касающиеся удобства жизни, красоты, мира, равенства, свободы, справедливости, удовольствия, самоуважения, общественного признания, дружбы и т.п.

Ко второму виду ценностей относятся ценности, касающиеся амбиций, открытости, честности, доброжелательности, интеллектуальности, обязательности, ответственности, самоконтроля и т.п.

Верования могут быть разбиты на две большие группы.

Первую группу составляют описывающие абсолютные и относительные характеристики объекта верования, не имеющие оценочного характера. Например, автомобиль марки «Жигули» является комфортабельным автомобилем или автомобиль марки «Жигули» потребляет бензина меньше, чем автомобиль марки «Волга». Ко второй группе относятся те верования, которые носят оценочный характер.

Принципы в жизни многих людей играют очень большую роль, так как они систематически регулируют их поведение. Принципы находят воплощение в устойчивых нормах поведения, ограничениях, табу, устойчивых формах реакции на явления, процессы и людей. Принципы формируются на основе системы ценностей, являются устойчивой формой проявления системы ценностей и воплощением верований в виде определенных стандартов поведения. Люди не обязательно осознают, какие ценности и верования находят свое воплощение в отдельных принципах. Часто принципы принимаются

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

людьми как верования, и они следуют им в своей деятельности, не задаваясь вопросом по поводу оправданности следования этим принципам и почему они им следуют. Принципы могут вырабатываться людьми самостоятельно. Однако чаще всего они перенимаются из окружения вместе с воспитанием и другими формами познания окружающей действительности. Формируя поведения человека для обязательной реализации, поставленной перед ним задачи чтобы обеспечить успех всему коллективу предприятия. [21-22]

Все люди в чем-то похожи друг на друга. И это позволяет говорить о человеке вообще, рассуждать о его чертах, особенностях поведения и т.п.

Однако ни один конкретный человек не является обезличенным «человеком вообще». Каждый несет в себе что-то, что делает его уникальным, исключительным, т.е. человеком, обладающим индивидуальностью. Именно такой человек входит в организацию, именно такой человек выполняет определенную работу и играет определенную роль в организации, именно таким человеком нужно управлять, помогая ему раскрыть и задействовать свой потенциал в решении задач организации, создавая необходимые условия для его успешной работы, взаимодействия с организационным окружением и решения собственных жизненных проблем.

Индивидуальность человека складывается из трех начал. Во-первых, каждый человек в чем-то сходен со всеми остальными. Во-вторых, каждый человек в чем-то одинаков с некоторыми другими индивидами. И, наконец, в-третьих, каждый человек в чем-то не похож ни на кого. В зависимости от того, как сочетаются эти «начала» формируется индивидуальность каждого конкретного человека. При этом, как бы ни строилось это сочетание, нужно всегда помнить, что человек всегда одновременно имеет общее с остальными и не похож на остальных.

Каждый человек обладает устойчивым набором черт и характеристик, определяющих его действия и поведение. Данные черты проявляют себя в достаточно длительном промежутке времени, благодаря чему можно зафиксировать и почувствовать индивидуальность человека.

Конкретный человек фиксируется окружением по его индивидуальности, так как индивидуальность человека обладает определенной устойчивостью, люди узнают друг друга и сохраняют определенное отношение друг к другу. В то же время следует отметить, что под влиянием опыта, общения с другими людьми, воспитания и образования происходит изменение индивидуальности человека, иногда очень существенное.

Индивидуальность человека формируется под влиянием трех групп факторов. Первую группу составляют наследственность и физиологические особенности человека. Наследственность сохраняет и передает внешние черты человека. Но не только. Исследования, проводимые с близнецами, показывают, что наследственность может нести в себе и передачу некоторых поведенческих черт. Физиология человека говорит о том, что в людях очень много общего определяющего их поведение. В частности, одинаковым для всех является общий синдром адаптации, отражающий физиологическую реакцию на раздражение.

Вторую группу факторов, формирующих индивидуальность человека, составляют факторы, проистекающие из окружения человека. В общем виде влияние этих факторов можно рассматривать как влияние окружения на формирование индивидуальности. Во-первых, сильное влияние на индивидуальность человека оказывает культура, в которой он формируется. Человек получает от общества нормы поведения, усваивает под влиянием культуры определенные ценности и верования. Во-вторых, индивидуальность человека сильно определяется семьей, в которой он воспитывался. В семье дети усваивают определенные поведенческие стереотипы, вырабатываются их жизненные установки, отношение к труду, людям, своим обязанностями т.п. В-третьих, на индивидуальность человека оказывает сильное влияние принадлежность к определенным группам организациям. У человека вырабатываются определенная идентификация, задающая для него некий тип индивида, с которым он себя олицетворяет, а также устойчивые формы поведения и, в частности, реакции на воздействие со стороны окружения. В-четвертых, формирование индивидуальности происходит под влиянием жизненного опыта, отдельных обстоятельств, случайных событий и т.п. Иногда именно эта группа факторов может приводить к существенному изменению индивидуальности человека.

Третью группу факторов, влияющих на формирование индивидуальности человека, составляют черты и особенности характера человека, его индивидуальность. То есть в данном случае ситуация с формированием индивидуальности выглядит следующим образом: индивидуальность оказывает влияние на свое собственное формирование и развитие. Связано это с тем, что человек играет активную роль в собственном развитии и не является только исключительно продуктом наследственности и окружения.

При всей глубине индивидуальности человека и ее разнообразии можно выделить

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

некоторые направления ее характеристики, по которым может быть описана индивидуальность.

Стабильность в поведении человека играет большую роль в установлении его взаимоотношений с окружением.

Самооценка, т.е. то, как люди смотрят на свое поведение, возможности, способности, внешность и т.п., оказывает сильное влияние на поведение человека.

Восприятие риска является важной поведенческой характеристикой, наглядно отражающей индивидуальность человека.

Догматизм обычно является чертой характера индивидов с ограниченным взглядом.

Комплексность осознания явлений как характеристика индивидуальности человека отражает его способность разлагать познаваемое явление на части и интегрировать, синтезировать общие представления или заключения об осознаваемом явлении.

Сфера, контроля отражает то, как индивид смотрит на источник факторов, определяющих его действия.

Как уже говорилось выше, организация ожидает, что человек будет выполнять определенным образом роль, для которой она его принимает. Человек также смотрит на организацию как на место, где он получает определенную работу, выполняет ее и получает соответствующее вознаграждение от организации. Однако взаимодействие человека и организации не сводится только к ролевому взаимодействию. Оно гораздо шире. Человек выполняет работу в окружении людей, во взаимодействии с ними. Он не только исполнитель роли в организации, но и член группы, в рамках которой он действует. При этом группа оказывает огромное влияние на поведение человека. А поведение человека, его действия вносят определенный вклад в жизнь группы.

Характерными особенностями группы являются следующие [7].

Во-первых, члены группы идентифицируют себя и свои действия с группой в целом и тем самым во внешних взаимодействиях выступают как бы от имени группы.

Во-вторых, взаимодействие между членами группы носит характер непосредственных контактов, личного разговора, наблюдения поведения друг друга и т.п.

В-третьих, в группе наряду с формальным распределением ролей, если таковое существует, обязательно складывается неформальное распределение ролей, обычно признаваемое группой.

Существует два типа групп: *формальные* и *неформальные*. Оба эти типа групп имеют значение для организации и оказывают большое влияние на членов организации.

Формальные группы обычно выделяются как структурные подразделения в организации. функции и задачи.

Неформальные группы создаются не распоряжениями руководства и формальными постановлениями, а членами организации в соответствии с их взаимными симпатиями, общими интересами, одинаковыми увлечениями, привычками и т.п.

Жизнь группы, ее функционирование находится под влиянием трех факторов:

- характеристики членов группы;
- структурные характеристики группы;
- ситуационные характеристики.

К характеристикам членов группы, оказывающим влияние на ее функционирование, относятся личностные характеристики человека, а также способности, образование и жизненный опыт.

Структурные характеристики группы включают в себя:

- коммуникации в группе и нормы поведения;
- статус и роли;
- личные симпатии и антипатии между членами группы;
- силу и конформизм.

Первые две структурные характеристики группы относятся больше к организационной стороне анализа ее функционирования, поэтому они не будут рассмотрены здесь.

Симпатии; и антипатии между людьми в основном носят индивидуальную окраску и подоплеку.

Во-первых, исключительно большое влияние оказывают личностные характеристики взаимодействующих.

Во-вторых, на развитие и установление дружеских отношений между людьми, на развитие взаимной симпатии большое влияние оказывает наличие территориальной близости в расположении этих людей.

В-третьих, установление дружеских отношений находится в прямой зависимости от частоты встреч, а также от ожидания того, что эти встречи будут происходить достаточно часто в будущем.

В-четвертых, взаимоотношения между членами группы, их взаимные симпатии и антипатии, атмосфера дружелюбия в группе зависят от того, насколько успешно функционирование группы.

В-пятых, развитию дружеских отношений между членами группы способствует наличие одной цели, которой подчинены действия всех членов группы.

В-шестых, положительная ориентация в отношении друг к другу возникает тогда, когда в

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

группе практикуется широкое участие всех членов группы в принятии решения.

Взаимная поддержка на базе симпатий и дружеских отношений, способствуя сплочению группы, может порождать синергический эффект, существенно повышающий результативность работы группы. Современная практика управления все более и более подтверждает наличие несомненных преимуществ у групповой формы организации труда перед

Пространственное расположение членов группы оказывает заметное влияние на их поведение. Одно дело, когда человек имеет постоянное место расположения, другое — когда он ищет каждый раз себе это место. Люди во время работы могут смотреть друг на друга, а могут быть расположены спиной друг к другу. И это также будет оказывать влияние на их работу и на их поведение в группе.

Выделяются три важные характеристики пространственного расположения индивида, от которых зависят взаимоотношения между человеком и группой.

Во-первых, это наличие постоянного или определенного места или территории. Человек знает: это мой стол, это мой станок, это мое рабочее место. Отсутствие ясности в данном вопросе порождает множество проблем и конфликтов в межличностных отношениях, а также значительно понижает удовлетворенность работой.

Во-вторых, это личное пространство, т.е. то пространство, в котором находится тело только данного человека. Пространственная близость в размещении людей может порождать множество проблем, так как людьми не воспринимается близкое расположение к ним других людей без учета возраста, пола и т.п.

В-третьих, это взаимное расположение мест. Отмечено, что если рабочие места отгорожены друг от друга, то это способствует развитию формальных отношений. Наличие рабочего места руководителя группы в общем пространстве способствует активизации и консолидации группы. Если человек занимает рабочее место во главе стола, то это в глазах других членов группы автоматически ставит его в позицию лидера. Руководство, зная эти и другие вопросы расположения членов группы, может добиваться значительного эффекта и повышения результативности работы группы только за счет правильного размещения рабочих мест.

Влияние задач, решаемых группой, на функционирование группы и на поведение и взаимодействие членов группы очевидно. Однако очень сложно установить зависимость между типами задач и их влиянием на жизнь группы. Известно, что задачи и функции, выполняемые группой, влияют на стиль руководства, а также на

стиль общения между людьми. В случае слабо структурированных или неструктурированных задач наблюдается большее давление группы на индивида и большая взаимозависимость действий, чем в случае хорошо структурированных задач. Можно указать на несколько характеристик задачи, на которые важно обращать внимание для того, чтобы попытаться определить как решение данной задачи будет влиять на группу в целом и на поведение ее членов.

Во-первых, надо определить, как много взаимодействий будет возникать между членами группы в процессе решения задачи и как часто они будут коммуницировать друг с другом.

Во-вторых, надо выяснить, насколько действия, выполняемые отдельными людьми, взаимозависимы и оказывают взаимное влияние.

В-третьих, важно установить, насколько решаемая задача является структурируемой.

Возможны четыре комбинации этих факторов:

- низкая взаимозависимость — низкая дифференциация в оплате;
- низкая взаимозависимость — высокая дифференциация в оплате;
- высокая взаимозависимость — низкая дифференциация в оплате;
- высокая взаимозависимость — высокая дифференциация в оплате.

Первый и четвертый случаи порождают много проблем во взаимоотношениях между членами группы. Напротив, второй и третий случаи могут способствовать успешному функционированию группы и развитию благоприятных отношений между членами группы, гарантируя коллективу предприятия устойчивые технико-экономические показатели результатов их деятельности

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. [23]

В истории проблемы качества выделяются два периода. В течение первого серьезный интерес к тому, что есть качество, был ограничен

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

в основном профессиональной теорией. Качество и его системное положение пытались определить философы, однако, и в многочисленных философских спорах понятие «качество» не принадлежало к числу главных проблем.

Актуализация теории качества оказалась в зависимости от степени разработанности системообразующего философского понятия «бытие» в контексте базовых производных от него понятий, т.е. тех понятий, которые помогают осуществить восхождение от предельно абстрактного утверждения существования с единственным отличающим свойством быть, существовать, к конкретному пониманию с устоявшимся содержанием, благодаря ответам на производные вопросы, такие, как «Из чего есть все?», «За счет чего все существует?», «Есть ли небытие?», «В каких системных формах бытие обретает свою определенность?».

По-видимому, именно последний из перечисленных вопросов вывел философию на «тропу» того толкования качества, которое «зацепило» не только тех, кто «обустроивал» принципиально новый в человеческой истории тип мировоззрения. Логично предположить, что проблема субстанции бытия, как первый шаг к теории качества, вряд ли кого волновал за пределами ограниченного сообщества философов. Всё свидетельствует о том, что интересно это было тем, чей взор был обращен в Космос, в глубины его конструкции, а подавляющее большинство земляков - философов находилось во власти земных проблем.

Для масс разнообразие и возможность выбора благ, по существу, были не доступны. Плебеи требовали: «Хлеба и зрелищ!». Праздником жизни во всем разнообразии ее проявления наслаждалась немногочисленная аристократия. Проблема качества жизни решалась в соответствии с социокультурной архитектурой общества. Проблема эта бесспорно имела место, но вызреть в актуальную для общества не могла. Причина проста – отсутствие достаточного уровня массовой востребованности качественного продукта.

Проблема качества обрела масштабы социальной актуальности в условиях перехода к экономике массового производства, демократизации общественных отношений, развития просвещения, доступности образования и других культурных ценностей. Чтобы вопрос о качестве сделался одним из наиболее важных для общества, нужно было, чтобы он стал актуальным для большинства тех, кто образует это общество. Без права на свободу и покупательской способности делать выбор, «качество» не способно быть среди приоритетов массового сознания. Элитные же запросы на качество разрабатываются в эксклюзивных,

нетрадиционных теориях, главная цель которых не достижение истины, а удовлетворение потребности заказчиков.

Разумеется, о качественных и количественных характеристиках явлений естественного и искусственного происхождения знали задолго до того, когда эти признаки актуализировались в общественном бытии и отражающим его развитие сознании, но, в свете нашего исследования, существование знания качества де факто не столь значимо. Предмет исследования не осознание качества, а развитие понимания качества на разных горизонтах общественной истории.

Развитие – универсальное состояние всего существующего от простейших материальных субстратов до высших форм мышления. Совершенствовались и качество, и количественное его выражение, проявлялась зависимость качественно-количественных изменений. Смещались акценты внимания с количества на качество. Доказав свою эволюционную прочность, человечество переключалось на принцип: «брать не числом, а умением». На смену борьбы за выживание пришло стремление к качественному уровню жизни в широком диапазоне толкования. Началась борьба за достойную качественную жизнь.

Как показывает история, уйдя от дикости и варварства, заложив основы цивилизации, люди заметно изменились во внешних формах своего проявления, но в недра человеческой природы цивилизация проникает медленно и тяжело. Биологическая история заложила в природу человека активное начало, совмещенное с развитой способностью мышления, заметно превосходящей все иные виды отражения. Но вся эта надстройка сформировалась над достаточно жестким животным каркасом, подчиненным системной цели выжить в борьбе. Условия борьбы трансформировались, внося коррективы в средства и формы, однако сама природная база оказалась весьма инерционной.

Переход от естественного эгоизма биологического уровня к разумно-деятельному эгоизму, несмотря на известные цивилизационные средства культивации, не отвечал прогнозам ни романтиков, ни реалистов-оптимистов. Цивилизация отметилась не цивилизационными формами отношений в движении к качественной жизни, чем еще больше актуализировала интерес к качеству. Чтобы стать в ряд с самыми важными проблемами, качество должно было предстать в нескольких функциях: как цель, как средство, как условие развития всех социальных субъектов на всех уровнях жизнедеятельности.

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

История для историков – события и участники, выстроенные во временной последовательности, своего рода хронология значимых фактов общественной и, отчасти, личной жизни. Философ и специалист-не историк видят в истории свои интересы. Философский и специальный интерес к истории продиктован потребностью понять диалектику процесса применительно к деятельности человека. Специалист стремится обнаружить в прошлом тенденции пути решения своей проблемы, подчас далеко не частной. Интуитивно еще на заре цивилизации термин история (historia) трактовался в смысле исследования искомого процесса в противоположность хронологическому описанию. У ионийцев повествование, рассказ о прошлом именовали логосом (logos). Лишь спустя время, уже в трудах основоположников философии логос приобрел современное значение – мысль, идея. И Геродот, и Фукидид понимали историю как осмысление хода, событий прошлого, необходимое для «наставлений в образе жизни» тем, кто живет в настоящем. Пройдя испытание временем, историзм укрепил свои позиции, стал идейной базой культурной памяти. Н.А. Бердяев утверждал: «От первых дней Творения... человек находится в историческом, и историческое находится в человеке. Погружение в глубь времен есть погружение внутрь себя». Прошлое растворяется во времени, оставляя нам, наряду с памятью о былом, думы о настоящем и ответственность за будущее. Новое всегда относительно. Гете был прав, говоря, что все умное уже известно, надо только еще раз это продумать. [24]

История – клад идей, золотая жила для мыслящего человека, чем бы он ни занимался. Различное отношение к истории есть совокупный результат действия двух причин: первая – толкование времени, вторая – себя во времени. В дохристианский период истории время трактовали циклически, представляя его как сумму повторяющихся замкнутых на себя циклов. С христианством взгляд на время поменялся. Время предстало в качестве восхождения к бесконечному, разделившись на конечное земное и бесконечное внеземное. Противоположение циклического и вне циклического рассмотрения времени характерно для теологической теории. Нас оно не интересует, впрочем, как и свойства времени в их абстрактном виде.

После Г. Гегеля и К. Маркса актуально не представление о чем-то вообще, а погружение в конкретно-предметное, либо конкретно-историческое состояние того, что, оказывается, объектом исследования. В случае со временем, актуально анализировать не столько его

универсальные свойства, определять, куда и как оно движется. Важно то, что все существующее во времени может состояться, только соответствуя этим объективным характеристикам времени. Существовать во времени, значит обладать свойствами времени. Данное положение универсально и для бесконечного многообразия отдельных явлений, и для необходимо присущих им признаком бытия, к которым принадлежат «качество» и «количество».

Стандартное понимание закона перехода количественных изменений в качественные упрощает взгляд на их связь. И Г. Гегель, и Ф. Энгельс были далеки от того смысла, который распространялся под прикрытием диалектической теории развития. Количество в качество не переходит непосредственно. Новое качество, качественное состояние возникает как переход из предшествующего качества. В изменившихся количественных условиях мера исчерпывает резерв устойчивости функционирования.

Мера – «качественное количество», она указывает на пределы изменения количества без существенных последствий для данного качества явления. Выход количественных показателей, необходимых для достигнутого качества, за границы меры неизбежно влечет качественные преобразования. Одновременно с потерей прежнего качества идет процесс рождения из него, на его основе нового качества, соразмерного изменившемуся количеству. Ключевое положение во взаимоотношениях качества с количеством занимает мера. О мере же специалисты по качеству предпочитают всерьез не рассуждать, сводя меру к количественным стандартам. Будто мера – это какое-то проходное состояние системы «качество-количество». Надо четко понимать объективную и функциональную роль меры в управлении, как качеством, так и количеством.

«Мера» не принадлежит ни качеству, ни количеству. Она выражает системный способ отношений качества и количества, связывает их. Итак, первое: количество и качество взаимодействуют через меру, мера опосредует их связь. Какую «выгоду» извлечет из настоящего заключения специалист-практик? Массовое производство, включая «рачительную» его разновидность, требует мерной характеристики, в противном случае сказочный сюжет о горшке с кашей или «цветике – семи цветике» вполне имеет шанс реального продолжения. Китайский ширпотреб – классический пример разрушения диалектического единства в системе «количество-качество».

Рынок, по сути своей, не способен быть контролером меры, регулирующей отношения в системе «количество – качество». 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

приобретением оптовых форм развития, господствующего положения финансового капитала и его естественного порождения – масштабных спекуляций и посредничества, современный рынок противопоставил себя производству и потерял интерес к состоянию производства. Рынок, используя специфику массового производства, насытился в меру своей извращенности и может позволить себе задавать качественные характеристики товаров.

Государство ведет себя на рынке, будто воспитатель в детском саду. Интересы рынка оно ставит выше интересов производителей и массового потребителя. Под «крышей» генеральной идеи – рынок тянет за собой производство, идет срастание рынка и государства. Качество -количественные оценки оказываются оттиснутыми в зону субъективного произвола. До тех пор, пока теория качества системно не выстроена, теория управления качеством будет строиться на эмпирических началах, которые не в состоянии охватить предмет управления в целом, и относительно значимы в ограниченной специфике производства. За неимением ничего лучшего ими пользуются, экстраполируя локальный опыт на другие условия, получают эффект за счет добавленных мер по адаптации, к сожалению, опять-таки временный и частичный.

В калейдоскопе истории смены способов управления качеством можно различить определенную логику. Жизнь же требует не «определенной» логики, а логической определенности в форме целостной, системно обоснованной теории качества в качестве методологической опоры построения универсальных принципов теории управления качеством. Исходной здесь должна быть идея системности отношений «качество-количество» в рамках меры их сосуществования.

Раскрыться в полной мере качеству помогает количество. Качественную вещь можно создать и в одном экземпляре, но, чтобы раскрыться качественному потенциалу производителя, единственного экземпляра (или произведения) явно недостаточно. Фирма Фаберже обеспечила себе известность уже первым брендовым изделием, но брендом сделалась за счет последующих успехов в создании коллекции.

Примером системного понимания качества в рамках меры – мерной определенностью служат мелкие серии, выпуск коллекционных монет, медалей. Качество фиксируется в границах количественной величины, служащей мерой его выражения. Дело здесь не только в обеспечении условий предпочтения для vip-потребителя продукции. Значима также зависимость объективных признаков качества от количества

произведенных экземпляров. Массовое производство объективно сопряжено со снижением качества продукции. Мера – пограничная служба качества, переход за мерное количество есть преступление против качества.

Массовый отечественный производитель вряд ли интересуется теорией качества. Она для него не актуальна. Если все же случайно кто-то наткнется на наши рассуждения, то, вероятнее всего, улыбнется их наивности. Пытаться с помощью теории перестроить российский рынок, придать ему цивилизованный вид – классическое донкихотство. Сначала надо организовать рыночное пространство посредством политической воли, законодательных инициатив и действенного, а не бутафорского, контроля за узаконенным порядком, вернуть на рынок производителя товара, убрав немереное количество посредников – спекулянтов.

Настоящий производитель не заинтересован в спекулятивных операциях. Ему для устойчивого развития необходим свой потребитель, который, кстати, в свою очередь, совсем не против, иметь своего определенного и доступного производителя в рамках нравственно – правовых отношений.

Чувство национального достоинства воспитывается историей и существующей реальностью. В школе можно учиться по самому лучшему учебнику истории, но кроме школьных уроков истории есть текущая жизнь, впечатляющая сильнее исторических экскурсов. На Востоке говорят: «сколько раз не повторяй халва, во рту сладко не будет». Теория всегда считалась лучшим практическим руководством, правда, в нормализованных обстоятельствах деятельности. Уходя в нелегальное и полуполегалное положение, производитель отчуждается от качества и, естественно, от теории качества. Далее происходит подмена качества псевдо качеством и растут затраты на рекламную бутафорию. [21]

Качество деятельности человека отражает такой комплекс ее характеристик, который в максимальной степени соответствует идеальному представлению об успехе. Объектом управления является деятельность человека во всей совокупности ее факторов, характеристик и особенностей. Но любая деятельность человека представляет собой комплекс действий, направленных на решение какой-либо проблемы, позволяющей достигать поставленной цели. Следовательно, можно говорить об управлении качеством как управлении теми характеристиками деятельности человека, которые делают эту деятельность такой, какая необходима для надежного и реального достижения цели. Управление любыми процессами в итоге выливается в воздействие на

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

определенные их характеристики: производительность, надежность, своевременность, дизайн, эффективность и пр. Комплекс таких характеристик отражает качество деятельности. Вот почему можно говорить об управлении качеством как об особом подходе.

Чувство национального достоинства воспитывается историей и существующей реальностью. В школе можно учиться по самому лучшему учебнику истории, но кроме школьных уроков истории есть текущая жизнь, впечатляющая сильнее исторических экскурсов. На Востоке говорят: «сколько раз не повторяй халва, во рту сладко не будет». Теория всегда считалась лучшим практическим руководством, правда, в нормализованных обстоятельствах деятельности. Уходя в нелегальное и полунелегальное положение, производитель отчуждается от качества и, естественно, от теории качества. Далее происходит подмена качества псевдо качеством и растут затраты на рекламную бутафорию.

Качество деятельности человека отражает такой комплекс ее характеристик, который в максимальной степени соответствует идеальному представлению об успехе.

Объектом управления является деятельность человека во всей совокупности ее факторов, характеристик и особенностей. Но любая деятельность человека представляет собой комплекс действий, направленных на решение какой-либо проблемы, позволяющей достигать поставленной цели.

Следовательно, можно говорить об управлении качеством как управлении теми характеристиками деятельности человека, которые делают эту деятельность такой, какая необходима для надежного и реального достижения цели. [22]

Управление любыми процессами в итоге выливается в воздействие на определенные их характеристики: производительность, надежность, своевременность, дизайн, эффективность. Комплекс таких характеристик отражает качество деятельности. Вот почему можно говорить об управлении качеством как об особом подходе.

В управлении существует цель и средства ее достижения. Причем между этими двумя факторами устанавливаются вполне определенные отношения. Это отношения конкретности, взаимообусловленности, прямого взаимодействия, корректировки, гибкости, подстройки.

В большинстве случаев нашего отечественного управления качество рассматривается не более чем средство достижения цели. Если учесть, что цели, как правило, недостаточно определены, то и

средства их достижения обладают таким же свойством. Качество в управлении присутствует как общая характеристика выпускаемой продукции, достигаемая посредством нормативов, стандартов, технического контроля.

Мировой опыт управления свидетельствует об изменении статуса качества в системе и процессах управления. В стратегических планах многих предприятий качество рассматривается как главная цель управления, которая определяет и прибыль, и имидж, и стабильность, и уверенность в конкуренции, и перспективность развития. Об этом свидетельствует хотя бы опыт Японии.

Современное управление требует постановки проблемы качества как цели управления, и достижение этой цели требует вполне определенных средств. В управлении качеством большое значение имеет понимание того, что качество не может быть достигнуто без учета всех его составляющих, без организации взаимодействия в системе управления по критериям качества. Во многих ранее создаваемых системах управления качеством главную роль играли характеристики продукции, свойства произведенного предмета, а не комплекс определенных характеристик, отражающих социально-экономический процесс функционирования и развития производства, качество социально-экономической системы вообще. [23]

Качество продукции есть следствие действия многих факторов – качества персонала, качества организации производства, качества техники и технологии, качества управления, конструктивных разработок. Всё это кажется очевидным, тем не менее, в реальной практике управления качеством не стало еще особым типом управления.

Проблема качества в управлении должна иметь статус цели и предмета управления. Это трудно, но необходимо, потому что надо иначе подходить к определению содержания решаемых в управлении проблем, оценивать их по весьма сложным факторам. Качество продукции можно увидеть, оценить, понять. Но качество деятельности фирмы, дающей хорошее качество продукции, определить и оценить трудно, тем более оценить потенциал качества. Не все можно оценивать по конечному результату, не все одинаково явно включает в себя конечный результат. Много как бы выпадает в процессе его производства, получения, трансформируется в другие свойства. Вот почему качество продукции и качество деятельности — это не одно и то же, но последнее гораздо важнее для анализа управления, его организации, для постановки целей и ориентиров управления, выбора средств и методов управления.

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

Вот здесь-то и возникает и обостряется реальная потребность в системном подходе, а не просто в его декларации. В практической деятельности в самой постановке проблемы, в раскрытии ее содержания мы нередко исключаем саму возможность системного подхода к решению проблем.

Не следует думать, что качество определяется только технологическими составляющими, есть факторы, которые выходят за пределы технологии. Это факторы культуры труда, эстетики производства, состояния рынка, общественного сознания, инфраструктуры производства.

Системный подход в методологическом отношении предполагает учитывать не только то, что существует в наличии, в данной продукции, в готовом виде, но и то, что существовало в процессе ее изготовления или формирования. Во многих случаях это были сложные и длительные процессы, в которых что-то исчезает, превращается в нечто иное, что-то меняет статус. Но ничто не проходит бесследно, и все остается в той или иной мере в качестве. Тем и ценно само понятие качества, что оно ориентирует на системный подход, если рассматривается как цель управления, что оно требует учитывать факторы процессуальности и структуры, существования и развития, факторы соответствия определенной внешней среде, интересам человека, ценностям общественной жизни. Сегодня для управления качеством необходимы не только стандарты и государственные требования к качеству. Они могут отражать лишь минимальный уровень качества, которое должно защищать государство. Вообще государственные требования к качеству — это система административного управления качеством. Никакие стандарты и государственные требования не смогут успевать за меняющимися интересами человека, рыночными процессами конкуренции, за изменением системы ценностей и образа жизни. А ведь именно они и определяют понимание качества и необходимость гибкого, социально-экономического управления качеством.

Качеству необходимы критерии, отражающие динамику социально-экономических процессов. Качество должно определяться рыночными ситуациями, характеризующими процессы динамики спроса и предложения, потребностей и ценностей. Ведь только рынок посредством механизмов спроса и предложения, конкуренции, ценообразования и других процессов может показать истинное качество продукта, показать, что надо учитывать в его характеристиках. Государственные требования, если они должны быть, могут гарантировать лишь минимум качества,

посредством которого строится система защиты потребителя от совершенно недоброкачественной продукции. Настоящая динамика качества может быть понята только по экономическим показателям спроса и потребления, конкуренции, цены, функционального назначения продукта, его влияния на образ жизни и роль в изменении образа жизни человека.

Качество — это не только совокупность свойств продукта, это и инициатива, и активность производителей в достижении этих свойств, в поиске и достижении их определенной комбинации.

Качество — это понятие социально-экономического типа, это не статичная система свойств, это отношение человека к своему труду, к обществу, к управлению.

Качество — это тип развития, это новые подходы к регулированию циклов жизни продукции, созданию новых видов продукции, оценке морального старения и физического износа, учета принципа универсальности.

Управление качеством требует и соответствующей этой цели системы информационного обеспечения. Опираясь только на скудные данные отечественной отчетности, нельзя подчас составить истинную картину состояния качества, тем более найти причины его изменения или оценить процессы формирования. А ведь главное в управлении — это истоки качества и тенденции его изменения.

В традиционном представлении проблема управления качеством сводится главным образом к проблеме контроля качества. Это признак и фактор административного подхода к управлению качеством. Но опыт, как отечественный, так и зарубежный, показывает, что главным фактором управления качеством является комплексное мотивирование качества, при котором ведущую роль играет не контроль, он может быть сведен к минимуму, а образ деятельности производственного работника, в котором соединяются и функции, и цели, и средства самоутверждения, и интересы, и отношение к фирме, и коммуникабельность, и социально-экономическая атмосфера деятельности.

Управление должно быть ориентировано именно на образ деятельности, соответствующий определенному типу качества деятельности.

Это в итоге дает качество продукции и без жесткого контроля административного типа, а контроля как системы аналитической оценки.

В рыночной экономике «знак качества» — это цена продукции, её известность, спрос, имидж предприятия, которое недоброкачественную продукцию вообще выпускать не может. Достижение определенного качества требует затрат. Величина затрат на

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

качество — важнейшая характеристика, отражающая управление качеством. Но затраты на качество еще не характеризуют потенциал достижения качества. Могут быть затраты очень высокими, но качество низким, потому что затраты не всегда имеют непосредственную и прямую отдачу. Они иногда служат лишь последовательному формированию потенциала качества, например, затраты на квалификацию работников, инфраструктуру производства.

Поэтому в управлении качеством большое значение имеет формирование потенциала качества, который включает культуру

деятельности, социально-психологическую атмосферу, квалификацию и образование работников, технологию, техническую вооруженность, тип организации деятельности.

Качество действительно предполагает серьезные затраты, но оно гарантирует устойчивую рыночную позицию. Работая на качество, производитель создает уверенность в своем и национальном будущем. Правильно выстроенное понимание качества гарантирует перспективу даже в условиях отечественного полу-рынка. (рисунки 3 и 4) [25]

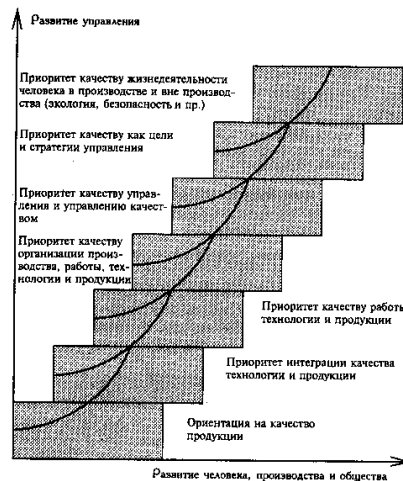
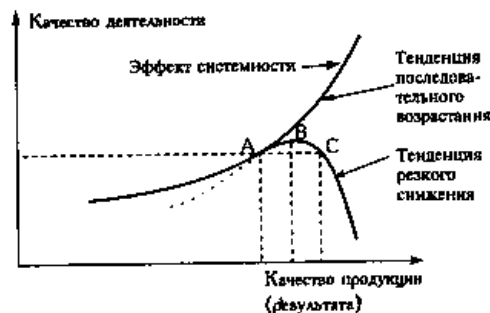


Рисунок 3 - Изменение приоритетов и роли управления в достижении качества, семь шагов в будущее



- A** — точка необходимого переключения приоритет
- B** — точка упущенных возможностей в росте качества продукции
- C** — точка тенденции на снижение качества

Рисунок 4 - Качество деятельности и качество продукции.

Обозначим новые подходы к управлению качеством.[24]

1. Качество должно войти в процесс управления как цель, определяющая все необходимые средства ее достижения. Разница в том, что цель направляет развитие, а средства обеспечивают целенаправленность процессов,

возможность достижения цели. Качество — это то, к чему надо стремиться, а не то, что выступало бы инструментом или методом каких-либо достижений иного характера.

2. От ориентации на качество продукции надо переходить к ориентации на качество деятельности. Это требует расширить круг

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

факторов, включаемых в методологию анализа проблем, их постановки и поиска. Это означает понимание того, что качество продукции определяется качеством жизни, именно оно показывает, какое качество необходимо, достижимо; это означает, что качество продукции надо рассматривать в ракурсе качества жизни. Это свидетельствовало бы о подлинно человеческом факторе управления. [25]

3. Управление качеством должно опираться на рыночные механизмы экономического развития. Это означает, что не следует стремиться управлять качеством на основе требований. Главное — это экономическое мотивирование качества, как в целом, так и в мелочах, обеспечение его достижения, исследование качества.

4. Методология управления качеством предполагает системный подход. Это означает, что в управлении качеством главным становится выявление всех скрытых и явных, прямых и опосредованных связанных факторов, влияющих на качество и формирующих качество. Назовём практические рекомендации по управлению качеством:

1. В работе с персоналом надо уделять внимание не только его квалификации, но и качеству образования.

2. Не стремиться предъявлять требования к качеству продукции или даже к качеству работы, но стремиться повысить активность по отношению к качеству, искать пути улучшения качества на каждом рабочем месте,

формирования качества, как в мелочах, так и в целом.

3. Необходимо найти главное в процессе формирования качества деятельности. Оно различно для различных фирм, но оно всегда существует

4. Не стандарты и требования решают проблему качества, а люди, заинтересованные в повышении качества.

5. Стремиться к качеству деятельности - это значит не только хорошо работать, а стремиться к самосовершенствованию, творчеству, самообразованию.

Качественность деятельности, с одной стороны, показатель качества жизни человека (так должно быть!), с другой – качественная деятельность встраивается в качество того, что он преобразует. Качество «первой» (естественной) природы формируется само по себе как совокупность объективно связанных естественных признаков, стихийно. Качество «второй» (реконструированной, приспособленной человеком под свои интересы) природы синтетическое. Таким образом, качество можно представить в виде двойной спирали, образуемой естественными признаками природного материала (возможно – в отношениях людей, знаниях, выраженных опосредованно) и качественными характеристиками человеческой деятельности – знаниями, эмоциями, волей, ценностной ориентацией, мастерством. В итоге качество продукта в отличие от самого продукта воплощает качество личности.

References:

1. Aleshin, B. S., et al. (2004). *Philosophy and social aspects of quality*. Moscow: Logos.
2. Porter, M. (2002). *Competition: translation from English*. (p.496). Moscow: Publishing house "Williams".
3. Minin, B. A. (1989). *quality Level*. (p.182). Moscow: Publishing house of standards.
4. (2012). *Technical regulation "on safety of light industry products"* [electronic resource] Retrieved March 07, 2012, from <http://www.tsouz.ru.html>
5. (2012). *Technical regulation "on the safety of products intended for children and adolescents"* [electronic resource] Retrieved March 07, 2012, from <http://www.tsouz.ru.html>
6. Rebrin, Y. I. (2004). *quality Management: textbook*. (p.174). Taganrog: Publishing house TSURE.
7. (2001). *Performance and quality management*. Modular program: Per. with English. In ed. by I. Prokopenko and K. North (Eds.). in 2 hours – Part 1. (p.800). Moscow: Case.
8. (2011). *GOST ISO 9000-2011. Quality management system. Basic provisions and dictionary* [electronic resource] Retrieved 2019, from <http://protect.gost.ru/>
9. (2015). *GOST ISO 9001-2015. Quality management system. Requirements* [electronic resource] Retrieved 2019, from <http://protect.gost.ru/>
10. Feigenbaum, A. (2006). *quality Control*. (p.471). Moscow: Economics.

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

- Salimova, T. A. (2005). History of quality management. (p.256). Moscow: KnoRus.
- Buzov was a, B. A. (2006). *quality Control of products. Technical regulation, standardization and certification: textbook. the allowance for high schools.* (p.176). Moscow: Academy.
- Ponomarev, S. V., Mishchenko, S. V., & Belobragin, V. Y. (2012). *product quality Management. Introduction to quality management system.* (p.332). Moscow: RIA "Standards and quality".
- Prokhorov, V. T., Mishin, Y., & Stepanov, B. F. (2005). *the Ideology of quality – the development perspective.* Technical regulations – a basic component of quality management services and products: international collection of scientific works/ Orgues. Mine: publishing house of urgues.
- Boytsov, V. V., Kuznetsova, M. V., & Elkin, G. I. (2007). *the Concept of quality of life: textbook.* (p.236). Moscow: Academy of quality problems.
- Zhikharev, A. P. (2005). *Grafoanalitichesky method of assessing the quality of the material of shoes.* Technical regulation of the basic component of quality management of services and products: international. collection of proceedings. Mine: publishing house of urgues.
- Osicka, N. I., Prokhorov, V. T., & Katkov, E. I. (2008). *Stability of enterprises guarantee the quality of their shoes.* Technical regulation: the underlying basis of the quality of goods and services: international collection of scientific works. works / Orgues. Mine: publishing house of urgues.
- Imai, Masaaki (2005). *Gemba Kaizen a Way to reduce costs and improve quality.* TRANS. with English. (p.346). Moscow: Alpina Business Books.
- Porter, M. (2005). *Competition.* Per. with English. (p.608). Moscow: Ed. house "Williams".
- Pande, P., & Kholp. (2004). *"What is ' Six Sigma'? Revolutionary method".* TRANS. with English. (p.158). Moscow: OK Mountaineering. – Business Books.
- Womak, J. P., & Jones, D. T. (2005). *Lean manufacturing: How to eliminate losses and to achieve prosperity of your company* [Text]. lane.from English. - 2nd ed. (p.473). Moscow: Alpina Business Books.
- George, L. M. (2005). *Lean manufacturing + six Sigma: combining the quality of six Sigma with the speed of lean manufacturing* [Text]. TRANS. (p.360). Moscow: Alpina Business books.
- Shingo, S. (2006). *Quick changeover: the revolutionary technology of optimization of production* [Text]. (p.344). Moscow: Alpina Business Books.
- Vader, M. (2005). *lean production Tools: Mi-Ni-guide to the implementation of lean production techniques* [Text]. lane.from English. (p.125). Moscow: Alpina Business Books.
- Imai, Masaaki (2005). *Gemba Kaizen the Way to reduce costs and improve quality* [Text] / TRANS. from English. (p.346). Moscow: al-Pina Business books.

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>

UDC 685. 74 519. 37.

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, Professor the department "Designing, technology and design", ISOP (f) DGTU, Shakhty

prohorov@sssu.ru

Yuri Dmitrievich Mishin

Professor, candidate of philosophy, Department of Philosophy and Culturology "Siberian state University of railway communication" Novosibirsk

vinichenkoan@stu.ru

MANAGEMENT FEATURES QUALITY OF DIGITAL DEFECT-FREE PRODUCTION OF IMPORT-SUBSTITUTING PRODUCTS FOR CONSUMERS IN THE REGIONS OF SFD AND SCFO (2 MESSAGE)

Abstract: in the message 2 the possibilities of production of competitive and demanded production which are possible only in the presence of the heads professionally prepared and politically responsible for results of the activity are considered. The authors reasonably believe that the political responsibility of the heads of light industry enterprises is the highest measure of expression of their professionalism. But at the same time, I would like to note that their failure to fulfill political promises and statements is evidence of either their inability to engage in economic policy, or the use of political governance is carried out in their personal interests, alien to the interests of society, provoking the impoverishment of the people, characterizing the immorality of leaders, which, of course, is

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

unacceptable. And it is clear that there are no objective reasons that would justify the decline in production in light industry, so the results of the assessment of economic policy should be either useful or harmful – it should always be axiomatic. If this does not happen, then something in this very economic policy is not a professional decision, actions are harmful to society and timely adjustments are necessary. The authors recommend the market to revise the concept of the formation of its demand and import-substituting goods, taking into account their attractiveness. This concept will fully comply with the consumer's desire to satisfy their desire and desire to make a purchase, taking into account their social status, providing manufacturers with the sale of their products in full and guaranteeing businesses sustainable TPE of their activities.

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). Management features quality of digital defect-free production of import-substituting products for consumers in the regions of SFD and SCFO (2 message). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (71), 248-302.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-71-19> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.19>

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

Аннотация: В сообщении 2 рассмотрены возможности производства конкурентоспособной и востребованной продукции, которые возможны лишь при наличии руководителей, профессионально подготовленных и политически ответственных за результаты своей деятельности. Авторы обоснованно считают, что в политической ответственности руководителей предприятий лёгкой промышленности и есть высшая мера выражения их профессионализма. Но при этом хотелось отметить, что невыполнение ими политических обещаний и заявлений – это свидетельство либо их неспособности заниматься экономической политикой, либо использование политического управления осуществляется ими в личных интересах, чуждых интересам общества, провоцирующие обнищание народа, характеризующие безнравственность руководителей, что, конечно, недопустимо. И понятно, что нет таких объективных причин, которые оправдали бы спад производства в лёгкой промышленности, поэтому результаты оценки экономической политики должны быть либо полезными, либо вредными – это должно быть всегда аксиомой. Если этого не происходит, значит что-то в этой самой экономической политике не профессиональное решение, действия вредны для общества и необходимы своевременные коррективы. Авторы рекомендуют рынку пересмотреть концепцию по формированию его востребованными и импортозамещаемыми товарами с учетом их привлекательности. Такое понятие в полной мере будет соответствовать желанию потребителя удовлетворить свое стремление и желание совершить покупку с учетом своего социального статуса, обеспечивая производителям реализацию изготовленной ими продукции в полном объеме и гарантируя предприятиям устойчивые ТЭП их деятельности.

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

Введение

Отечественная легкая промышленность переживает не самые лучшие времена, а потребителю предлагается продукция сомнительного качества, попавшая на наши рынки контрафактным и другими нелегальными путями, то есть не имеющая гарантий для покупателей, чтобы воспользоваться своими правами по защите от недобросовестных производителей и поставщиков.

Необходимо реанимировать роль и значение стратегии, ориентированной на качество, так, как только в этом случае руководители предприятий субъективно и объективно вынуждены будут совершенствовать свои производства, используя нанотехнологии и инновационные процессы,

чтобы конкурентоспособные и востребованные материалы и изделия в полной мере удовлетворяли потребности отечественных потребителей. При этом обосновано утверждение, что потребление отечественных материалов и изделий регулируется рынком. В этом случае требования рынка должны диктоваться производителям на необходимость в повышении роли государства и потребителей на формирование устойчивого спроса на отечественные материалы и изделия, а именно: поддерживать ассортимент товаров, регулируя его федеральными, региональными и муниципальными заказами; стимулировать стабильность цен; повышать потребительскую способность и постепенно улучшать их качество.

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

Реализация этих задач создаст основу для того, чтобы потребитель осознал необходимость платить за преимущества качественных материалов и изделий, а производитель осознать, что повышение качества материалов и изделий не может быть связано только с ростом цен, но и за счет технических инноваций, направленных на применение новых технологических и инженерных решений, в том числе совершать революцию качества или через качество рекламы, или через качество реальное.

Сегодня, а тем более завтра важна реализация одного из определяющего принципа эффективности производства – производитель изготавливает именно то, что нужно потребителю в ассортименте, создающим основу для удовлетворения спроса.

Не менее важно понимать роль и значение качественной деятельности, то есть насколько руководители прониклись в сущность вещей, научились управлять вещами, изменять их свойства (ассортимент), форму, заставляя служить человеку без существенного ущерба природе, на благо и во имя человека, то есть в соответствии с требованиями ФЗ «О техническом регулировании».

О необходимости проведения грамотной промышленной политики в последнее время говорят и политические лидеры, и правительство. Однако если внимательно рассмотреть нормативные, методические документы по структурной перестройке промышленности, то появляется мысль, не наступаем ли мы здесь на те же грабли, на которые наступали все годы реформ, а именно: не заботились о своём производителе.

Специалист в области качества с мировым именем Э. Деминг, который в свое время был научным консультантом правительства Японии и выводил Японию из экономического кризиса, в своей книге «Выход из кризиса» говорит: «... управление бумажными деньгами, а не долговременной стратегией производства – путь в бездну».

По поводу, нужно ли государству проводить промышленную политику, можно привести высказывание выдающегося экономиста прошлого Адама Смита, который 200 лет назад заложил основы научного анализа рыночной экономики. О роли государства он говорил: «... только оно может в интересах нации ограничивать алчность монополистов, авантюризм банкиров и эгоизм торговцев». Точнее не скажешь.

Каковы сегодня результаты экономической деятельности, каковы достижения в этой сфере? Рост золотовалютных запасов, снижение инфляции, профицит бюджета и другие финансово-экономические достижения. А что, разве это является конечным результатом государственного управления, а не количество и

качество товаров и услуг, реализуемых на внутреннем и внешнем рынках и не платежеспособность населения приобретать эти товары и услуги? И, в конечном счете, не качество жизни населения страны?

Поэтому вполне закономерно сегодня ставится задача для всех уровней исполнительной и законодательной властей – повышение качества жизни граждан России.

Проведем укрупненно факторный анализ проблемы «качество жизни». Качество жизни граждан зависит от качества потребляемых товаров и услуг в полном диапазоне – от рождения до ритуальных услуг, а также от платежеспособности граждан, которая позволяет приобретать качественные товары и услуги. Названные два фактора (качество и платежеспособность) зависят от состояния экономики страны, которая в свою очередь зависит от эффективности работы предприятий различных отраслей экономики, в том числе и легкой промышленности. Эффективность же работы предприятий зависит от состояния менеджмента, от уровня применения современных методов менеджмента, от реализации требований качества производства.

Проблемы повышения качества, конкурентоспособности материалов и изделий на современном этапе развития российской экономики приобретают все большее значение. Как показывает опыт передовых стран, которые в свое время выходили из подобных кризисов (США в 30-х годах, Япония, Германия – в послевоенный период, позднее – Южная Корея и некоторые другие страны), во всех случаях в основу проведения промышленной политики и подъема экономики была положена стратегия по повышению качества, конкурентоспособности продукции, которая была бы способна завоевать как внутренний, так и внешний рынки сбыта. Все же остальные составляющие реформы – экономические, финансово-кредитные, административные были подчинены этой основной цели.

Положительные изменения качества товаров предполагают качественные сдвиги в технике, технологии, организации и управлении производством. Производство должно совершенствоваться, что не означает становиться более затратным.

Абсолютно верно было обращено внимание на одно, обычно ускользающее в проблемной суете, явление – историчность экономики. Такой, какой ее воспринимают сейчас, экономика была не всегда и навсегда не останется. Экономическая жизнь изменяется во времени, что заставляет настраиваться на ее изменяющееся бытие. Современная экономика построена на рыночном фундаменте и законы рынка диктуют ей свои

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

правила. На первом плане прибыль, конкуренция, эффективность, единоначалие. Долго ли так будет продолжаться? Аналитики утверждают, что уже нарастают симптомы нового экономического порядка. Очередной виток экономической спирали также закрутится вокруг рыночного стержня, но значение рынка не останется тотальным. Приоритет рыночной конкуренции, агрессивно вытесняющей на обочину «социалку», не совместим с перспективой экономического развития, подтверждением чего служит устойчивое стремление социал-демократии на Западе развернуть экономику фронтом на социальное обеспечение, справедливое распределение прибыли. Новую экономику именуют временно «рачительной». Она требует гуманизации не только в распределении национального богатства. Гуманизируется и само производство, включая систему управления. Нынешний принцип: «выживает сильнейший, наиболее приспособленный», сменит «социально-производственное партнерство – управляющий и изготовитель сделаются членами одной команды. Массовое производство уступит место организации, соответствующей реализации принципа – «производитель изготавливает именно то, что нужно потребителю». «Рачительная» экономика будет ориентирована на ресурсосберегающие технологии и экологичность производства. Она потребовала нового взгляда на коренные понятия.

И потому должна измениться и философия качества. Надо быть готовым к грядущим событиям.

Качеству «на роду написано» быть во все времена в эпицентре и научных и дилетантских размышлений. Проблема обеспечения качества деятельности не просто универсально актуальная, она – стратегическая. Дилемма в отношении к качеству разумна лишь в пределах противопоставления соотношения действий «непосредственных» и «опосредованных». Высказывания «это все о нем», обязано происхождением качеству. «Забывать» о проблеме качества можно исключительно потому, что всякая плодоносная и светоносная деятельность направлена в конечном счете на совершенствование качества. Качество или «на уме», или «подразумевается». Из соотношения в динамике этих проекций проблемы качества в творческом мышлении выстраиваются в соответствующий график, отражающий актуальность и рентабельность деятельности, направленной на развитие производства.

Наиболее существенный и глобальный характер имеют международные стандарты по менеджменту качества. Применение в них современных методов позволяет решать не только проблему повышения качества, но и проблему

экономичности, и проблему производительности. То есть сегодня понятие «менеджмент качества» переходит в понятие «качество менеджмента».

Таким образом, решение задачи повышения эффективности и конкурентности экономики, а в конечном счете и качества жизни, невозможно без осуществления продуманной и грамотной промышленной политики, в которой инновации и качество должны стать приоритетной задачей.

Результаты исследований, проведенные по программе развития в ООН, позволили измерить долю «человеческого фактора» в национальном и общемировом богатстве: 65 % богатства мирового сообщества составляет вклад человеческого потенциала и только треть мирового богатства приходится на природные ресурсы и производственную структуру. Стратегия, ориентированная на качество, несомненно способствует возрастанию и самой роли субъективного фактора в развитии производства, и более полному всестороннему удовлетворению самих человеческих потребностей. Стремление «жить по разумным потребностям», так же, как и необходимость «работать по возможностям», вместе с коммунистическим идеалом никто отменить открыто и официально не рискнул, понимая абсурдность отрицания сущностных сил человека. В «горячем» состоянии проблему качества устойчиво поддерживают и внутренние силы активного сознания, и внешние жизненные факторы. Высшая функция сознания – познавательная.

Считается, что, познавая природу, открывается ее качество, состояние качества, уровни качества, воплощая новые знания в производство. Пост классическая экономическая мысль сместила качество в сторону потребления, пытаясь придать производству «человеческое лицо» – человек отчуждает себя в процессе производства, но мера эта вынужденная и в системном понимании – временная, условная. Труд – своего рода «страшные котлы», которые нужно было преодолеть Ване-дурачку, чтобы превратиться в Ивана-царевича.

И здесь абсолютно оправдано считается, что главное в производстве – результат, а не процесс. Потребление регулирует рынок. Следовательно, требования рынка должны доминировать в производстве. Задача общества – всемирно способствовать развитию спроса на рынке: поддерживать ассортимент товаров, стимулировать стабильность цен, повышать покупательную способность, улучшать качество товаров. Э. Деминг, называя «сеть смертельных болезней» современного производства, на первое место ставит «планирование производства, не ориентированное на такие товары и услуги, на которые проявляет спрос рынок». Попробуйте ему возразить. Производство при переходе от

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

индустриального к постиндустриальному обществу массового потребления мыслится в качестве функции рынка.

И авторы наполняют эти свойства качества критериями, а именно:

- идеология качества – перспектива развития производства;
- управление качеством – это комплексный подход к решению проблемы качества;
- мода и техническое регулирование – составляющие качества изготавливаемой обуви;
- системы качества «УПОРЯДОЧИВАНИЕ/5 S» и «ТРИ «НЕ» – не только основа стабильности и безопасности производства, но и гарантия качества;
- качество на рынке – это парадигма формирования производства удовлетворяющего потребности рынка;
- реклама всегда на службе качества;
- экскурс в прошлое как гарантия качества в будущем;
- модель оценки качества продукции – это приоритеты производстве;
- прогнозирование затрат на качество при разработке нового ассортимента обуви – залог ее востребованности и ее конкурентоспособности;
- методика деловой визуальной оценки изделия – средство оценки эффективности качества;
- повышение качества и конкурентоспособности отечественной спецобуви;
- о показателях оценки качества обуви – как инструмент для формирования востребованной продукции;
- качество и рынок: брак по расчёту и это бесспорно;
- стабильность работы предприятий – гарант качества выпускаемой ими обуви;
- все эти аспекты вместе и обеспечивают революцию качества, гарантирующие производителю стабильный успех на рынке с не стабильным спросом.

Представляемая Вашему вниманию работа – плод совместных размышлений над актуальными проблемами совершенствования деятельности важной отрасли общественного хозяйства ведущих российских и зарубежных специалистов. У коллективно выполненной монографии всегда есть преимущество перед индивидуальной формой творчества. Отдельно взятый автор, сколь бы сведущ и авторитетен он не был, вынужден характером обстоятельств объяснять не только свою точку зрения на исследуемую проблему, но рассказывать о том, как «видят» эту проблему коллеги, излагать чужой взгляд на порядок вещей, превращаться в процессе объявленной дискуссии в своих оппонентов. Такая трансформация, несмотря на всю её условность, не столь уж

безобидная для объективности в понимании. Даже такой прекрасный мыслитель, как Г. Гегель, грешил, вольно или невольно подставляя оппонентов, чтобы удобнее было их критиковать. Настоящий труд представляет оригинальный авторский подход и открывает возможность узнать самое значимое из первых рук, без посредников, которые нередко омрачают творческие отношения.

Качеству «на роду написано» быть во все времена в эпицентре и научных, и дилетантских размышлений. Проблема обеспечения качества деятельности не просто универсально актуальная, она – стратегическая. Дилемма в отношении к качеству разумна лишь в пределах противопоставления соотношения действий «непосредственных» и «опосредованных». Высказывания «это все о нем», обязано происхождением качеству. «Забыть» о проблеме качества можно исключительно потому, что всякая плодотворная и светоносная деятельность направлена в конечном счете на совершенствование качества: качество или «на уме», или «подразумевается». Из соотношения в динамике этих проекций проблемы качества в творческом мышлении выстраивается соответствующий график, отражающий актуальность и рентабельность деятельности, направленной на развитие производства.

Реанимировать роль и значение стратегии, ориентированной на качество, так, как только в этом случае руководители предприятий субъективно и объективно вынуждены будут совершенствовать свои производства, используя нанотехнологии и инновационные процессы, чтобы конкурентоспособные и востребованные материалы и изделия в полной мере удовлетворяли потребности отечественных потребителей. При этом обосновано утверждение авторов, что потребление отечественных материалов и изделий регулируется рынком. В этом случае требования рынка должны формировать в производстве, и авторы подтверждают эту ситуацию, обращая внимание на роль государства и потребителей на формирование устойчивого спроса на отечественные материалы и изделия, а именно: поддерживать ассортимент товаров, регулируя его федеральными, региональными и муниципальными заказами; стимулировать стабильность цен; повышать потребительскую способность и постепенно улучшать качество товаров. Реализация этих задач создаст основу для того, чтобы потребитель осознал необходимость платить за преимущества качественных материалов и изделий, а производитель понял, что повышение качества материалов и изделий не может быть связано только с ростом цен, оно может происходить и за счет технических

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

инноваций, направленных на применение новых технологических и инженерных решений.

Сегодня, а тем более завтра важна реализация одного из определяющих принципов эффективности производства – производитель изготавливает именно то, что нужно потребителю.

Не менее важно понимать роль и значение качественной деятельности, то есть насколько руководители прониклись в сущность вещей, научились управлять вещами, изменять их свойства (ассортимент), форму, заставляя служить человеку без существенного ущерба природе, на благо и во имя человека.

Качество деятельности – финишный критерий ее индивидуального, коллективного и национального статуса. Именно в качестве аккумулируется энергия созидания. Качество деятельности свидетельствует, насколько мы проникли в сущность вещей, научились управлять вещами, изменять их свойства, форму, заставляя служить человеку, без существенного ущерба природе. Качество позволяет в новых ракурсах увидеть и самого человека, воздать должное его таланту, воле, профессионализму. Исследования, проведенные по программе развития в ООН, позволили измерить долю «человеческого фактора» в национальном и общемировом богатстве: 65 % богатства мирового сообщества составляет вклад человеческого потенциала и только треть мирового богатства приходится на природные ресурсы и производственную структуру. Стратегия, ориентированная на качество, несомненно способствует возрастанию и самой роли субъективного фактора в развитии производства, и более полному всестороннему удовлетворению самих человеческих потребностей. Стремление «жить по разумным потребностям» так же, как и необходимость «работать по возможностям», вместе с коммунистическим идеалом никто отменить открыто и официально не рискнул, понимая абсурдность отрицания сущностных сил человека. В «горячем» состоянии проблему качества устойчиво поддерживают и внутренние силы активного сознания, и внешние жизненные факторы. Высшая функция сознания – познавательная. Познавая природу, мы открываем ее качества, состояние качества, уровни качества, воплощая новые знания в производство. Классическая политэкономия (А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Дж. Милль) сконцентрировала проблемы качества в производстве. Пост классическая экономическая мысль сместила качество в сторону потребления, пытаясь придать производству «человеческое лицо» – человек отчуждает себя в процессе производства, но мера эта вынужденная и в системном понимании – временная, условная. Главное в производстве – результат, а не процесс.

Потребление регулирует рынок. Следовательно, требования рынка должны доминировать в производстве. Задача общества – всемирно способствовать развитию спроса на рынке: поддерживать ассортимент товаров, стимулировать стабильность цен, повышать покупательную способность, улучшать качество товаров. Э. Деминг, называя «сеть смертельных болезней» современного производства, на первое место ставит «планирование производства, не ориентированное на такие товары и услуги, на которые проявляет спрос рынок». Попробуйте ему возразить. Производство при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу массового потребления мыслится в качестве функции рынка.

Динамика развития рынка в последние десятилетия прошлого столетия и в начале третьего тысячелетия неизменно показывает усиление интереса потребительского спроса к качеству товара. При всех экономических, социальных и политических издержках человечество богатеет и богатства распределяются неравномерно. Финансы, как и ранее, концентрируются в определенных регионах, впрочем, так же, как и премьеры современного производства. Курс на качество товаров аналитиками прогнозируется уверенно и повсеместно. Потребитель осознал необходимость платить за преимущество качественных услуг и изделий. Очередь за производителем, который должен замкнуть в уме «жадность» и «смертный грех», чтобы сжечь алчность. Виднейшие экономисты однозначно заявляют, что повышение качества товаров не связано причинно-следственно с ростом цены. Положительные изменения качества товаров предполагают качественные сдвиги в технике, технологии, организации и управлении производством. Производство должно совершенствоваться, что не означает становиться более затратным.

И ещё хотелось бы обратить внимание на одно, обычно ускользающее в проблемной суете, явление – историчность экономики. Такой, какой мы ее воспринимаем сейчас, экономика была не всегда и навсегда не останется. Экономическая жизнь изменяется во времени, что заставляет нас настраиваться не ее изменяющееся бытие. Современная экономика построена на рыночном фундаменте, и законы рынка диктуют ей свои правила. На первом плане прибыль, конкуренция, эффективность, единоначалие. Долго ли так будет продолжаться? Аналитики утверждают, что уже нарастают симптомы нового экономического порядка. Очередной виток экономической спирали также закрутится вокруг рыночного стержня, но значение рынка не останется тотальным. Приоритет рыночной конкуренции,

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

агрессивно вытесняющей на обочину «социалку», не совместим с перспективой экономического развития, подтверждением чего служит устойчивое стремление социал-демократии на Западе развернуть экономику фронтом на социальное обеспечение, справедливое распределение прибыли. Новую экономику именуют временно «рачительной». Она требует гуманизации не только в распределении национального богатства. Гуманизируется и само производство, включая систему управления. Нынешний принцип: «выживает сильнейший, наиболее приспособленный», сменит «социально-производственное партнерство» – управляющий и изготовитель сделаются членами одной команды. Массовое производство уступит место организации, соответствующей реализации принципа – «производитель изготавливает именно то, что нужно потребителю». «Рачительная» экономика будет ориентирована на ресурсосберегающие технологии и экологичность производства. Она потребует нового взгляда на коренные понятия. Изменится и философия качества. Надо быть готовым к грядущим событиям. В меру своей компетенции и интересов авторы попытались поделиться с Вами, дорогой читатель, своими мыслями, доверили Вам свои суждения о прошлом, настоящем и будущем дела, которому посвятили жизнь, свои исследования, чтобы ответить на главный вопрос: что главенствует в качестве – реклама или производитель и объединит их революция в качестве или сделать это будет невозможно? Но жизнь рассудит и тех и других.

Основная часть

Характер новой конкуренции в современной мировой экономике, обусловленный процессами глобализации, ставит перед производителями высокие требования к повышению конкурентоспособности товаров и предприятий. Повышение конкурентоспособности предприятий и отраслей является одним из важнейших направлений реального экономического роста, как в России, так и в регионах ЮФО и СКФО, что отражено в программном документе, а именно: в стратегии развития легкой промышленности России на период до 2025 г.

В этой связи проблема конкурентоспособности отечественной обуви требует разработки концептуальных основ теоретико-методологических и практических рекомендаций, адекватных предстоящим изменениям в организационно-экономическом механизме функционирования всего промышленного комплекса страны.

В современных условиях рыночных отношений, конкурентной среды и

непосредственного взаимодействия российских и зарубежных производителей решение проблемы сочетания государственных и рыночных механизмов управления конкурентоспособностью становится стратегическим ресурсом экономики регионов ЮФО и СКФО. В мировой экономике место ценовой конкурентоспособности заняла конкурентоспособность уровней качества, которая повысит свою актуальность с вхождением России в ВТО. Возрастание фактора качества результатов деятельности производства отечественной обуви в стратегии конкурентной борьбы на мировых рынках является долгосрочной тенденцией

В России, как и в большинстве российских региональных образований, есть все необходимые условия для развития производства в общенациональных интересах. Если где-то чего-то недостаточно, то это не служит основанием для рецессии и спада.

В середине 2010-х страна оказалась в экономической ситуации подобной концу 1920-х – началу 1930-х годов. Тогда встал вопрос: быть или не быть новому общественному устройству, желанному народу (ибо «избранные» всегда приспособляются к любой ситуации). Ответ не был спрятан в лабиринте, и Л.М. Кагановичу не нужна была нить Ариадны, чтобы добраться в поисках ключа решения проблемы к тайному источнику. Ему нужно было благословение вождя. И И.В. Сталин согласился с тем, что «кадры решают всё». От себя уточним – «профессионально подготовленные и политически ответственные за результат». Пояснение важное, т.к. демократические преобразования в России чудесным образом сняли первым делом профессиональную ответственность за очевидные дефекты в политике.

Политика всеми и всегда понималась как деятельность в интересах государства. Политическая ответственность в демократически обустроенном обществе – высшая мера выражения профессионализма. Невыполнение политических обещаний и заявлений – свидетельствует либо о неспособности заниматься политикой, либо о использовании политического управления в частных интересах. 85 лет назад очевидное для сознания и было таковым на практике. Напрасно, говоря о жестокости И.В. Сталина, забывают о том, что каждый просчет в политике отражается на положении народа, а не политиков, управленцев, консультантов, советников.

В интересах перестройки экономики на путь увеличения в товарном производстве доли добавленного капитала – по сути дела современной индустриализации, начинать надо не с экономических и не с научно-технических

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

действий – с политического ренессанса. Разумеется, новое время требует иных инструментов, отличных от мер второй половины 1930-х годов, но суть должна быть инвариантна. Политическая эффективность – высший критерий профессионализма. Толковать данный вывод лучше от противного. Не дотянула фактическая реальность до заявленных перемен – отставка управленцев с последующей общественной характеристикой в зависимости от конкретных условий и размеров нестыковки.

В советские времена был распространен партийный сленг – «поставить в ответственное положение!» Никто толком не знал, что и как это надо делать, но все знали, если не выполнить, будет плохо. У нас же почему-то ответственность переложили на рынок. Ответственность за выполнение конкретных политических направлений, теряя персонализированный вид, перестает быть ответственностью. Дума у нас ни за что не отвечает. Правительство отвечает перед Президентом и Думой. Персональную ответственность несет перед народом исключительно Президент. Отсюда и единственный достойный рейтинг народного опроса. Бесспорно, помогла Президенту его патриотическая политика – последовательная, активная. Но, создается впечатление, что основным фактором, пусть и не очевидным, популярности Президента в отличие от всех, наделенных властью, является его практическая дееспособность, мотивированная высокой политической ответственностью.

К сожалению, пока узлы, завязанные хозяйственной недееспособностью и безнаказанностью, будет развязывать Президент, а ответственные за решение проблем, стоящих перед обществом, продолжают откровенно тянуть время, прикрываясь неопределенностью толкования модернизации, наша генеральная задача «слезть с сырьевой зависимости» – 55 % налоговых поступлений, решена не будет.

Персонализация ответственности не означает поиск того, кто за всё отвечает. Персонализация подразумевает делегирование ответственности за получение искомого результата. Здесь существенно осознать, что «команда» – не компания единомышленников, коллег, партнеров; «команда» – цепочка ответственных, обусловленная спецификой объекта и решаемых проблем его модернизации. Ответственность за результат не должна размазаться в недрах команды. Ответственность даже за командный результат всегда имеет персональное выражение, которое в упор не хотят признавать наши высокие управленцы. Именно данным стремлением – «спихнуть» всё на специфику объекта управления, непредсказуемость спроса, волатильность

валюты, непонятность изменения тарифов и т.п., можно объяснить тот напор «сверху», с помощью которого нам доказывают, что менеджмент – профессиональное направление, а не надстройка над предметным своеобразием и системным положением определенного производства.

Любопытный факт, правда, не из истории «легкой» промышленности. Д.И. Менделеев в начале XX века получил задание Правительства разобраться с секретом модернизации пороха в Германии. Не имея прямого доступа к немецкой технологии, ученый-химик запросил мониторинг перемещения грузовых железнодорожных составов в тех местах, где производится порох с отслеживанием начала и конца маршрутов. На базе полученных сведений он расшифровал немецкий рецепт и разработал рекомендации для Российского Правительства. Был бы на его месте чистый экономист, современный топ-менеджер, результат получился бы стопроцентно иным. Он завяз бы в статистически-финансовых расчетах расходов-доходов, уйдя от политической и научно-технической составляющих. Самая серьезная методологическая ошибка – экономическую политику сводить к экономическому анализу.

Экономическая наука возникла и развивалась в контексте с политикой, как политическая экономия. Сегодня же экономисты в политике руководствуются не политической экономией, а экономикой в политике. Вместо инвестирования в развитие производства прячут деньги в иностранных банках, сокращают финансирование на образование и самообразование, увеличивают число бедных, не индексируют пенсии, отказывают в помощи фермерам и т.п. «Маниловых» девяностых сменили «плюшкины» десятых.

Основное и инвариантное превосходство России заключено в географическом положении, сочетающемся с отсутствием опасности перенаселения нашего пространства за счет естественного прироста. У нас естественный и солидный запас прочности на века. Вместо того чтобы прессинговать прошлое за неразумность в политике и экономике, следовало бы воздать по действительным заслугам нашим предкам, сумевшим собрать Россию и народы вокруг России. Беспокоит не столько сам спад производства, растраниживание того, в чем исторически проявлялась его национальная специфика, народных традиций, сколько возможность утраты трудового таланта народов России, тревогу вызывает системная неэффективность экономической политики.

Прогресс не бывает без отступлений, замедлений в движении, рецессий. Политика призвана активными, целенаправленными действиями помочь преодолеть возникающие 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

развитии препятствия. Политики должны опережать экономическое движение и направлять его, стимулировать внутренние экономические факторы политическими рычагами, расчищать экономические пути к эффективному производству. Вместо этого политики продолжают привязывать планы развития к цене на нефть, рублевому размеру европейской и американской валюты, ссылаясь на интеграционные тенденции в мире и глобализацию.

Интеграция транснациональных отношений – объективная реальность, но при всей своей объективности она не отрицает специфики национального экономического продвижения. Более того, интеграция объективно призвана способствовать национальному развитию. Почему у нас тогда не получается, как должно быть? Вопрос этот возникает из логического сравнения политики в сфере укрепления обороноспособности, восстановления международного авторитета страны в тяжелейших обстоятельствах формирования новой мировой архитектуры с тем, что из года в год россияне наблюдают и в полной мере ощущают на себе в сфере остальной экономики, – у нас случайно не два правительства? Второе «жмёт на газ и тормозит» одновременно.

Затяжная рецессия в российской экономике имеет: два способа объяснения. Первый – народ потерял способность хорошо работать, растратил «человеческий капитал», второй – управляющие беспомощны. Средства массовой информации уверяют, что политики знают своё дело, держат события под контролем, принимают необходимые меры и обещают перемены к лучшему в ближайшей перспективе. Стало быть, причина в плохой работе исполнителей и неблагоприятной мировой конъюнктуре.

Насколько же нужно быть наивным, чтобы, планируя экономическую политику, опираться на искренность, бескорыстность, сочувствие конкурентов? Президент РФ давно заявил, что наши западные партнеры не хотят усиления России, им нужна послушная Россия, типа Балтийских республик, ранее входивших в состав СССР. Не хотелось печалить политиков, ответственных за экономику, но, следуя Аристотелю, вынуждены констатировать: «Друзья на Востоке тоже себе на уме» – в смысле «Платон мне друг, но истина дороже». Они нам будут помогать по мере выгоды себе от такой помощи.

Пора понять, что все экономические и политические союзы в современном мировом пространстве – это попытка добиться национального выигрыша в среде транснациональных отношений, т.е. на партнеров можно рассчитывать, пока им это сотрудничество

выгодно. Из чего следует вывод – лицом стоять необходимо к своей экономике. Только так, пусть и с большим напряжением, удастся решить свои проблемы. Нет, к примеру, таких объективных причин, которые оправдали бы спад производства в легкой промышленности на протяжении четверти века.

Легкая промышленность, тесно связанная с сельским хозяйством, действительно зависима от работы последнего. Только к подобному взаимодействию нужно подходить исторически конкретно, опираясь на научно-диалектический анализ. Имеются старые метеорасчеты, показывающие, что из 10 календарных лет в России 5 неблагоприятных для развития сельскохозяйственного производства (2+3 и 3+2). При определении «пяtilетки» как меры планирования опирались на эту закономерность.

Проблемы сельского хозяйства и легкой промышленности не в их специфике, они всегда были политическими. В США, Европе у фермеров немало наших проблем. Различие же в том, что там фермер – национальная проблем среди важнейших, основных. Её рассмотрение актуально для существования политиков. От того как политика способствует разрешению, оценивается публично место политика. Фермер и политик связаны экономической политикой. Они балансируют на одном натянутом экономическом напряжением «канате» жизнеспособности.

Ничего похожего в России нет. Вспомним историю последних министров сельского хозяйства. В СССР существовало Министерство легкой промышленности, что подчеркивало значимость отрасли. Что мешает в условиях импортозамещения и деклараций о важности развивать собственное производство восстановить равноправие в промышленном управлении. «Ситцевый край» без легкой промышленности все равно, что родная природа без березовых рощ или лирическая поэзия без творчества С. Есенина.

Реформаторов 1990-х судьба Отечества и отечественного промышленного своеобразия меньше всего волновала. Они выстраивали бизнес на легкости получения максимальной прибыли и размещали моржу вдали от земли предков. Легкая промышленность традиционно была тяжелой проблемой для управления. Управляющим надо быть, прежде всего, патриотами, иначе легкую промышленность не поднять. Необходимо также понимание национальной важности «длинных денег». Компенсацией трудностей стала бы устойчивость спроса.

В чем суть неэффективности политики в экономике конца прошлого и начала нового века? Это вопрос №1, причем речь идет не столько о том, кто виноват. Нас интересует суть политической парадигмы, разработанной теми,

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

кто оказался «у руля». Вопрос №2 – что следует изменять и как, по-видимому, надо это сделать, чтобы поднять национальную промышленность, производство одежды, обуви, кожгалантереи, текстиля, фурнитуры не в последнюю очередь?

Ответ на вопрос №1 простой – никто и не собирался разрабатывать парадигму экономической политики, нацеленной на коренное преобразование базиса. Способ реформирования (не без помощи со стороны) решили выбрать из готовых образцов. За модель предлагалось взять шведский опыт, польскую «шоковую терапию», реформы в Португалии, Аргентине.

Политика не делается в зависимости от состояния чувств. Нравится или не нравится – уровень бытового восприятия мира. С таким подходом на «политической кухне» вредно находиться. Экономическая политика не подходит под оценки «хорошая» или «плохая», «эффективная» или «неэффективная». Она имеет право называться либо «полезной», либо «вредной». Слишком велика цена такой политики, соответственно и ответственность не ограничивается профессиональной формой. Политика есть политика. Антиполитично и непрофессионально делать из политики источник собственного дохода.

Какой бы экономическая ситуация не складывалась, крайне опасно абсолютизировать значение экономических критериев, наделять их свойством всеобщности. Ф. Энгельс резко высказывался против попыток свести учение К. Маркса об общественном развитии к «экономическому материализму», «экономическому детерминизму». Экономический базис – основа социальной организации, но никак не системообразующий фактор её совершенствования.

Общество – система человеческих отношений, осуществляющихся в динамике экономической деятельности. Деятельность – средство социальной жизни людей. Деятельность, обуславливающая необходимость разного рода отношений – способ проявления и развития человека. Отношения призваны обеспечить такое человеческое развитие. Про то, что форму собственности нужно изменять, в конце XX века не говорили лишь немые, а вот о том, что отношения, рождающиеся формой собственности, тянут за собой распределение произведенного продукта, либо его денежного эквивалента, что обмен нельзя полностью доверять рынку, контрольные функции нужно сохранять за государством, переустроенным демократически, что в извращенно-бюрократическом виде государство остается генератором коррупции, старались умолчать, понимая деликатность реформирования собственности.

Большинству населения нет актуальности в том, кто собственник, далеко не все хотят примерять на себя функции собственника – крутиться, вертеться, бороться, рисковать. Распределение же напротив, касается всех, и бедных, и небедных.

Самая сложная составляющая экономических реформ – достижение удовлетворения в обществе распределением национального продукта. От этого удовлетворения, а не от формы собственности зависит здоровье общества. И мы подошли к важному заключению – качество реформ оценивается не самими изменениями, а способностью придать общественной жизни черты стабильности.

Интеграция, глобализация – не панацея развития. Они не отменяют конкурентной борьбы, в которой бывают не одни победители. Проигравших больше. Отсюда и актуальность старой истины, смысл которой стал понятным в диалектике. Движение в любых условиях становится самодвижением. Китайцы национально закрыли себя и выиграли. Победу им обеспечили: восточная осторожность и скептическое отношение к объединению. Они раньше нас сообразили, что интеграция и глобализация являются разновидностями «пирамид» и условно полезные для национального развития. Со стороны могло показаться, что китайские реформаторы отказались от ментальности проклятия: «чтобы жить тебе во время перемен». Изнутри всё выглядело традиционно – политики не предавали резким движением национального масштаба, торопились, но с постоянной привязкой действий к государственному экономическому укладу, реформы в экономике подчиняли традиционным политическим доминантам, не калялись и не старались понравиться. Ни о каких экономических шоках никто всерьез не думал. Финансы как кровеносную систему экономического организма взяли в «ежовые государственные рукавицы», ввели ужесточение за экономические и коррупционные преступления, приравняв многие из них к опасным действиям против государства, не стали придумывать новые партии – обновили имеющуюся, как и прежде особое внимание уделили кадровой политике. Китайцы учли советский партийный опыт «выращивания» кадров, в основе которого лежал принцип поступательности продвижения в зависимости от деловой эффективности и образа жизни.

В семидесятилетней советской истории были единичные случаи, когда в управлении экономикой оказывались случайные люди. Они могли оказаться именно случайно, подтверждая своей исключительностью, дееспособность

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

политической кадровой парадигмы. Принимая во внимание экономические минусы избыточной централизации в управлении народным хозяйством, можно позволить себе следующий тезис – социалистическая экономика советского типа не была рационально выстроенной, но в ней содержался значительный резерв, дававший возможность новым революционерам не повторять старые большевистские приемы – помогать одним и грабить других.

Большевики в образе революционеров выглядят при всей одиозности политики национализации собственности в более выгодном свете в сравнении с теми, кто в 1990-е разбазаривал национальное достояние и крайне неохотно меняет свое заинтересованное отношение к происходящему сегодня. Итогом революции 1917 года была индустриализация и подъем легкой промышленности, народных промыслов, результатом контрреволюции – 25-летняя депрессия экономики, борьба за существование текстильного, обувного, швейного производства, спад в организации подготовки квалифицированных кадров по всему спектру – от рабочих специальностей до инженерных. В подобных условиях пора отступить от абстрактных политических идеалов демреформаторов и вплотную разрабатывать «дорожную карту» возрождения легпрома в расчете на то, что кризис подчеркивает актуальность разумности «мозгового штурма» в противоположность «экономическим школам» в тренде. Какой это дорожной «картой» представляется, исходя из исторического опыта XX века, когда произошли все основные события.

1. В приоритете устойчиво должны быть интересы национального продвижения. О развитии очень хотелось бы сказать, однако его в национальных масштабах сейчас не получить. Нужно «зализывать раны». На сегодня экономически наиболее оптимистическая оценка находится в рамках достижения устойчивой стабилизации экономических показателей. Врачи в подобной ситуации обнадеживают: состояние «стабильно тяжелое». К сожалению, экономику нельзя ввести в «искусственную кому», помогающую преодолеть кризис за счет более экономного расходования жизненных сил. Нас первый пункт «дорожной карты» интересует вот чем. Врачи стремятся мобилизовать жизненный потенциал организма, помочь раскрыть запас воли к жизни. Наша экономика способна бороться за выживание, в ней немало умных, знающих, преданных делу патриотов, правда, с каждым потерянном годом их количество уменьшается. По данным д.э.н., профессора НИУ «Высшая школа экономики» В. Иноземцева – одного из постоянных авторов АиФ, из страны ежегодно уезжают около 400 тыс. человек. Естественно, не

все на ПМЖ, кто-то работает по контракту, в поисках временной работы. В первую очередь нужно помочь энергичным людям, зажечь им зеленый свет в конце туннеля. Рассчитывать на чиновников сложившегося за четверть века типа, уверенных, что над ними висит не меч правосудия, а сейф старшего бюрократа для приема вознаграждения, не приходится. Возможный вариант – ОНФ. Президент РФ регулярно и заинтересованно общается с его активистами. Общение продуктивно.

Академик А.Г. Аганбегян свидетельствовал, что год экономического спада по причине неумного управления требует много больше времени, чтобы восстановить экономику. Действовать на стартовом отрезке надлежит так, чтобы хватило сил финишировать и осталось бы их для очередного этапа. Не следует надеяться и на большие достижения. Чудесных превращений можно ждать в частном предпринимательстве. Здесь вполне способен проявиться случай. В общем процессе роль случая незначительна. Отказываться верить в удачу, тем не менее, неразумно. Есть мнение, что «везет» тем, кто везёт. Удачный расклад возможно индуцировать посредством профессиональной активности, характера, веры в благополучный исход и даже в высшую справедливость. Вера, сопровождающая разум, еще никому не помешала в стремлении творить доброе дело.

Все межгосударственные союзы необходимо рассматривать исключительно в национальных интересах, иначе проиграешь. Экономическое соглашение – это международное условие, которое реально попытаться использовать для собственного продвижения, как на уровне компании, так и отрасли. Однако следует понимать, что если не сумеешь извлечь выгоду из условий договора ты, то её получают твои конкуренты, оказавшиеся более сообразительными. Не исключен и компромиссный вариант, когда прибыль взаимная и временно делится пропорционально участию. Главное знать – соглашение в любой форме конкурентов оставляет конкурентами, оно придает конкуренции цивилизованный вид, ограничивая произвольные действия. За руководителей КНР говорит производство. За 2016 год китайцы пошили около 14 млрд. пар обуви – по 2 пары на каждого жителя Земли. Китайские лидеры поэтому на встречах, при подписании протоколов, малословны. Нашим приходится сложнее – от них в отсутствии аналогичных показателей ждут заверений в дружбе и взаимопомощи. Хорошие, добрососедские, взаимовыгодные отношения являются единственно действительной реальностью прогрессивного движения. Все иное – виртуальная реальность.

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

2. Ставка на всемерную поддержку легкой промышленности, как и большинство направлений инвестирования государственных средств (финансовых, правовых, политических, гуманитарных), содержит риск, однако в пределах допустимых значений. История проверила Россию и в качестве самостоятельного государства, и в составе СССР на способность создавать разнообразные и качественные товары народного спроса в достаточном количестве. Сильные стороны отечественных товаров легкой промышленности: качество материала, гигиеничность, соответствие национальным эргономическим и климатическим условиям, разнообразие ассортимента.

В России можно производить практически все виды материалов, необходимых для легпрома. Производство отдельных видов сырья ограничено по объему, что в принципе регулируется научно-техническим прогрессом. Развитие науки и технологии дополнило естественные материалы искусственными, синтетическими. В стране сложились научные школы в рамках сельскохозяйственного производства и легкой промышленности, была создана система специализированного профобразования. Кадры готовили в училищах, техникумах, вузах, часть учебных заведений исчезла в ходе демократических преобразований, но опыт подготовки остался. Его нетрудно реанимировать. Сохранились промышленные центры, предприятия. Как раз в тех местах, где высок процент безработных. Возрождение предприятий легпрома приведет к активизации социокультурной среды, региональных традиций, веры в перспективу у населения. Вернется социальный оптимизм у людей.

В пользу целенаправленности развивать производство товаров, необходимых для удовлетворения физиологических потребностей человека, служат и размеры потребительского рынка. Они гарантируют производству стабильность загрузки заказами на соответствующие товары.

3. По-прежнему высок творческий потенциал специалистов. Он вполне конкурентоспособен. Отечественные художники, модельеры, инженеры, организаторы имеют высокий международный рейтинг. Нередко их больше и лучше знают за рубежом, чем в родной стране. Как все творчески настроенные люди, они стремятся к диверсификации развития производства с учетом специфики рынка, сознают значимость мониторинга интереса и возможностей массового потребителя. Мы ушли от госрегулирования количества, качества, цены произведенной продукции, чем быстро воспользовались случайные для отрасли люди. Те, кто, приватизировав предприятия, понял это как способ

поправить личные доходы и стремился выжать максимум маржи, виновны в развале отрасли не меньше своих «старших» партнеров, определявших с помощью бездарно проведенных реформ судьбу народом созданной экономики. Олигархи и олигархический капитализм также явление исторически развивающееся. Ошибочно отвергать социально позитивный смысл их существования. Одно дело олигархи-финансисты, олигархи-медиамагнаты, сколотившие состояния на спекуляции, посредничестве, дикой добычи углеродного сырья, другое – те, кто развивал реальное производство со значительным удельным весом добавленной стоимости, т.е. думал о будущем.

После «Гайдаровского экономического форума» и съезда промышленников (2016 г.), олигарх О. Дерипаска высказался весьма политически зрело: «2016 – последний год, когда государство способно будет использовать резервы для помощи производству, со следующего года мы должны начать помогать государству». Есть уверенность, что мнение одного из наиболее деятельных и опытных отечественных олигархов не его эксклюзивный взгляд на взаимодействие государства и хозяйствующих субъектов.

Бежать из России в расчете на будущее – удел тех, кто настроен против России, прячется в «белый пушистый мех» абстрактной демократической идеи о мировом единстве вместе со своей алчностью. На Западе нужны не они, там востребованы их финансы – не столь впечатляющие по западным меркам, как в разграбленном отечестве, и «антипутинские взгляды»

История России богата примерами умной, патриотической экономической политики, именно крупных собственников, опережавших действия органов госуправления, наделенных профессиональной политической ответственностью за развитие производства. Создается впечатление, что те, кто непосредственно отвечает за финансово-производственную политику, изучив исторический опыт, ждут, когда само производство выдвинет «локомотивы» для продвижения имеющегося состава. Г. Греф, в руководители Сбербанка вышедший из названного сектора правительства, открытым текстом на упомянутом «Гайдаровском форуме» сказал о необходимости активной политики правительства по планированию преодоления кризиса в экономике, вложения финансов в реальное производство, контроля на использование банками госкредитов. Напуганные «неправильным» – не циклическим кризисом, банки не хотят рисковать даже «короткими» кредитами в интересах производства. Они «крышуют» спекулянтов на рынке и сами стали ординарными спекулянтами, пуская 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

финансовый оборот госкредиты, оставляя производящие предприятия без кредита, либо назначая смертельные для них нормы расчета

Предприятиям легпрома в подобной ситуации несколько проще действовать. Во-первых, замена оборудования не столь затратное дело. Для примера: оснащение элементарным современным оборудованием физической лаборатории обходится в 5 млн. долларов. Во-вторых, можно обойтись «короткими» деньгами, что стыкует интересы финансиста и производителя. Но в то же время предприятия легпрома более зависимы от быстро меняющейся конъюнктуры рынка, следовательно, нужно уметь крутиться быстро, уметь использовать центробежные силы – диверсифицировать производство. «Диверсификация» – многопрофильное слово. В словарях выделяют 4 – 5 значений. В контексте нашего исследования актуальны три: «Диверсификация производства» как распространение хозяйственной деятельности на новые сферы, разветвление производства, расширение ассортимента изделий; вид стратегии маркетинга, предусматривающей расширение видов продукции, производство которой не связано с основным направлением производственной деятельности данного предприятия и кредитная диверсификация – распределение капиталовложений.

Диверсификация в настоящее время «работает» в режиме «наибольшего благоприятствования», разумеется, при наличии творческого подхода, взвешенных рисков и умело выстроенного мониторинга. Мы имеем в виду начавшийся переход в развитии массового производства из первого типа во второй – «lean production», что можно перевести как «щадящее» или «рачительное производство».

Данный тип производства принципиально меняет саму цель производственного процесса. При этом традиционная задача изготовления большого числа однотипных изделий, отвечающих требованиям нормативной документации, из которых потребитель должен выбрать наиболее подходящие для него, заменяется задачей изготовления именно такого изделия, какое нужно данному потребителю и именно в требуемом объеме и в определенное время.

Новый тип организации массового производства смещает исследования оптимизации планирования на изучение своеобразия рыночного спроса как суммарного выражения индивидуально различающихся пожеланий. Рынок персонифицируется в зависимости от большого количества задействованных показателей, что требует усиления диверсификации производства. Изменяется характер рынка, и предприниматели обязаны на эту трансформацию адекватно и быстро реагировать.

Для изменения парадигмы, интегрирующей политику организации и управления производством, осуществляющейся его перестройки недостаточно, но серьезная модификация в планировании деятельности предприятий давно необходима. И она началась, может быть пока в сознании производителей и собственников, однако это естественное введение в практику. Изучение мозаики рыночного спроса усложнилось поиском новых рынков сбыта. Стремление захватить рынок в 2016 г. неразумно, равно как и мечта перегнать Китай, нам его и догнать только во сне можно. К счастью перегонять можно по-разному. Самый примитивный вариант – сделать что-то больше, более перспективный – опередить, втиснуться в структуру рынка, где плотность его не столь велика. Гендиректор Новосибирского предприятия «Фабрика одежды» Н. Трещев уверен, что реально втиснуться в ряды продукции «пошитой качественно» из достаточно дорогих тканей, интересного дизайна. В 1990-е годы Россию завалили «ножками Буша», и казалось, ничто не способно вытеснить их с рынка. В нынешнее время их даже не вспоминают. Наш птицепром победил. Почему мы должны бояться интервенции китайского ширпотреба? Нужны протекционистские меры в рамках ВТО, ШОС, но в принципе не в них суть дела. Движение продуктивно своей независимостью от внешних факторов. Устойчивое развитие – следствие самодвижения. Если не способствуют развитию наличные условия, надо искать резервы в самом процессе, «снимая» негативное действие внешних обстоятельств.

Государство обязано внести перелом в падении престижа профессий, связанных с легпромом, создать привлечение для тех, кто решил посвятить себя этому интересному делу. Собственники ищут резервы поднять зарплату. Она по НСО в 2016 г. не превышала 14 тыс. рублей, что составляет половину зарплаты от средней по регионам. Директор группы обувных компаний А. Титов выход видит в переходе производства на автоматизированные комплексы. Компании в прошлом году на приобретение итальянского и тайваньского оборудования затратили 350 млн. рублей, что позволило привлечь квалифицированных специалистов, осуществить переподготовку кадрового костяка и повысить зарплату в среднем до 28 тыс. руб. Прогноз развития производства А. Титов связывает с наращиванием изготовления обуви средне ценового сегмента. В пользу прогноза А. Титова работает и сокращение присутствия на отечественном рынке турецкой продукции.

Надо учитывать и то, что экономический рост Китая неизбежно приведет к повышению

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

расходов на зарплату. Это подчеркнет актуальность логистических расчетов. В итоге китайцы потеряют экономическую привлекательность, и с ними можно будет конкурировать в сегменте, заинтересовавшем А. Титова. У российских промышленников есть и такой козырь, как свое сырье натурального происхождения. Надеемся, что обещанные вложения в сельскохозяйственное производство дойдут до ферм и полей.

Рынок для легпрома прирастает и за счет социокультурного прогресса, в частности, благодаря развитию профессионального спорта, увеличению востребованности тех, кто выбирает спорт как путь к здоровому образу жизни. В конце 2015 года газета «Спортэкспресс» опубликовала интервью с председателем правления Российской Outdoor Группы А. Гребцовым. «Рынок outdoor – товаров обслуживает альпинизм, туризм, экстремальный спорт, спецподразделения, спасательные формирования, полярные службы и войска. Это направления, для которых необходима сверхпрочная, морозоустойчивая, водонепроницаемая экипировка, отвечающая самым новым мировым стандартам безопасности и комфорта». А. Гребцов сообщил интересные подробности, в частности, он сравнил технологическую базу производства качественной продукции в РФ, Европе и Азии. Мы «несколько отстали», по его оценке, от азиатского потенциала, но с Европой «Точно можем конкурировать... в России существует около 30 компаний, которые умеют хорошо шить». После введения запрета импорта для госзаказа и гособоронзаказа доля материалов из стран-членов Таможенного союза, поставляемых для силовых ведомств страны, увеличилась с 30 % в 2011 году до 83 % в 2016 году. В 2017 году тенденция увеличения доли материалов производства стран КПЭС, используемых для производства вещевого имущества должна составлять порядка 85 – 90 %. Разворот госзаказа в сторону отечественного производства откроет возможности для смежников химической промышленности (сырье для нити, фурнитуры, мембраны, утеплителей). Вырастет производство ткани, пошив одежды, что потянет разработку оборудования. А. Гребнев полагает, что для закрепления достигнутых результатов важно:

1. четко дать понять крупным торговым сетям важность приобретения и размещения товаров, произведенных в России, разумеется, с учетом их надлежащего качества;
2. размещать в первую очередь заказы на производство у тех «кто уже встал на ноги и умеет шить». Они доказали свою состоятельность;
3. оказать помощь компаниям с получением европейской сертификации материалов, иначе зарубежные фирмы ими не

заинтересуются, а товар, произведенный у нас, не попадет на Запад;

4. активно поддерживать компании коллективными стендами на международных выставках;

5. представлять таким предприятиям субсидии по кредитам на закупку сырья и материалов. Доля этих кредитов в общем объеме кредитования должна составлять от 50 до 85 %;

6. освобождать современное импортное оборудование от ввозных пошлин и НДС. Оборудование, применяемое в пошивочных цехах, на 90 % импортные;

7. внедрять льготный лизинг.

Как видно, программа А. Гребнева систематизирует основные и первостепенные шаги в направлении легпрома к тому, чтобы вернуть себе прежнее значение. Однако Гераклит был прав, говоря, что нельзя войти дважды в одну и ту же реку. Подъем легпрома должен быть осуществлен на новой технологической, экономической и правовой базе.

4. В новое время необходимо обстоятельно работать над культурой покупательского спроса – воспитывать покупателя. Мы неоднократно в своих публикациях подчеркивали, что понимание качества естественных явлений и искусственных не тождественно. Потребительский товар произведен человеком и для человека. В нем отчуждается человеческая сущность, в том числе и социокультурный статус личности. Следовательно, и понимание качества должно включать субъективное восприятие свойств товара посредством чувств и рефлексии. Восприятие качества нельзя пускать на «самотек», отдавать чувственной стихии или упрощенному мышлению. Важно научиться не только искусству современного дизайна, качественно шить обувь, одежду, необходимо помочь потребителю во всем этом разобраться, направить его эстетические и гигиенические представления, заставить его сопереживать, испытывать удовлетворение от приобретенного товара.

Мудрый Будда заложил в восьмеричный путь четыре ключевых шага: правильное понимание; принятие правильного решения; нахождение правильных слов и, наконец, правильные действия, направленные на реализацию правильных решений. Судьба легпрома сейчас зависит от того, каким будет этот последний шаг. Его исполнение – функция Правительства. Политическая парадигма предельно проста – нам не следует ни с кем соревноваться в борьбе за мировой рынок, тем более с китайцами. Китайцы по праву хотят обуть и одеть весь мир. В КНР живет пятая часть населения Земли. Наша задача совсем иная. Нам нужно сделать так, чтобы китайцы не обували и не одевали нас. Перевести покупательный спрос на собственное российское

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

производство, заинтересовать товарами, произведенными в стране. Задача такая нам вполне по силам, как говорят производители. И Правительству нужно делать последовательно и своевременно свою прямую работу, то есть, думать, принимать решение, доводить всё до результата, работать в команде и, главное, уважать друг друга в этой команде.

Но сначала необходимо назвать этой команде сами проблемы, характерные сегодня, но что особенно важно, завтра, для легкой промышленности и приведенные на рис. 3.1.

На рис. 3.1 приведены системные проблемы отрасли, причины их возникновения и результат воздействия проблем на основные показатели деятельности легкой промышленности. Возникновение системных проблем в отрасли обусловлено внутриотраслевыми и внешнеотраслевыми причинами. Они связаны как с деятельностью самой отрасли, так и с происходящими институциональными преобразованиями и изменениями в национальной экономике, в сфере законодательной и внешнеэкономической политики страны, а также с изменениями в мировой экономике.

В основном это происходит из-за структурных диспропорций легкой промышленности – несоответствием в настоящий момент масштаба и возможностей отрасли качественно удовлетворить растущий спрос на продукцию, приостановить критическое падение доли отечественных товаров на внутреннем рынке и предотвратить возникшую угрозу потери национальной безопасности страны.

Причинами первой группы проблем – технической и технологической отсталости легкой промышленности от зарубежных стран являются:

– невысокий потенциал установленного в отрасли оборудования, большая часть которого морально и физически устарела. Доля оборудования в станочном парке отрасли (по оценке Росстата), эксплуатируемого до 5 лет составила на начало 2017 года всего 1,2 %, 6 – 10 лет уже 39,6 %, 11 – 20 лет аж 45,4 % и более 20 лет – 13,8 %.

Изношенное и морально устаревшее оборудование неспособно не только производить современный ассортимент качественной

продукции, но создает и неудовлетворительные условия труда, приводящие к повышенному производственному травматизму. В результате действия этого фактора удельная трудоемкость производства в отрасли в 3 – 5 раз выше, чем за рубежом;

8. отсутствие современных технологических переделов и автоматизированных систем управления производством;

9. меньшие, по сравнению с принятыми в мире стандартами, темпы технологического обновления. Коэффициент обновления оборудования на российских предприятиях составляет 1 – 2 % в год и осуществляется за счет кредитных и собственных средств, на зарубежных фирмах этот показатель составляет 16 – 19 %, что в значительной степени связано с инвестиционной поддержкой со стороны их государств, заинтересованных в развитии легкой промышленности. Низкий уровень обновления оборудования приводит к сокращению производственных мощностей (за счет значительного превышения вывода морального и физически изношенного оборудования над вводом нового).

За последние 5 лет производственные мощности сократились:

- по хлопчатобумажным суровым тканям на 14 процентов;
- по льняным тканям на треть, а по шерстяным тканям почти в 4 раза;
- по трикотажным изделиям в 1,8 раза, чулочно-носочным на 10 процентов;
- по обуви на 62 процента.

Резюме: состояние основных фондов, особенно их активной части, не соответствует современным требованиям по показателям, характеризующим конкурентный и технический уровень производственного потенциала отрасли;

– существенное отставание от зарубежных предприятий в уровне организации производства, в оперативном контроле за технологическим процессом, в эффективности работы маркетинговых служб предприятий и большой в 2 – 2,5 раза продолжительностью выполнения заказов на изготовление продукции.

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

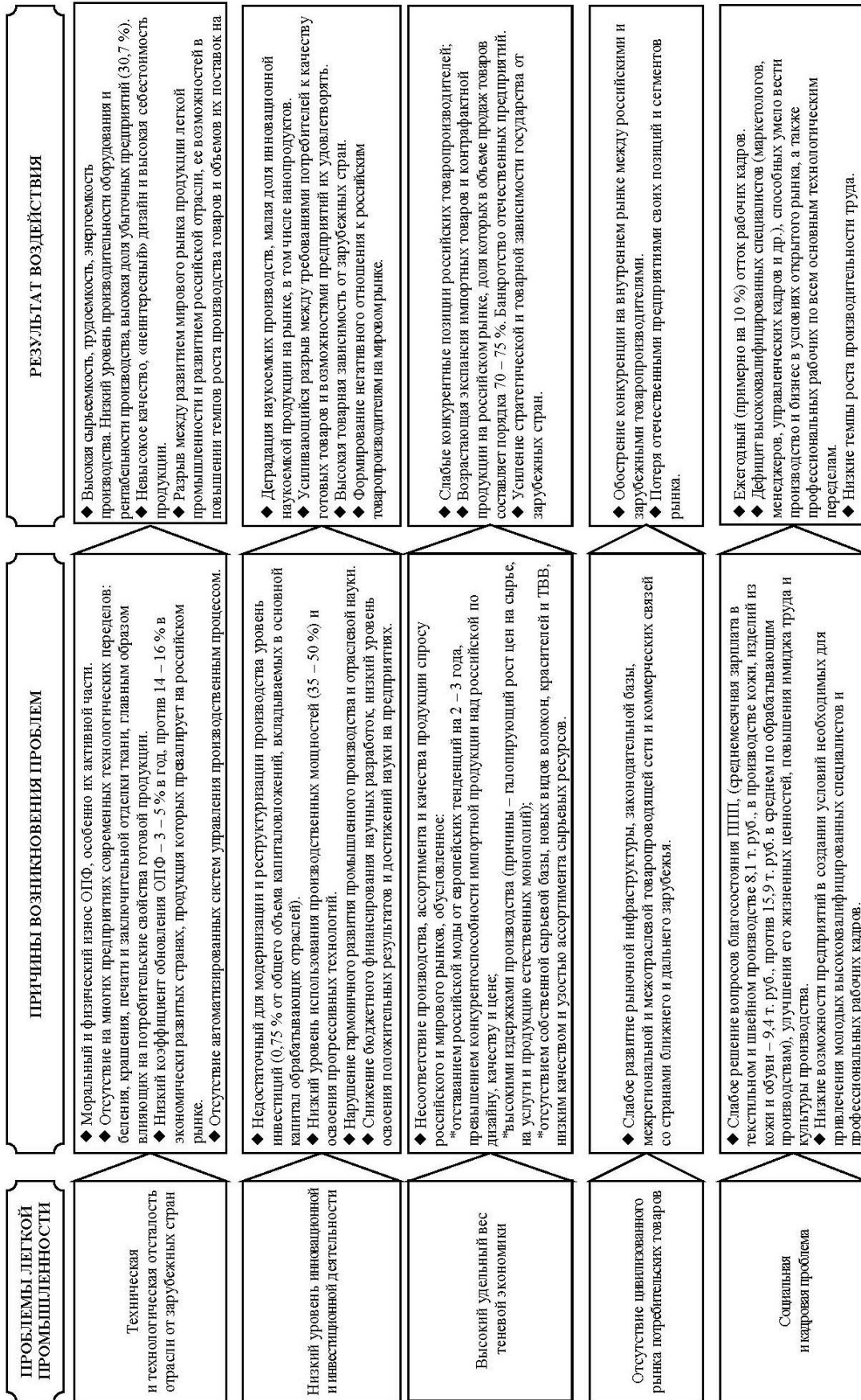


Рис. 3.1. Проблемы легкой промышленности, причины их возникновения.

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

В результате воздействия указанных причин возникает высокая зависимость текстильных предприятий от качества сырья, красителей и текстильно-вспомогательных веществ (ТВВ) и, как следствие, высокие издержки производства, обусловленные высокой стоимостью сырья, красителей, ТВВ и фурнитуры (большая доля которых завозятся из-за рубежа), и высокими затратами на энергоносители, цены на которые необоснованно растут сверхбыстрыми темпами; и слабая конкурентоспособность на отечественном и европейском рынках российских товаров в сравнении с импортными, как по качеству, дизайну и цене, так и по ассортименту, что является основным препятствием успешной конкуренции отечественных производителей с зарубежными.

Вторая группа проблем – низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности обусловлена следующими причинами:

- отсутствием инвестиций, необходимых для модернизации отрасли и внедрения «прорывных» инновационных и инвестиционных проектов, позволяющих снять структурные ограничения развития отрасли и выйти на производство совершенно новых (по потребительским свойствам) видов продукции, востребованных на внешнем и внутреннем рынках, при этом важно иметь в виду, что если сегодня отечественная легкая промышленность может покрывать потребности в секторе государственных закупок, то завтра, когда увеличатся спрос на продукцию, собственное производство не сможет удовлетворить растущую потребность даже в этом сегменте – что является недопустимым. В этой связи развитие импортозамещения через рост выпуска качественной продукции – единственно возможный путь решения проблемы производственного потенциала, рост которого, начавшись в государственном секторе, перейдет на рынок в целом;

- сокращением объема и результативности научно-исследовательских разработок по причине снижения объемов бюджетного финансирования НИОКР (в 2016 году за счет средств бюджета выполнено НИОКР на 22,7 млн. руб., в 2017 году – на 25,0 млн. руб.). В наибольшей степени это затронуло фундаментальные и поисковые исследования. Многие научные разработки, способные составить новую технологическую основу отрасли для расширения производства конкурентоспособной наукоемкой продукции, не доведены до завершения и требуют продолжения и углубления разработок. Научным организациям не выделяются и средства на развитие их экспериментальной базы, что снижает эффективность научных разработок. И это, несмотря на то, что достижения российских ученых не уступают и даже многие из них

превосходят мировой уровень в области создания новых технологий и нового конкурентоспособного ассортимента продукции. О значимости отраслевой науки говорит тот факт, что за 2014 – 2017 годы шесть научных работ удостоены премии Правительства Российской Федерации в области науки и техники.

Ведущие зарубежные страны на развитие науки и ее экспериментальной базы вкладывают 6 – 9 % средств от оборота продукции, что позволяет им стабильно добиваться высоких достижений в науке, повышать технологический уровень производства и конкурентоспособность товаров в соответствии с требованиями мирового рынка.

Непринятие мер по решению проблем, связанных с развитием науки и эффективностью научного обеспечения отрасли, приведет к неизбежности появления в ее работе возможных рисков экономического и социального характера. Лишенная притока новых технологий отрасль не сможет дальше конкурировать с иностранными фирмами, что скажется на возможности российских товаропроизводителей в сохранении своих позиций на внутреннем рынке и в завоевании новых сегментов на зарубежных рынках. Технологическое отставание отрасли уже в обозримой перспективе может стать необратимым процессом, что повысит стратегическую и экономическую опасность России.

Низкий уровень освоения в промышленности положительных результатов научных разработок и инноваций (менее 1 процента предприятий) – это отрицательно сказывается на технологической модернизации, на расширении ассортимента продукции (как гражданского, так и стратегического назначения) и качестве, возможности придавать ей новые функциональные и потребительские свойства, используя современные технологии, в том числе, нанотехнологии.

Без принятия действенных мер по улучшению сложившейся ситуации в отрасли её состояние может достичь критического уровня. Особенно актуальна задача повышения конкурентоспособности для обувных предприятий, которые в силу внешних факторов (усиление конкуренции вследствие глобализации, мировой финансовой кризис) и внутренних (неэффективный менеджмент) утратили свои конкурентные позиции на внутреннем и внешнем рынках. В ответ на негативные процессы во внешней среде усиливаются процессы регионализации и создания различных сетевых структур, одной из которых является союз товаропроизводителей и государства.

Существуют три основных варианта концепции предприятия в развитой экономике: неоклассическая, агентская (акционерная) и концепция партнерских отношений.

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

В концепции партнёрских отношений, или теории заинтересованных сторон, рассматривается зависимость действий фирмы от интересов широкого множества заинтересованных сторон, к числу которых относятся потребители, поставщики, акционеры, управляющие, работники и др. При этом каждый из партнёров имеет определенные права на контроль над предприятием, поэтому концепция предполагает необходимость принятия решений с учетом их интересов.

Теория стратегического управления является одним из самых непростых разделов управленческой науки. За достаточно короткий период существования, характеризовавшийся бурным развитием целого ряда концепций, она успела превратиться в самостоятельную научную дисциплину с собственной академической инфраструктурой. Важнейшим вопросом, на который должна дать ответ теория, является определение источников долгосрочной конкурентоспособности предприятий. Эти источники определяются стратегией предприятия и, соответственно, поднимают вопрос о ее природе.

Надежность и универсальность – признаки качества знаний. Надежность позволяет свести к минимуму риски, универсальность снимает напряжение с поиска новых решений проблемы – «от добра добра не ищут». За качество приходится платить. Плата, как принято считать, имеет финансовую зависимость, однако это не всегда выглядит непосредственно. В истории цивилизации есть два выдающихся достижения на уровне революций, явно не получивших эквивалентной оценки, а именно:

– открытие цены знаниям, сопоставимой с ценой для человека вещей, «знание – сила»;

– осознание особого значения теоретических знаний в форме понятий и смежных с ними форм абстрактного мышления – суждений, умозаключений. Это закономерно привело к необходимости разрабатывать специфическую технологию их производства – методологию познания сущности отношений существующих явлений. Видимая часть мира «рассчитана» на потребителя, невидимая – на производителя. Конкуренцию производителей можно формализовать в виде простой технической задачи – проникнуть через хаотическое множество явлений видимой части мира в его скрытую часть, разобраться в ней, чтобы, вернувшись, понять хаос как порядок сосуществования и развития явлений. Упорядоченность и есть закономерность. Законы только в учебниках существуют сами по себе, отдельно. В действительности закон – это устойчивость, общность и необходимость порядка того, с чем мы имеем взаимодействие – познаем, воспроизводим, изменяем, управляем.

Экономическая наука в XX веке попала в сложное положение, которое к концу столетия сделалось критическим. Теория А. Смита и метод К. Маркса не вписались в контуры идеологии развитого капитализма. В Европе и Северной Америке сама мысль об историчности капитализма воспринималась как ересь. История капитализма имеет начало, но наличие начала не может быть основанием вывода о конечности. Математика – наука точная, она допускает бесконечность в одну сторону. Диалектическое толкование бесконечности – метафизическое, отвлеченное от реальной истории. Спасение экономической науки надо искать не в историческом, а формально-логическом понимании действительности, то есть в математических исчислениях, статистике.

Мы остановим погружение в философские, правильное сказать, в методологические основания науки, но не потому, что надо быстрее окунуться в практическое дело, а вследствие значимости для успешного осознания производства товара понимания того, что всякое производство предполагает воспроизводство, наряду с товаром, отношений. Производство начинается с достижения определенных отношений и приводит к развитию этих отношений – между производителями, производителями и потребителями. Разобраться в столь сложно выстроенном производстве можно лишь с привлечением научного анализа на основе понятийного мышления.

Далее цитируем: «Для пошива школьной одежды должны использоваться ткани из натуральных волокон, таких как шерсть, лен, хлопок. Эти ткани наиболее гигиеничны, обладают высокой гигроскопичностью и хорошими терморегулирующими свойствами». По итогам исследования, из 98 производителей школьных брюк продукция только 14(!) соответствовала знаку качества, являлась безопасной для здоровья согласно требованиям. Из 30 производителей сорочек 28 имели нарушения».

Вряд ли кто, из посвященных в состояние отечественного легпрома, ожидал иных результатов. Поражает не столько удручающая статистика, сколько комментарии специалиста, адресованные потребителю продукции швейного производства. Специалист через журналиста советует: «Если на ярлыке не указана информация о производителе – его наименовании и местонахождении, составе ткани, дате выпуска – это повод задуматься».

Переход к самостоятельному нормированию технических характеристик реально возможен в границах объективных параметров качества исключительно при наличии двух условий:

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

– освоения современных технологий производства продукции;

– сложившейся высокой профессиональной культуры, системообразующим фактором которой является личная форма ответственности.

Разумеется, к базовым условиям надо добавить негосударственный контроль за производством, своего рода народный контроль. ОНФ может быть центром подобного народного надзора, но есть опасность его партийного оформления. Действительная сила ОНФ как раз и заключена в статусе независимой от межпартийных отношений организации, непосредственно подчиненной Президенту. Высший управленческий менеджмент, к сожалению, приобрел опыт приручения тех, кто проявляет самостоятельность.

В СССР в 50 – 80-е годы сформировалась система управления качеством, мало в чем уступавшая зарубежному опыту. Эта система постоянно совершенствовалась с учетом полученного позитивного и негативного опыта вплоть до конца 1980-х годов. Все стало рушиться в волнах, рожденных «новым политическим мышлением». Окончательно системную политику в отношении организации управления качеством захлестнуло демократическое цунами девяностых. Кризис и «шоковая терапия» сняли актуальность проблемы на последующие десятилетия. Причины деактуализации интереса к качеству лежат на виду, а именно:

- достижения политики управления качеством советского периода были связаны с особенностями социалистического типа планирования, построенного на принципе директивности, в котором, в отличие от индикативного планирования, экономическое стимулирование было подчинено политическим целям непосредственным образом. Когда стала ненужной административно-командная практика управления предприятиями, вместе с ней ушла в историю и практика управления качеством;

- не секрет, что с развалом СССР на будущее России смотрели совсем по-другому – «системно». Российскую экономику пытались не встроить в мировое производство, а пристроить в интересах сложившейся архитектуры. Нам отвели место производителей и поставщиков сырья, в основном естественного происхождения. Качество такой продукции обусловлено не производством. Качество же производства зависит от размера добавленной стоимости – чем меньше затрат, тем больше разница между ценой и себестоимостью, выше прибыль. Добыча барреля нефти в Катаре и Саудовской Аравии обходится существенно меньше, чем в РФ. Отказавшись от контроля за рынком, государство последовательно освободило себя и от обязанности контролировать процесс

производства. И это произошло притом, что бюрократический аппарат и расходы на его содержание увеличились на порядок. Само понятие «управление качеством» понизили до уровня «контроль за качеством», после чего каждый производитель мог сам управлять качеством. В конце концов, качество упростили до технического регулирования;

- качество производства и продукта производства функционально связаны с качеством рынка, качество же рынка, в свою очередь, зависит от покупательской готовности приобретать продукты, отмеченные знаком качества. Качественный товар бывает востребованным при двух обязательных условиях: платежеспособному спросу массового покупателя и добросовестностью продавца. Ни того, ни другого на отечественном рынке нет. Даже в бутиках и элитных магазинах покупатель не чувствует себя гарантированно защищенным от контрафактной продукции и обманщика производителя.

Рынок – неотъемлемая часть общества. Порядок на рынке отражает состояние общества, а производитель ориентируется на состояние рынка. Для него барометром служит не национальный интерес – возможности рынка. Рынок – движущая сила производства. Если бы культура рынка действительно опережала культуру производства, то возражения против потребительского подхода к производству сократились бы до минимума. На самом деле культуру рынка в России заложили не производители и тем более не потребители с их тощим кошельком. На нашем рынке с самого начала властвуют посредники и спекулянты. Под них выстроено и законодательство, допускающее массу различных толкований действий и такое же количество возможностей избежать уголовной ответственности. Управление качеством в подобной ситуации превратилось в манипулирование качеством в интересах хозяев рынка. Пока мы не перестроим отношения в сфере обмена товара на деньги и не поднимем покупательский платежеспособный спрос до возможности выбора качественного продукта, у нас проблема качества останется на уровне экономической теории.

Производитель в настоящее время не заинтересован изготавливать качественный продукт, затраты высокие, себестоимость изделий вырастит, реальную цену существенно увеличат посредник и продавец. В итоге рынок такого продукта «не переварит» и производитель будет поражен смертельной болезнью № 1 по Э. Демингу. В ограниченном – явно мизерном для России масштабе качественные вещи гарантированно делают, изготавливают, только никакого отношения к ситуации в производстве

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

приведенная практика не имеет, она эксклюзивная.

Попытки исполнительной власти в нулевые годы активировать интерес к TQM успех имели опять-таки локальный и временный. В советское время команды сверху выглядели логичными и заставляли с ними считаться. Изменившаяся с социалистической на капиталистическую реальность на эти инициативы прореагировала вяло, без всякого энтузиазма, можно сказать чисто просветительно, но не практически. Не удивительно, что к отклеившимся подошвам обуви добавились неисправные ракеты, не способные подняться в космос.

К вышеприведенным причинным факторам добавим застарелую болезнь, доставшуюся российскому менеджменту в наследство от социалистического периода. «Создание системы качества в России натывается еще на одну проблему, типичную для нашей страны, пишут Б.С. Алешин с соавторами. Она состоит в том, что инструкции пишутся для кого-то, а не для конкретного работника. Поэтому общепринятой ситуацией стало простое нарушение инструкций. Это принципиально недопустимо на предприятиях, использующих систему управления качеством». Не доверяя высшему менеджменту решение этой проблемы, Б.С. Алешин ищет поддержку на корпоративном уровне – «... при подготовке и создании системы качества в России полезно расширить сферу действия проблемы и рассмотреть вопрос о создании системы корпоративных стандартов, поддерживающей систему качества».

Б.С. Алешин – известный специалист в области управления, занимал самые высокие посты в российском правительстве и дело знает изнутри. Ему должна быть знакомой история с проблемой подготовки менеджеров, корнями уходящая в советские времена. Ее пытался решать А.Г. Аганбегян в бытность директором Института в системе СОАН СССР. Делал он это весьма серьезно, инициировав создание Совета директоров крупнейших предприятий Сибири. Внешне вопрос выглядел просто: экономист-управленец (тогда заморское «менеджер» не использовалось) являет собой «свободного художника», или его профессиональную подготовку необходимо выстроить как надстройку над производственно-ориентированном фундаменте, т.е. сначала профориентированное обучение, только потом экономическое образование. Формальное решение проблемы имелось в ведомственных вузах, где уже в названии выпускающих кафедр связывались экономическая и производственная составляющие, например, в вузах МПС кафедра называлась «Экономика на транспорте».

Дискуссия у А.Г. Аганбегяна закончилась ожидаемо – большинство посчитало целесообразным экономическую подготовку связать с производственной спецификой. Только так ей можно придать необходимый уровень конкретности. Реформы 1990-х годов разработанную схему отменили, привели подготовку менеджеров у нас в соответствие с порядком, установленным у них, чью экономику определила в качестве эталона. Алогичность экономической политики не скрывали, напротив, превозносили. Абсолютизация в науке не допустима, как тормоз научного творчества. Тем не менее, признавая необходимость переходного этапа, пришедшие во власть экономисты в учителя взяли тех, кто по учебникам истории знал о том, что надо делать во время перехода. Хотели на счет «раз-два» оказаться в постиндустриальной экономике, минуя развитую индустриальную. При всех дефектах социалистической индустриализации, она стала объективным историческим фактом за две пятилетки, а за пять «пятилеток» даже реиндустриализацию не сумели осуществить. В итоге вернулись к прежней логике развития. Локомотивами индустриального прогресса сделали ВПК и Роскосмос, надеясь, что они потянут за собой развитие остальной промышленности. Но, не будучи уверенными в способности остальных справиться с новыми задачами, ибо и старые они не выполняют, власть призвала ВПК развернуть производство ассортимента массового народного потребления в целях удовлетворения бытовых потребностей населения.

Одним из основных правил управления качеством специалисты считают возвращение в исходные позиции, если процесс не пошел. Поэтому реставрацию прошлой модели экономического подъема надо записать в актив власти. К этому бы еще приложить и принцип последовательности в реализации социалистического императива о единстве теории и практики. Советские випперсоны из Политбюро решения не разрабатывали. Они их согласовывали и принимали. Проекты решений готовились профессионалами, консультантами, «субподрядчиками» и «инициаторами», у них были ученые АН СССР и наиболее успешные руководители производства. Случайный человек в промышленные отделы обкомов партии, ЦК КПСС попасть мог, только оказавшись Штирлицем. Был налажен партийный и народный контроль. Естественно не совершенный, но действенный. Разложение стартовало тогда, когда с приходом М. Горбачева его ставленники объявили себя и учеными, и опытными производственниками, и пророками, утратив критическую способность. Диалектика в управлении уступила место стремлению найти

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

существующий пример, что породило перерождение диалектического мышления, выстроенного на базе исторической конкретности истинного знания, в примитивный эклектизм Е. Гайдара и К°.

На закономерном стремлении А. Аганбегяна с сотоварищами объединить научное познание экономики со здравым смыслом и практически выверенным опытом, смысла либеральная абстрактная фантазия.

Критерием уровня предметно-ориентированных знаний служит качество управления соответствующей областью предметной реальности.

Парадокс экономического управления заложен в специфике движения общественного производства. Чтобы управлять со знанием дела, нужны теоретические, следовательно, общие научные знания, продуцируемые экономической наукой, но управлять практически всегда приходится отдельно взятым предприятием, замыкающим экономическую цепочку. В этом смысле экономическое управление выступает уже как искусство, оно сродни медицине, принцип которой также внешне прост: определяем болезнь, но лечим больного, поэтому алгоритмы хороши в процессе теоретического обучения врача, однако они ограниченно применимы в лечении больного. Нечто близкое у экономического управления и с модой. Высокая мода определяет стиль, цветовое предпочтение, специфику формы изделия, характер его сочетания с отделкой и фурнитурой, тип материала. Что же касается отдельно взятого изделия, то его конкретность утверждается заказчиком, исходя из конституции и финансовых возможностей. Обычно считают, что мода закрепощает, не согласны. Мода предоставляет как раз достаточно свободы действий в заданных параметрах. Она испытывает культурное развитие личности потребителя. Есть свобода и у управляющего предприятием, в том числе и при определении отношения к качеству продукции. Мечта управляющего получить качество за счет сокращения издержек, мечта понятная, ибо в противном случае придется поднимать цену реализации, что неправильно с точки зрения теории управления качеством. Авторитетный японский специалист по менеджменту И. Исикава неоднократно говорил, что безнравственно говорить о повышении цены при повышении качества продукции, так как повышение качества связано со стабилизацией производства, уменьшением дефективности, издержек, а следовательно, с уменьшением себестоимости и цены. По мнению И. Исикавы, о росте цены оправдано судить только в том случае, когда потребитель получает изделие нового технического уровня.

В условиях плохой организации переходного периода к современной высокотехнологической экономике, отягченного рецессией в мировом масштабе и западной политикой санкций в отношении России, вряд ли реалистично рассчитывать на профессиональную ответственность конкретного производителя за качество производимой продукции. Нравственность родилась раньше товарного производства, однако затем экономическое развитие поставило нравственность под свой контроль, закрепив новое соотношение идеологически. Нравственное развитие только в романах контролируется внутренними силами персонажей. В экономике нравственность существует подобно драгоценному камню в тисках зажима перстня. Почему в стандартах ИСО сделан упор на три точки приложения сил – ответственность руководителя, снижение издержек и кадровую политику? Есть три «золотые истины» качественной политики в управлении качеством:

– невежество – первопричина всех бед в управлении, в экономике прежде всего;

– качество – источник доходов, так как сопряжено с сокращением производственных потерь, кроме того оно гарантирует экономическую стабильность, способствует повышению имиджа;

– бережная политика в отношении профессионально подготовленных кадров, такие люди – главное богатство любого производства.

Правила действуют, когда нет никакого резона их не соблюдать – себе дороже каждое нарушение. У нас, в условия селективного контроля за правилами, редкие производители следуют правилам, значительно больше действуют по понятиям, то есть под прикрытием несовершенства правил и договоренности с чиновниками. И здесь мы можем сформулировать суть политического момента, как руководители любили говорить еще не очень давно. Итак, что мы имеем?

Первое, совсем неслучайно экономическую теорию отцепили от политики, политическую экономию нейтрализовали в экономической науке. Богу – богово, кесарю – кесарево. Очень уж Гайдару и олигархам понравился американский экономический либерализм, причем отразили они его специфически. Свободу предпринимательства приняли «на ура», а об американских драконовских мерах за нарушение правил экономической деятельности забыли народу рассказать. Не выгодно было. Вспоминать стали лишь после того, как все поделили, и встал вопрос о перераспределении продуктов приватизации.

В стремлении очистить экономическую теорию от политической нагрузки была скрыта практическая, управленческая составляющая.

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

Экономическое управление отделили от предметной специфики производства, чтобы было как в теоретической механике, физике, химии. Следующим шагом за упразднением политической экономии и приоритета в управлении производством его предметной направленности стало вознесение экономического управления в качестве универсального фактора.

Экономические управляющие сделали законодателями порядка в развитии производства. В Россию в 1990-е понаехало немало экономических советников и консультантов, активизировался едва ли не главный финансовый спекулянт Сорос. Спрашивается, зачем все это нужно было и кому выгодно? Ответ не столь сложен – эти перемены обеспечивали прикрытие перехода от политики управления качеством производства к политике манипулирования качеством. Параметры качества стали определять экономические управляющие, естественно, исходя из управленческих интересов. К. Маркс показательно назвал попытку экономиста Прудона разобратся в философских основах нищеты «нищетою философии». Либеральные экономисты наступили на те же «экономические» грабли, что и их французский предшественник. Результат оказался тем же. Убрав предметную определенность, экономисты – управляющие – реставрировали схоластическую философию «реалистов». Вместо движения к конкретности истинного знания они абсолютизировали абстракцию общих идей. Экономическая наука призвана реконструировать объективную, предметно определенную реальность, а не быть производителем удобных для расчета знаний. Так функции науки и философии трактовали в Средние века теологи. Впрочем, по-видимому, именно в подобном статусе науки есть особая заинтересованность, иначе как объяснить уход от объективизации критериев научных оценок.

«Качество» – философская категория, которая вместе с «количеством» образует диалектическую пару, то есть они взаимозависимы. В одной из своих публикаций мы выделили три фундаментальных признака «качества»:

- «качество» является *системой* определяющих свойств явления;
- в определении «качества» всегда имплицитно количество в одном из своих проявлений – цельность, интенсивность;
- отражая предметное многообразие мира, качество воспроизводит в себе объективность различия явлений, оно структурировано.

«Управление качеством» – понятие политической экономии, оно допускает варибельность разработки, но в пределах объективности характеристик качества. Манипуляция качеством представляет собой

свободное от действительных характеристик определение признаков качества в общем, – теоретическом и частном, – практическом масштабов. В экономической теории до 1950-х годов не существовало специфической процедуры для оценки затрат на качество. Господствовал «традиционный подход к определению «оптимальной» стоимости качества». 100 %-е соответствие продукта ТУ считалось недостижимым, поэтому цену качества заложили в после покупную перспективу. Полагали, что расходы потребителя на эксплуатацию товара обратно пропорциональны качеству товара. Они уменьшаются по мере качественности товара, стремясь к нулю. Появилось понятие «оптимального уровня качества». Оно соответствовало минимуму стоимости качества для поставщика и потребителя. Общие затраты определялись как сумма затрат производителя и потребителя.

Новая экономическая реальность сложилась в 1970-е годы под непосредственным влиянием научно-технической революции. Возросла техническая сложность продукта, увеличился гарантийный срок. Произошедшие изменения заставили отказаться от упрощенной модели определения затрат на качество. Родилась концепция стоимости качества, опирающаяся на уменьшение за счет более рационального финансирования затрат на качество и снижения общих затрат на производство продукта. Экономисты пытались сделать экономной. Акцентирование в управлении качеством сместилось в сторону решения общих задач развития производства, его стандартизации. Г. Тагуги вообще назвал мерой качества его стоимость и привел следующие расчеты: одна стирка рубашки обходится в 250 йен, обычно за время службы рубашку стирают 80 раз. Расходы на прачечную составляют 20 000 йен. Если смогут пошить рубашку, мнущуюся и загрязняющуюся в два раза медленнее, то экономия потребителя достигает 10 000 йен. Предположим, новая рубашка производителю обойдется на 1000 йен больше, а реализация увеличится на 2 000 йен, то производитель получит в доход 1000 йен, потребитель выгадает 8000 йен. Общество же будет иметь экономию в 9000 йен плюс сокращение расходов экологической направленности, так как меньше будет отходов от стирки.

Мы не против манипулирования качеством. В определенных границах эта вынужденная мера, свидетельствующая об ограниченности познавательных и иных возможностей. Теория не должна быть консервативной, но манипулирование качеством – тактический уровень управления в отличие от стратегической ценности и значимости управления качеством.

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

Манипулирование – один из инструментов управления, и оно обязано оставаться частным, изменяющимся делом в системе управления качеством.

Второе, что нужно иметь в виду, анализируя перспективу частного самоконтроля качества. Частная инициатива обусловлена общей политической и экономической ситуацией. Социализм можно было построить в отдельно взятой стране, обеспечить конкурентную способность социализма оказалась в данное историческое время невозможным. Капитализм еще силен. Такая же ситуация ждет и частных производителей. Качественный товар он выпустит. Сможет ли работать устойчиво в среде, которая не созрела для подобной практики.

Качественный товар мало уметь производить. Он должен быть востребован массовым покупателем, а такой расклад – уже социально-экономическая политика. Качественную продукцию хотят иметь все и всегда. Только – это абстрактное желание. Оно существует как мечта, сказка. Лишь по мере обретения абстрактными пожеланиями статуса конкретности реальных возможностей сложатся благоприятные условия для приоритетности «хорошего вкуса», и покупатель будет искать качественный товар, а не глядеть с завистью в корзину богатого, но явного меньшинства. В отношениях производителя с покупателем к тому же есть свои поля Хиггса. В природе, проходя через них, частицы наделяются массой и превращаются из частиц энергетических в частицы «вещественные». На рынке товаров, изделие проходит через поля продавцов различного ранга и обретает нереальную цену, которую рекламируют как настоящую, соответствующую качеству. Пока отечественный рынок не будет приведен к нормальному рыночному состоянию, что придется ждать очень долго, заинтересованности в производстве качественного товара не будет. Вполне допустимо полагать, что среди российских производителей немало честных предпринимателей, имеющих искреннее желание накормить, одеть и обувь сограждан как можно лучше. Только кто им это позволит сделать. Рынок их отторгает в качестве «нарушителей конвенции». Законодатели примут законы в согласии с порядком и ценой лоббирования – оно существует легально; чиновники внесут свои комментарии посредством рекомендаций, указаний и т.п.

Разумеется, на нашем рынке имеется некоторая ниша, ею пользуется наиболее уважаемая часть среднего класса. Ниша незначительная по причине тощего социального слоя и его неустойчивости в условиях волатильности развития экономики. Тем не менее, данный сектор есть, и под его запросы

производители качественной продукции, к примеру, колбасы по 1500 рублей за килограмм, обуви за 5 тысяч и более, костюмов от 15 тысяч, также существуют. Но какое отношение этот рыночный эксклюзив имеет к характеристике нашей экономики в целом? Разве, служит тем самым исключением из правил, что только их подтверждают. Проблема статуса производителя качественного товара – национального масштаба и потенциал отдельных, относительно благополучных страт, к ней относится как судьба пассажиров, спасающихся в лодке, после того, что сделал шторм с их большим кораблем.

Про наш рынок мы сказали не все, однако главное выделили. У нас власть на рынке у посредников и спекулянтов, часто предстающих в одном лице. Именно с ними связаны коррупционеры-чиновники. Поэтому пропорции, показанные в правой стороне схемы, на нашем рынке выглядят иначе. Особенно в части затрат на проданную продукцию. Эта часть – клондайк для всех кормящихся на рынке, и головная боль для настоящих тружеников. Просто так от своих преимуществ еще никто не отказывался. Без урегулирования рынка никакие благие намерения не найдут качественную дорогу к покупателю, ибо известно куда ведет такая дорога.

Основными причинами отсутствия цивилизованного рынка потребительских товаров являются:

- слабое развитие рыночной инфраструктуры, межрегиональной и межотраслевой товаропроводящей сети и коммерческих связей со странами ближнего и дальнего зарубежья;
- несовершенство законодательства в области производства, экспорта и импорта российской продукции. Учитывая комплексный и многоплановый характер проблем данной группы, необходимы кардинальные меры для их решения, включая государственную поддержку, как это делается в зарубежных странах. Так, например, признание правительствами Китая, Турции и некоторых других стран легкой промышленности стратегической отраслью позволило им довольно быстро превратить устаревшие производства в современные и способствовать мощному развитию в этих странах сырьевого, химического и машиностроительного комплексов.

В России в последние годы со стороны государства предпринимаются некоторые шаги по нормализации ситуации в легкой промышленности. Правительство Российской Федерации предоставило ряд преференций предприятиям отрасли. Уже третий год в страну ввозится технологическое оборудование при нулевых импортных пошлинах и без НДС. Действует механизм субсидирования процентных ставок по кредитам на закупку сырья и

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

материалов. С 2014 года этот механизм распространен на кредиты, получаемые на техническое перевооружение. Оказывается поддержка и стимулирование экспортеров промышленной продукции путем возмещения из федерального бюджета части затрат на уплату процентов по кредитам, получаемым на производство экспортной продукции. Хотя и не большие, выделяются средства из федерального бюджета на проведение НИОКР в интересах легкой промышленности. Общая сумма выделенных средств из бюджета на развитие отрасли за период 2014 – 2016 годы составила 561,64 млн. рублей.

Эффективность преференций: каждый рубль, вложенный в отрасль в виде субсидий по кредитам, обеспечивает дополнительные поступления в бюджеты всех уровней и государственные внебюджетные фонды от 6 до 7 руб., а по отдельным предприятиям – от 20 до 30 руб.

Проведены оперативно-профилактические мероприятия «Контрафакт» по пресечению незаконного оборота товаров легкой промышленности. В частности, в 2016 году в результате было выявлено более 700 преступлений, по которым материальный ущерб по возбужденным уголовным делам составил более 2,7 млрд. руб. В ходе расследования уголовных дел наложен арест на имущество стоимостью более 73 млн. руб., изъято имущества, денег, ценностей и добровольно погашен причиненный ущерб в сумме более 57,6 млн. руб.

Для снижения контрафактной продукции правительство РФ предусмотрело введение с 1 января 2017 года идентификацию меховых изделий или так называемое чепирование (приложение 1 – 4), для того чтобы защитить потребителя от недоброкачественной и не соответствующей ценности меха изделий с 1 июня 2018 года, такая же акция будет введена для обуви. В перспективе разрабатывается нормативная основа и для швейных изделий, руководители правительства вместе с производителями надеются, что введенные меры существенно снизят контрафактную продукцию и позволят потребителям покупать высококачественную продукцию.

Процесс маркировки всей ввозимой и производимой на территории РФ обуви, запущенный по аналогии с маркировкой меховых изделий, вызывает у большинства обувщиков реакцию если не отторжения, то как минимум опасения. Посвященный новому закону о маркировке конференц-брифинг представителей экспертной группы при минпромторге РФ, прошедший 6 сентября 2017 года в рамках деловой программы выставки «мосшуз», собрал столько слушателей, что зал не смог вместить всех желающих. Конечно, все участники подготовки

проекта – и национальный обувной союз, и департамент развития внутренней торговли, легкой промышленности и легализации оборота продукции минпромторга РФ, и даже наиболее крупные игроки рынка постарались развеять опасения рынка (приложение 4).

С использованием созданной системы маркировки можно увидеть структуру отрасли в режиме онлайн, а также отследить случаи занижения таможенной стоимости, схемы ухода от налогообложения и нарушения порядка оборота товаров. На примере меховой отрасли, где маркировка введена в 2016 году: зарегистрировано более 9000 участников (2500 субъектов предпринимательской деятельности); розничные продажи выросли более чем на 51,7 млрд руб. (908 тыс. шт); легальный ввоз (производство/импорт) меховых изделий в оборот вырос на 57% (количество товаров в легальном обороте выросло в 5 раз); промаркировано 3,9 млн изделий (прогноз – 2,5 млн изделий); более 20 % участников проекта легализовали свой бизнес.

Изменить сложившуюся ситуацию и реанимировать легкую промышленность можно, и это подтвердили эксперты – респонденты, проявив единодушие, по основным критериям оценки конкурентоспособности предприятий легкой промышленности, перечень которых, утвержденный по итогам совещания, приведены ниже:

1. Правительству Российской Федерации:

а) предусмотреть при формировании проекта федерального бюджета на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов предоставление государственной поддержки предприятиям лёгкой промышленности ежегодно в объёмах не ниже уровня 2017 года.

Доклад – до 15 октября 2017 г. и до 15 января 2018 г.;

б) предусмотреть в рамках Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы формирование подпрограммы, направленной на обеспечение лёгкой промышленности качественным сельскохозяйственным сырьём, а также реализацию противоэпизоотических мероприятий в целях ликвидации гиподерматоза крупного рогатого скота.

Срок – 1 февраля 2018 г.;

в) рассмотреть вопрос об установлении на федеральном уровне льгот по налогу на имущество организаций в отношении движимого имущества в целях стимулирования модернизации производства и обеспечить внесение соответствующих изменений в законодательство Российской Федерации;

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

г) принять меры по смягчению в рамках двусторонних международных соглашений с центральными ветеринарными органами зарубежных стран ветеринарных требований, предъявляемых к кожевенному сырью, ввозимому на территорию Российской Федерации;

д) определить реализацию тонкой и полутонкой шерсти, длинного льняного волокна перерабатывающим предприятиям, расположенным на территории Российской Федерации, в качестве обязательного условия предоставления государственной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям, осуществляющим производство данной продукции, и обеспечить внесение соответствующих изменений в нормативные правовые акты;

е) предусмотреть внесение в законодательство Российской Федерации изменений, направленных на развитие системы обеспечения прослеживаемости оборота товаров легкой промышленности;

ж) рассмотреть вопрос о целесообразности введения утилизационного сбора в отношении обуви;

з) совместно с акционерным обществом «Российский экспортный центр» представить предложения по содействию развитию экспорта российской продукции легкой промышленности, в том числе путём компенсации затрат, связанных с выходом названной продукции на внешние рынки. Радует, что предполагается их реализация в полном объёме и установленные сроки, понимая ответственность названных лиц и наличие у них мотивации действий.

Во многих субъектах Российской Федерации действует и более широкий перечень льгот, в том числе по налогам на имущество, на землю и другие. Вместе с тем существующие преференции и решаемые в той или иной степени проблемы отрасли на федеральном и региональном уровнях пока недостаточны для того, чтобы устранить влияние негативных факторов на развитие отрасли и превратить ее в конкурентоспособный и саморазвивающийся сектор экономики страны, а отечественным производителям укрепить свои позиции на внутреннем рынке и на равных конкурировать на мировом рынке не только со странами ЕС и США, но и с производителями Китая, Турции, Индии и ряда других стран. Отсюда ключевая задача – ускоренная качественная модернизация отрасли и поддерживающих ее инфраструктур с использованием кластерных подходов, широкого применения лучших мировых и отечественных достижений в области техники и технологии текстильного, швейного, мехового и кожевенно-обувного производства, в том числе нанотехнологий и – продуктов.

Социальные и кадровые проблемы обусловлены состоянием качественной составляющей кадрового потенциала, которая на многих предприятиях находится в зоне критических величин, а у некоторых – уже за ними.

Ухудшающаяся ситуация в профессиональной и квалификационной подготовке рабочих кадров, низкая заработная плата и престижность труда приводят к ежегодному сокращению численности, в основном, молодых и перспективных работников в возрасте до 30–40 лет. Только за десятилетия (с 1990 по 2008 год) численность сократилась в 3 раза, а за последние девять лет – в 2,8 раза, что обусловило падение объемов выпуска продукции. При этом принимаемые меры по антикризисному управлению убыточных предприятий со стороны органов государственного управления и руководства не смогли повлиять на ход развития структурных диспропорций в отрасли.

Не решение проблем данной группы существенно скажется на возможности отрасли в подъеме ее экономики и в увеличении производства конкурентоспособной продукции в объемах, необходимых для обеспечения национальной безопасности страны. Кроме того, все вышеперечисленные проблемы усугубляются воздействием мирового финансового кризиса. В условиях кризиса легкая промышленность, как никто, начинает ощущать на себе его действия. Даже те предприятия, которые за последние годы добились положительных результатов в инновационном развитии, уделяя значительное внимание модернизации производства, уже вынуждены и будут вынуждены в ближайшие годы сокращать объемы производства и отказываться от долгосрочных вложений. Это обусловлено возникшими трудностями, связанными с привлечением банковских кредитов (доля заемных средств в оборотных средствах за последние годы достигла 40 процентов), с одной стороны, увеличением объемов официального импорта, контрафактной и контрабандной продукции, падением спроса и замедлением реализации многих видов товаров, сокращением рабочих и специалистов – с другой стороны. На отдельных предприятиях стали возникать задержки с выплатой заработной платы от 2 недель до 1,5 месяцев, начались временные приостановки работы и по оценке экспертов к концу 2017 года возможно сокращение численности работающих на 10–15%. Особенно это касается трех федеральных округов – Центральный ФО, Приволжский ФО, Южный ФО, являющихся наиболее значимыми в социальном плане. Структура капитала отрасли, будучи сконцентрирована в этих округах, делает их территории наиболее критичными с точки зрения последствий углубления спада производства, что увеличивает значимость социальных последствий,

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

вытекающих от остановки производств. Доля российского товара на внутреннем рынке снизится еще в большей степени и может составить в 2018 году менее 20 %.

Изменить сложившуюся ситуацию можно, только разработав и реализовав антикризисные меры, направленные на активизацию инновационной деятельности, повышение эффективности производства на новом технико-технологическом уровне и на создание благоприятных условий, обеспечивающих стабильный по годам рост объемов выпуска конкурентоспособных товаров.

Отрадно, что состоявшееся совещание 24 августа 2017 в Рязани «О мерах по развитию лёгкой промышленности» с участием представителей власти, руководителей предприятий торговли и учёных при личном участии Президента РФ В.В. Путина вынудило их – участников – дать ответы президенту на неудобные вопросы о причинах неудовлетворительного состояния лёгкой промышленности и о невыполнении тех задач, которые были сформулированы в 2013 году в г. Вологда на аналогичном совещании и практически с теми же участниками. Хочется верить, что у муниципальных, региональных и федеральных ветвей власти уменьшится синдром глухоты и желание бойкотировать выполнение ими же предложенных задач, так как обязательно президент проверит и спросит о причинах их невыполнения. Во всяком случае, такая уверенность появилась у большинства участников этого совещания, потому что президент на Восточном Экономическом Форуме, который состоялся 8 – 9 сентября 2017 года во Владивостоке на закрытом совещании в жёсткой форме, потребовал у ответственных за срыв аналогичных мероприятий по Дальнему Востоку, что спровоцировало увольнение и освобождение от должности тех должностных лиц, которые больше всего не реализовали поставленные перед ними задачи. Такая уверенность у нас обусловлена тем, что положение лёгкой промышленности архи плохо и может привести к катастрофе не только экономической, но и социальной. Все эксперты объективно высказали своё мнение на предложенные им анкеты с факторами, чтобы ответить на главный вопрос, вынесенный в заголовок – «Быть или не быть легкой промышленности?». Другое дело, что их видение по данной проблеме может быть субъективным и, конечно, имеет право быть. Но исследователь сам должен принять решение о полученных результатах априорного ранжирования, руководствуясь мнением других учёных-исследователей о идентичных проблем, сравнивая их с полученными и принимая решение о правомочности включения их в объект

исследования. Такое решение требует компетентности не только самих экспертов-респондентов, но и глубокое знание о проблемах самими исследователями.

Радует тот факт, что все эксперты-респонденты единодушны в оценке роли ассортиментной политики и необходимости использования эффективных инновационных технологических решений, чтобы гарантировать производителям изготовление такой продукции, которая была бы востребована потребителями регионов ЮФО и СКФО и обеспечивала бы им получение эффективных технико-экономических показателей результатов их деятельности, а продукции – её востребованность не только на внутреннем, но что особенно важно, на зарубежных рынках. Вновь подтвердился тот факт, что имеются все основания доверять результатам априорного ранжирования, а разработанному авторами программному обеспечению по оценке компетентности участников опроса – долгую жизнь. Особенно оправдано такое использование программного обеспечения при оценке компетентности экспертов-респондентов, приглашаемые таможенными комитетами для их работы в таможенных комиссиях. Руководители таможи получают объективную оценку каждого эксперта-респондента по результатам их участия в работе таможенных комиссий, так как в этом случае эксперт не может не согласиться с полученной объективной оценкой об его компетентности, а таможенные комитеты получают методику их ранжирования, отдавая предпочтение наиболее квалифицированным и объективным экспертам, чтобы обеспечить поступление на отечественные рынки продукции только высокого качества, и гарантирующие безопасность потребителю.

Хотелось бы предупредить таможенные комитеты о поспешности принятия решений о компетентности экспертов, если у них нет объективной характеристики, полученной от высококвалифицированных специалистов. Всё это предполагает корректное отношение не только к своим обязанностям, но и к приглашённым специалистам, создавая доверительную обстановку и заинтересованность в получении положительных результатов экспертизы. Если же подводить итоги об эффективности программного обеспечения для оценки компетентности участвующих в опросе респондентов, то исследователь имеет инструмент для выбора тех респондентов, мнение которых имеет высокую степень доверия, подтверждённую значением коэффициента конкордации (W), которое стремится к единице. Таким образом, подводя итоги об эффективности априорного ранжирования и разработанного авторами программного обеспечения, можно с

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

уверенностью гарантировать всем заинтересованным сторонам достижения тех результатов, которые они ожидают, но при условии, что на всех этапах опроса и исследователь, и участники солидарны в главном: добиться таких результатов, которые были бы объективно значимыми и достоверными при проведении дальнейших исследований.

Дорожная карта реализации стратегии развития легкой промышленности до 2025 года

В рамках плана реализации Стратегии предусмотрены сквозные мероприятия, реализуемые в течение всего периода действия Стратегии:

- поддержка создания и развития российских брендов одежды и обуви;
 - борьба с нелегальным и незаконным оборотом товаров легкой промышленности;
 - стимулирование экспорта в конкурентоспособных сегментах легкой промышленности;
 - сохранение кожевенных сырьевых ресурсов для собственного производства кожи и обуви;
 - формирование кадрового потенциала отрасли;
 - стимулирование НИОКР и трансфера технологий;
 - информационная и маркетинговая поддержка развития отрасли;
 - мониторинг эффективности реализации стратегии и корректировка плана
- кроме того, ряд стратегических инициатив будет реализован поэтапно:

Этап 1. Основные мероприятия реализуются в период 2015 – 2017 гг.:

- подготовка к реализации стратегии;
- стимулирование развития производства синтетического текстиля (синтетические ткани);
- стимулирование роста потребления технического текстиля;
- создание эко системы предприятий по производству технического текстиля и нетканых материалов в рамках кластеров / индустриальных парков;
- стимулирование спроса на специальную и защитную одежду и обувь;
- создание льготных условий для контрактного швейного и обувного производства;
- переориентация швейного производства на конкурентоспособные продукты с наличием выгодного доступа к материалам и низкой долей ручного труда;
- поддержка создания производственной инфраструктуры в рамках кластера обувной промышленности;

○ обеспечение выгодного доступа производителей к функциональным компонентам одежды и обуви;

○ стимулирование производства автомобильных кож и повышения степени локализации авто компонентов.

Этап 2. Основные мероприятия реализуются в период 2018 – 2022 гг.:

- формирование спроса на химические волокна;
- поддержка проектов по локализации производства химических волокон;
- стимулирование переработки отходов кожевенного производства и внедрения новых технологий по повышению экологической безопасности производства.

Этап 3. Мониторинг результатов и реализация сквозных инициатив в период 2023 – 2025 гг.

Детальный план реализации Стратегии с указанием перечня мероприятий, ожидаемых результатов, сроков и ответственных представлен в табл. 3.1.

Если покупательская удовлетворенность формируется за счет уровня производителя, т.е. его тестовый уровень формируется ценовой доступностью товара, который предлагается ассортиментным рядом, естественно, качеством, и за счет уровня потребителя, т.е. его тестовый уровень предполагает наличие культуры обслуживания покупателей, привлекательностью товара, покупательской удовлетворенностью, и, конечно, платежеспособностью самих потребителей, то респонденты, принявшие участие в опросе, считают, что потребительская удовлетворенность будет обеспечиваться при надежности товара, его ценовой доступностью, наличия у покупателей возможности совершать покупки, т.е. их платежеспособностью. Естественное качество продукции, разнообразие ассортиментного ряда, привлекательность решением дизайна, т.е. соответствовать моде, продукция должна иметь достаточно продолжительный гарантийный срок, и что интересно, все респонденты единодушны в том, чтобы производители боролись за уважительное отношение к ним покупателей, завоевывать их доверие и желание совершать покупку именно продукции этих предприятий, т.е. бренд и имидж остаются востребованными всегда, что в совокупности решает основную задачу – обеспечивает потребителей отечественной продукцией в рамках импортозамещения.

Критерии оценки конкурентоспособности предприятия легкой промышленности с помощью разработанного авторами программного обеспечения впервые позволили формализовать роль экспертов – респондентов по признаку их компетентности к рассматриваемой проблеме.

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

Необходимость в таком подходе обусловлена желанием иметь объективную оценку компетентности с учетом не только мнения

приглашаемой стороной экспертов-респондентов к участию в опросе, но и с помощью оценочного

Таблица 3.1. Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года.

Наименование стратегии:	Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года
Наименование, дата и номер нормативного акта о подготовке Стратегии	Поручение Президента Российской Федерации от 3 июля 2008 года № Пр-1369 и поручение Правительства Российской Федерации от 15 июля 2008 года № ВП-П9-4244. и с учетом новых поручений президента РФ по итогам совещания «О мерах по развитию легкой промышленности в Российской Федерации», состоявшегося 24 августа 2017 года в г. Рязани
Наименование стратегии:	Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года
Разработчик Стратегии	Министерство промышленности и торговли Российской Федерации
Системные социально-экономические проблемы, решаемые Стратегией	Техническая и технологическая отсталость легкой промышленности от зарубежных стран, выражаемая в высокой энергоёмкости, сырьё ёмкости и трудоёмкости производства. Низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности отрасли, выражаемый в слабой конкурентоспособности отечественных товаров, в низкой доле инновационной продукции. Высокий удельный вес теневой экономики, ставший причиной усиления стратегической и товарной зависимости государства от зарубежных стран. Отсутствие цивилизованного рынка потребительских товаров, выражаемое в обострении конкуренции на внутреннем рынке между российскими и зарубежными товаропроизводителями. Социальная и кадровая проблема, проявляющаяся в ежегодном (примерно на 10 %) оттоке рабочих кадров
Цели и задачи Стратегии	<p>Цели: интенсификация инновационного развития и технологического прорыва текстильной и легкой промышленности России, обеспечение эффективного соответствия объемов производства, качества и ассортимента продукции совокупному спросу российского и мирового рынков, повышения национальной значимости отрасли и ее имиджа в мировом сообществе.</p> <p>Основные задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – повышение конкурентного уровня материально-технической базы на основе технического перевооружения и модернизации производства, внедрения прорывных технологий и создания новых высокопроизводительных производств, обеспечивающих решение проблем технологической и товарной зависимости отрасли от зарубежных стран; – повышение конкурентоспособности и увеличение объемов выпуска наукоемкой продукции; – усиление борьбы с теневым производством и с несанкционированным импортом с целью увеличения доли российских товаров на внутреннем рынке к 2020 году минимум до 50 %, повышения экономической и стратегической безопасности государства. – обеспечение к 2020 году роста экспорта продукции в 4,2 раза, объем которого может составить более 3,5 млрд. долл. США, вовлечение организаций легкой промышленности в международное разделение труда; – разработка эффективных механизмов стимулирования инвестиционной и инновационной активности, повышения эффективности НИОКР и развитие наукоемких производств; – создание основы для углубления процессов кооперации, интеграции и развития межтерриториальной и межотраслевой организации взаимодействия субъектов науки, промышленности и малого предпринимательства; – формирование цивилизованного потребительского рынка и рыночной инфраструктуры, развитие межрегиональной и межотраслевой товаропроводящей сети, коммерческих связей со странами ближнего и дальнего зарубежья; – развитие системы воспроизводства трудовых ресурсов, подготовки и переподготовки рабочих, менеджеров и управленческих кадров, способных умело вести производство и бизнес в условиях открытого рынка.

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

	Индикаторы				
	2014	2016	2020	2025	
Целевые индикаторы и показатели	1. Темпы роста товарной продукции в % к предыдущему периоду	107,4	111,3	111,7	109,6
	в % к 2008 году	107,4	136,6	193,9	314,8
	2. Количество вновь разработанных технологий, в т.ч. мирового уровня	5	8	15	24
	3. Количество патентов, удостоверяющих новизну технологических решений	7	13	20	37
	4. Доля инновационной продукции в общем объеме выпуска, %	8	16	29	46
	5. Доля отечественной продукции в объеме продаж товаров легкой промышленности на внутреннем рынке, %	19,8	24,2	33,4	50,5
	6. Доля теневого оборота, %	41,6	31,0	21,6	10
<i>* Данные по инновационному сценарию развития отрасли</i>					
Наименование стратегии:	Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года				
Мероприятия, обеспечивающие реализацию стратегии	<p>Повышение конкурентных преимуществ легкой промышленности, спроса и покупательских предпочтений, техническое регулирование. Техническое перевооружение и модернизация производства, институциональные преобразования.</p> <p>Развитие инновационной деятельности легкой промышленности.</p> <p>Защита внутреннего рынка и российского производителя от незаконного теневого оборота товаров, формирование цивилизованного рынка потребительских товаров, создание справедливых условий для конкуренции российской и импортной продукции.</p> <p>Совершенствование системы обеспечения легкой промышленности сырьевыми ресурсами.</p> <p>Развитие трудовых ресурсов, сохранение имеющихся кадров, привлечение молодых специалистов и рабочих.</p> <p>Законодательные аспекты, касающиеся совершенствования таможенно-тарифного регулирования, кредитно-финансовой и налоговой политики; институциональные преобразования, нормативно-правовые акты, необходимые для развития межтерриториальной и межотраслевой кооперации</p>				
Сроки и основные этапы реализации	Первый этап: (2014 – 2016 гг.)	Реализации конкурентных преимуществ, которыми обладает легкая промышленность, а также быстрореализуемых инновационных проектов, созданных на основе имеющегося научно-технического задела. На данном этапе планируется продолжение действия принятых нормативно-правовых актов и экономических мер, гибкое применение таможенно-тарифной политики. Одновременно будут создаваться институциональные условия и технологические заделы, обеспечивающие на следующем этапе системный перевод экономики отрасли в режим инновационного развития			
	Второй этап: (2016 – 2020 гг.)	Переход экономики отрасли на новую технологическую базу, основанную на развитии малоотходных и безотходных технологических процессов, совершенствование организации производства и управления. В этот период будет осуществлена масштабная реализация пилотных и мега-проектов, связанных с притоком иностранных и государственных инвестиций, в том числе за счет развития частного государственного партнерства. Предполагается создание конкурентоспособных производственных систем, развитие устойчивых кооперационных связей, межтерриториальной и межотраслевой кооперации			

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

	Третий этап: (2021 – 2025 гг.)	Фаза выхода отрасли на заданную динамику инвестиционной и инновационной активности, достижение целей и экономических показателей Стратегии. Будут созданы основы для сокращения разрыва отрасли в технологическом развитии от зарубежных стран, для увеличения ее вклада в ВВП к 2020 году не менее чем в 2,0 раза, для повышения национальной значимости и имиджа отрасли в мировом сообществе.
Объемы и источники финансирования	Затраты на реализацию Стратегии, всего	145,63 млрд. руб.
	в том числе:	
	– собственные средства	65,22 млрд. руб.
	– привлеченные средства	62,91 млрд. руб.
Распределение средств	– средства <i>федерального бюджета</i>	10,96 млрд. руб.
	– средства субъектов федерации	6,54 млрд. руб.
	Субсидии, всего,	8,92 млрд. руб.
	в т.ч. на возмещение процентных ставок по привлеченным кредитам на:	
	закупку сырья	4,44 млрд. руб.
	техническое перевооружение	3,52 млрд. руб.
	стимулирование экспортеров товаров	0,96 млрд. руб.
средства на реализацию пилотных инвестиционных проектов	44,32 млрд. руб.	
средства на техническое перевооружение	89,05 млрд. руб.	
средства на реализацию ВИП-проектов	1,58 млрд. руб.	
затраты на НИОКР	1,75 млрд. руб.	
Наименование стратегии:	Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года	
Ожидаемые результаты	<ul style="list-style-type: none"> * создание высокотехнологичного сектора российской экономики и инновационных основ для повышения темпов экономического роста легкой промышленности, увеличения ее доли в общем объеме промышленного производства до 2,5 % в 2025 году; * ежегодное повышение производительности станочного парка оборудования минимум на 15 %, выработки в расчете на одного работника в среднем на 18 %, прирост числа прибыльно работающих организаций – на 10 %; * рост производства конкурентоспособной наукоемкой продукции в объемах, максимально удовлетворяющих потребности различных слоев и категорий населения, ведомственных структур и субъектов хозяйствования; * снижение технологического отставания и товарной зависимости отечественной промышленности от передовых стран, повышения национальной безопасности государства; * увеличение доли российских товаров (одежды, трикотажа и обуви) на внутреннем рынке к 2025 году до 50,5 %, доли инновационной продукции в общем объеме до 46 %; * рост экспорта конкурентоспособной наукоемкой продукции в 4,0 раза, вовлечение организаций легкой промышленности в международное разделение труда, расширение возможностей для равноправного международного сотрудничества в сфере высоких технологий; * повышение степени надежности защиты населения от влияния негативных факторов (техногенных и природных аварий и катастроф, быстро распространяющихся инфекций и биотерроризма, возможных террористических актов, производственного травматизма, вредных выбросов в окружающую среду) * улучшение экологии окружающей среды; * обеспечение поступлений (налогов от прибыли, НДС) в бюджеты всех уровней за период 2014 – 2025 годы в объеме 523,4 млрд. руб. (что в 3,6 раза превысит размер расходов на реализацию Стратегии); * индекс рентабельности продаж продукции в 2025 году составит в текстильном и швейном производстве 8,3 %, производстве кожи, изделий из кожи и обуви – 13,5 % против 4,7 % и 8 % в 2014 году соответственно по производствам, срок окупаемости финансовых затрат на реализацию Стратегии (период возврата) из всех источников – 1,86 года; 	

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>* воспроизводство трудовых ресурсов, повышение уровня профессионального образования сохранение и создание новых, в том числе инновационных рабочих мест в легкой промышленности и в смежных с ней отраслях промышленности около 1-го млн. человек;</p> <p>* повышение среднемесячной заработной платы к 2025 году против уровня 2014 года в 3,6 раза, улучшение условий труда и культуры производства;</p> <p>* создание цивилизованного рынка потребительских товаров, равных конкурентных условий на внутреннем рынке для производимой в России и импортируемой продукции, наведение дисциплины во внешней торговле (на таможене) и с незаконным производством внутри страны (контрафактом).</p> <p>* повышение имиджа легкой промышленности во внешне-экономической деятельности России и на мировых рынках</p>
--	---

Результаты опроса экспертов по оценке конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности товара легкой промышленности (табл. 3.2) хотя и получили значение коэффициента конкордации (W) в пределах 0,4 – 0,6, но исключив еретиков, то есть тех респондентов, мнение которых не совпадают с мнением большинства других экспертов, мы обнаружили приятный факт, что мнение и тех респондентов, чей авторитет не вызывает сомнений, и тех которых программа отнесла к еретикам, имеют однозначное или близкое мнение, что факторы, характеризующие их влияние на конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность товара идентичны, и они могут использоваться в дальнейших исследованиях при оценке этой самой конкурентоспособности предприятий, предполагая, что ему по силам изготавливать импортзамещающую продукцию для потребителей регионов ЮФО и СКФО. При этом, производители имеют все основания эти критерии, а именно: соотношение качества товара и издержек его производства и маркетинга; темпы роста объема продаж; затраты на инновации; производительность труда; уровень партнерских отношений заинтересованными участниками производства импортзамещаемой продукции; затраты на 1 рубль реализованной продукцией, и главным критерием; средневзвешенной по товарному ассортименту конкурентоспособностью товара считать востребованными.

Но при этом все эксперты-респонденты были единодушны в том, что конкурентоспособность предприятия будет стабильнее во времени, если доля предприятия на рынке спроса будет стабильной. Во всяком случае не будет уменьшаться во времени, если будет ему гарантирована доходность инвестиций и, конечно,

обеспечиваться устойчивая рентабельность совокупных активов легкой промышленности, занятых производством импортзамещаемой продукцией. Оправдано мнение всех экспертов, что на конкурентоспособность предприятия влияет и устойчивый товарооборот на основе прямых договорных связей с реализаторами продукции этих самых предприятий.

Согласны мы с ними и в вопросе о роли высококвалифицированных кадров, что, конечно, хотя и нашло свое отражение в опросном листе в виде одного критерия – коэффициента текучести кадров – но не вызвало у экспертов, к сожалению, озабоченности из-за ликвидации лицеев, колледжей, на базе которых и готовили высококвалифицированных рабочих и руководителей среднего звена – мастеров, техников, механиков, технологов, занятых обслуживанием не только инновационного технологического процесса, но и инновационного оборудования. Практически прекратилась подготовка инженерно-технических кадров, мотивировалось всё это отсутствием в их востребованности, хотя сами руководители предприятий в недоумении. Есть и обратная сторона этой ситуации, а именно – что руководители устранились от подготовки этих самых высококвалифицированных специалистов через целевую подготовку в колледжах и в вузах, не желая нести затраты на эту самую подготовку, забывая русскую пословицу: «Скупой платит дважды». Огорчителен и тот факт, что большинство руководителей предприятий считают, что все само собой разрешится, но если сапожника, швею-мотористку, скорняжника можно подготовить на рабочих местах, то подготовить ведущего инженера – руководителя и организатора производства для наполненных технологических процессов с эффективным инновационным решением, маловероятно.

Таблица 3.2. Результаты опроса респондентов о влиянии факторов на конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность товара.

Факторы	Характеристика участников опроса
---------	----------------------------------

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

	Мнение участников опроса с еретиками				Мнение участников опроса без еретиков, т.е. мнение которых не совпадает с большинством участников опроса			
	Студенты	Специалисты	Все участники опроса	Согласованное мнение респондентов	Студенты	Специалисты	Все участники опроса	Согласованное мнение респондентов
1	1	1	1	1	3	1	3	3
2	2	4	2	2	1	6	1	1
3	4	6	4	4	4	11	4	4
4	3	3	3	3	2	7	2	2
5	6	23	7	6	10	16	10	10
6	7	8	6	7	12	3	12	12
7	9	13	9	9	6	26	6	6
8	12	22	14	8	11	8	11	11
9	5	15	5	5	7	27	7	7
10	13	16	19	16	5	13	5	5
11	16	17	18	17	8	18	8	8
12	26	28	27	10	13	28	13	13
13	10	11	11	11	16	9	16	16
14	20	27	25	27	15	23	15	15
15	8	26	13	13	17	20	17	17
16	31	21	31	31	21	19	21	21
17	11	15	12	12	18	2	18	18
18	13	5	8	14	19	4	19	19
19	21	31	26	15	20	31	20	20
20	15	20	20	18	22	29	22	23
21	14	18	16	20	24	10	24	24
Факторы	Характеристика участников опроса							
	Мнение участников опроса с еретиками				Мнение участников опроса без еретиков, т.е. мнение которых не совпадает с большинством участников опроса			
	Студенты	Специалисты	Все участники опроса	Согласованное мнение респондентов	Студенты	Специалисты	Все участники опроса	Согласованное мнение респондентов
22	29	24	28	28	26	22	26	25
23	27	29	30	21	25	21	25	26
24	19	25	22	19	23	25	23	22
25	23	10	21	23	27	5	27	27
26	18	14	15	24	14	17	14	14
27	24	9	17	25	28	24	28	28
28	25	19	24	26	29	30	29	29
29	30	12	29	29	30	15	30	30
30	28	7	23	30	31	12	31	31
31	22	2	10	22	9	14	9	9

Наиболее значимыми факторами респондентами были обозначены:

X_1 – Соотношение качества товара и издержек его производства и маркетинга

X_2 – Производительность труда
 X_4 – Затраты на 1 рубль реализованной продукции

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

X₃ – Коэффициент опережения производительности труда по отношению к росту заработной платы

X₉ – Прибыль единицы реализованной продукции

X₅ – Средневзвешенная по товарному ассортименту конкурентоспособность товара

X₆ – Количество ассортиментных групп на предприятии

X₈ – Степень удовлетворённости каждой ассортиментной группы

X₇ – Доля ассортиментной группы в общем объёме производства

X₁₃ – Безубыточность единицы реализованной продукции

X₁₇ – Оценка уровня партнёрских отношений с заинтересованными сторонами предприятия

Значимые факторы, обозначенные экспертами:

X₁₀ – Условно-переменные затраты на единицу реализуемой продукции

X₁₁ – Условно-постоянные расходы на единицу реализованной продукции

X₁₂ – Весомость суммарной расценки на единицу реализуемой продукции

X₁₅ – Темп роста объёмов продаж

X₁₈ – Доля предприятия на рынке

X₁₉ – Доходность инвестиций

X₂₀ – Рентабельность совокупных активов

X₂₁ – Затраты на инновации

X₂₄ – Материалоотдача

Не значимыми респонденты назвали следующие факторы:

X₁₄ – Запас финансовой прочности от объёма реализуемой продукции

X₁₆ – Превышение допустимого уровня запасов готовой продукции

X₂₂ – Коэффициент обеспеченности собственными средствами

X₂₃ – Коэффициент использования производственных мощностей

X₂₅ – Доля сертифицированной продукции в соответствии с международными стандартами серии ИСО

X₂₆ – Снижение уровня материалоёмкости

X₂₇ – Доля инновационных товаров

X₂₈ – Товароборот, допускающий прямые связи

X₂₉ – Коэффициент равномерного поступления товара на рынки сбыта

X₃₀ – Износ основных средств

X₃₁ – Коэффициент текучести кадров

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, всё в большей мере развивать 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 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 данной 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,

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

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:

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 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, технологии и структуры.

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

Совершенно недопустимо забывать при этом о том, что «человек думает, потому, что он делает». И, хотя сама мысль не подвластна времени, ее материализация, осуществляется во времени и пространстве и, самое главное, требует затрат энергии. 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

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

подходов достаточно развиты и представляют совместно системно определившуюся науку об управлении.

«Одномерные» учения об управлении. 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 (1856 – 1915). Начав с рабочего, он прошел по всем уровням иерархии до главного инженера в сталелитейной компании. 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 работают 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.

Не ослабевая внимания к научной организации труда, в 20 – 30 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 (1869 – 1955) выступал за то, что менеджеры должны смотреть

не только сквозь призму их экономических интересов, но и - социальных, признавая их заслуги. Мари Паркер Фоллет (1868 – 1933) 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 (1908 – 1970). Согласно с учением 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 МакГригора (1906 – 1964). Существуют два типа управления, отражающих в 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 человека только путем принуждения, с помощью приказов, контроля и угроз наказания можно 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, усвоенных в процессе воспитания, осуществляя самоконтроль и самопобуждение;
- ответственность и обязательства по отношению к целям организации зависят от вознаграждения, получаемого за результаты труда. Наиболее важным вознаграждением

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

является то, которое связано с удовлетворением потребностей в самовыражении и самоактуализации;

- обычный человек, воспитанный определенным образом, не только готов брать на себя ответственность, но и даже стремится к этому.

При этом Мак Григор 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 (1841 – 1925) 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 выбираться таким образом, чтобы давать лучшие результаты).

- Цепи 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 (1864 – 1920), 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.

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

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

- ◆ 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 личного 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. Эти ключевые составляющие являются следующие:

- ◆ стратегия – планы и направления действий, определяющие распределение ресурсов, 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 Уильям 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 любой предприятия и от него в первую очередь зависит успех функционирования

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

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 краткий 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».

Принципы правильной формулировки результата (РДТСС)

Реалистичность Достижимость Точность
Своевременность Соизмеримость

Основные принципы формирования и выбора своих целей:

1. Выбирайте такие цели, которые заслуживают их достижения.
2. Выбирайте такую цель, которой 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.

Многие 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».

Установки нейро-лингвистического программирования (НЛП):

Меня свои мысли, вы начинаете вести себя по-другому и добиваетесь иных результатов.

Карта – не территория.

То, что больше всего занимает наши мысли (сознательно или неосознанно), обычно отражается в поведении и становится явью.

То, что вы видите, слышите и чувствуете в воображении, дает представление о реальных событиях в будущем.

Управляйте тем, чем можно управлять, и не тревожьтесь об остальном.

Все вокруг нас, что было создано человеком, первоначально возникло у кого-то в мыслях.

Достигнуть цели означает достигнуть *своей* цели.

Оценивайте общую совокупность перемен, связанных с достижением намеченного результата.

Человек – не его поведение. Люди сами творят свои переживания.

Смысл общения – в реакции собеседника.

Переживания имеют свою структуру.

Мы видим не глазами, а мозгом.

За каждым поступком - благие побуждения.

Сознательно меняя субмодальности, вы меняете свои переживания.

Разум и тело – взаимодополняющие одной системы.

Каждый выбирает лучшее из того, что ему доступно.

Каждый действует по-своему безусловно.

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

Не бывает неудач, есть только опыт.

Сопrotивление – реакция на форсируемое общение и вероятный признак неудачного присоединения.

Обучение – это жизнь. Мы не можем не учиться.

Нет проблемы, у которой бы не было решения.

Если что-то по силам одному, оно по силам каждому.

Выбор лучше его отсутствия.

Изменения могут быть моментальными.

Системой управляет тот, кто проявляет наибольшую гибкость.

У каждого есть все необходимое для осуществления перемен и достижения успеха.

Никто не может не реагировать.

Кем бы вы себя ни считали, на самом деле вы нечто большее.

Я несу ответственность за свои мысли – а значит, и за достигаемые результаты.

Содержание любого события зависит от рамки, в которой мы его воспринимаем.

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 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.

Эффективные навыки – хорошо усвоенные принципы и модели поведения (рис. 3.2). Чтобы что-то в своей жизни превратить в навык, необходимы три компонента: *Знание, Умение, Желание (см. рис. 3.2).*

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 *проактивность.* Под проактивностью 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 (рис. 3). 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.4) (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.

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

По мере овладения первыми тремя навыками мы все больше будем приобретать независимость от внешних факторов и все больше открывать возможности закрепления личной победы, 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 (рис.5), 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.

В заключение 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

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

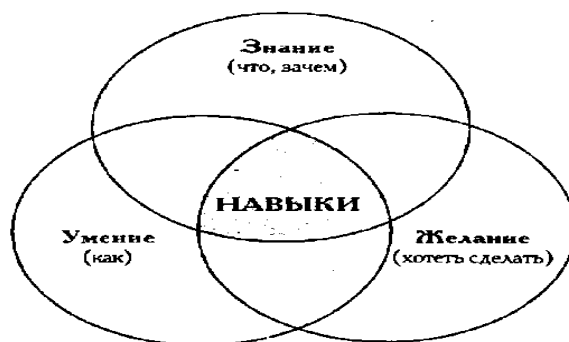


Рис. .2. Характеристика эффективных навыков в поведении человека

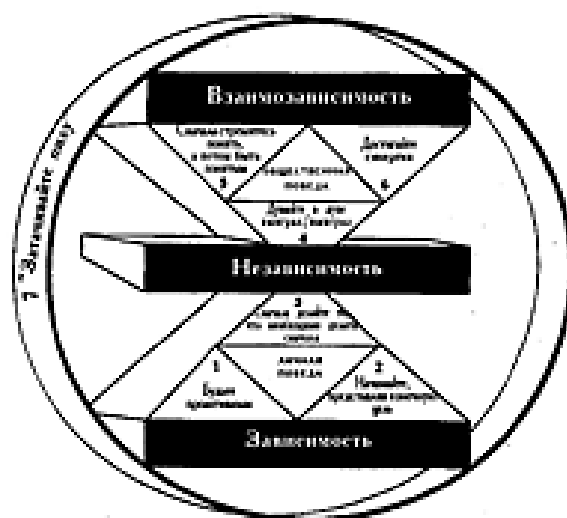


Рис 3 - Матрица управления временем

– 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 вышерассмотренных концепций, они, тем не менее, имеют нечто общее в своей основе, что отражает определенную общность в мотивации человека к действиям.

Названные концепции 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. Так, например, в концепции Маслоу потребности расположены иерархически, и

восхождение по ним идет снизу вверх. В теории Альдерфера также имеется определенная иерархия. Однако эта теория в качестве одного из важнейших положений имеет утверждение о том, что движение по иерархии может осуществляться как снизу вверх, так и обратно сверху вниз в том случае если не удовлетворяется потребность верхнего уровня. МакКлелланд ввел по отношению к рассматриваемым им потребностям идею их приобретения: и развития под влиянием обучения и жизненного опыта. При этом он принимает во внимание взаимоотношение отдельных групп потребностей, отойдя от рассмотрения изолированного влияния отдельных групп потребностей на поведение человека. В теории Герцберга потребности делятся на две большие группы: мотивирующие и «здоровья». Тем самым указывается на то, что не все потребности постоянно оказывают мотивирующее влияние на человека, а только те из них, которые приводят к развитию состояния удовлетворенности.

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

Как видно, 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. Так, например, потребность достижения в теории МакКлелланда созвучна потребности самовыражения в пирамиде Маслоу, потребности роста в теории Альдерфера — группе потребностей, входящих в набор мотивирующих факторов, теории Герцберга. Такое же соответствие можно установить и для других групп потребностей.

В табл.3 дано некое условное соответствие групп потребностей мотивации человека к действию, выделяемых в данных четырех концепциях.



Рис. 3.5. Эффективность общения

Таблица 3. Характеристики мотивации человека и действий, сформулированные в своих концепциях Маслоу, Альдерфера, МакКлелланда и Герцберга.

Теории	Группы потребностей				
	Теория Маслоу	Потребность самовыражения	Потребность признания и самоутверждения	Потребность принадлежности и причастности	Потребность безопасности
Теория Альдерфера	Потребность роста		Потребность связи	Потребность существования	
Теория МакКлелланда	Потребность достижения		Потребность властвования	Потребность соучастия	
Теория Герцберга	Мотивирующие факторы			Факторы здоровья	

Заключение

Выбор предприятий машиностроения в качестве объекта для оценки эффективности социально - психологического фактора при

внедрении СМК обусловлен тем, что эти предприятия характеризуются наличием высококвалифицированных рабочих и специалистов. Таким образом, Политика и Цели 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

рамках СМК будут реализовываться значительно эффективнее и с меньшими затратами за счет трех главных аспектов: вовлечение работников, процессный подход и системный подход. Кроме того, персонал предприятий машиностроения эффективнее способен реализовать цели и задачи СМК еще и потому, что эффективнее обеспечивается контрольная деятельность по выполнению следующих условий: убеждение, исполнение делегированных полномочий, создание условий для повышения производительного труда и эффективного использования деловых качеств каждого члена коллектива предприятия.

Необходимость совершенствования системы менеджмента качества на предприятиях машиностроения 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.

В настоящее время на предприятиях большое значение уделяют мотивации сотрудников, так как в зависимости от того, насколько сотрудник мотивирован, будут видны и результаты его деятельности. Основной задачей менеджеров становится полное задействование в работе всего потенциала сотрудников. Причем менеджеры понимают, что материальное стимулирование не повышает лояльность и приверженность предприятия, а партисипативное управление решает эту проблему.

Суть такого управления состоит в том, что при нем сотрудники предприятия включаются в процесс управления, участвуют в деятельности предприятия, принимают решения по ряду вопросов. Причем, если сотрудники предприятия имеют право голоса, принимают участие в деятельности предприятия, получая за это вознаграждение, тогда они будут работать более качественно и продуктивно. Сотрудники, с мнением которого считаются, идеи которого внедряются, будут лучше относиться к месту своей работы и будут работать с полной отдачей.

При партисипативном управлении сотрудники могут обговаривать с руководителем цели и задачи, которые ему будет необходимо выполнить. Сотрудники предприятия могут сформировать рабочие группы из тех

сотрудников, с которыми им было бы приятно и комфортно работать. Помимо этого, сотрудники предприятия могут выдвигать свои идеи и предложения по поводу усовершенствования работы предприятия в целом. Причём, за выдвижение идей должно быть предусмотрено и вознаграждение.

Партисипативное управление имеет ряд преимуществ. Участие в управлении сотрудников приводит к повышению качества принимаемых решений, поскольку работники могут обладать той информацией, которая не известна руководителю. При таком управлении сотрудники могут проявить в полной мере себя, показать свои знания и умения, а также почувствовать свою значимость на предприятии, таким образом повышая мотивацию. В основе мотивации обычно присутствуют не только личные достижения сотрудника, но и общий результат работы предприятия. Объединение сотрудников по рабочим группам наилучшим образом может отразиться на корпоративном духе предприятия.

Тем не менее, партисипативный подход помимо преимуществ имеет и свои недостатки. Не все люди в силу своего характера готовы участвовать в управлении предприятием и выдвигать идеи и предложения, неся за них ответственность. Многим сотрудникам гораздо проще выполнять работу по указанию руководителя. Привлечение работников к управлению на предприятии может не лучшим образом отразиться на менеджерах, так как они могут потерять свое влияние на сотрудников. Много времени также будет уходить на обсуждение проблем, при этом однозначного решения может быть и не принято, а времени потрачено. Многие идеи и предложения сотрудников предприятия могут быть нерациональными и неуместными в силу недостаточности знаний. Поэтому, руководителям предприятия необходимо информировать сотрудников о положении дел на предприятии, обучать персонал с целью углубления знаний и выдвижения более эффективных и актуальных предложений. Отсутствие признания идеи работника может вызвать неоднозначную реакцию у сотрудника, выдвигающего свои инновационные предложения, тем самым демотивируя его. Поэтому, руководителям предприятия необходимо объяснять, почему данная идея не подходит в той или иной ситуации.

Рассмотрев все плюсы и минусы партисипативного управления, можно сделать вывод, что такое управление не является спасательным средством для улучшения дел на предприятии, но оно позволяет увидеть проблемы предприятия изнутри и попытаться решить их не усилиями одного человека, а

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

группой лиц, где каждый сможет проявить себя на благо предприятия.

Еще одним очень важным фактором, не позволяющим принять парситипативный метод управления персоналом на российские предприятия, можно принять влияние национальной культуры России. От этого влияния зависит выбор стратегии управления кадровыми ресурсами в практической деятельности предприятия.

Для того чтобы наиболее успешно внедрить парситипативное управление кадрами и подготовить сотрудников к изменению подхода к работе в коллективе, прежде всего необходимо установить меры по поощрению индивидуальности в каждом работнике предприятия и устранить устоявшуюся недоступность руководителя для низшего звена. Важно создать качественную и действующую систему мотивации и постоянное повышение квалификации, чтобы персонал стал источником конкурентоспособности предприятия, соответствовал современным требованиям к управлению человеческими ресурсами.

Руководство по качеству направлено на применение «процессного подхода» при разработке, внедрении и улучшении результативности системы менеджмента качества с целью повышения удовлетворенности потребителей путем выполнения их требований.

Преимущество процессного подхода состоит в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках системы, а также при их комбинации и взаимодействии.

Основными процессами системы менеджмента качества являются:

- проектирование и разработка продукции;
- составление плана производства;
- производство;
- контроль и проведение испытаний продукции;
- упаковка и хранение продукции;
- продажа;
- закупки;
- обеспечение ресурсами;
- проведение маркетинговых исследований.

Виды деятельности по измерению и мониторингу для обеспечения и верификации соответствия продукции определены в комплексной документации, производственных планах и сменных заданиях, технологических процессах, процедурах по измерению, анализу и улучшению.

Деятельность по мониторингу, измерениям, анализу и улучшению включает в себя:

- исследование удовлетворенности потребителей;

- внутренний аудит;
- мониторинг и измерение процессов;
- мониторинг и измерение продукции;
- управление несоответствующей продукцией;
- непрерывное улучшение, в том числе корректирующие и предупреждающие действия;
- определение мест применения инженерных и статистических методов.

Проявившийся брак, полученный при реализации поршней, или в процессе использования продукции свидетельствует не только о качестве продукции, но и о неудовлетворительной работе предприятия.

В этой связи коллектив рабочих и служащих совместно с руководством АО «Шахтинский завод Гидропривод» приняли коллективное решение по разработке и внедрению СМК, а также по повышению её результативности и эффективности. Эти цели и задачи реализованы в виде политики и целей предприятия в области качества в 2017 году, для чего они и были сформулированы.

В современных условиях обострения конкуренции, превращения её в глобальную основу выживания и успеха предприятия, основой устойчивого положения предприятия на рынке является своевременное предложение продукции, соответствующей мировому уровню качества. При этом, конкурентоспособность любого предприятия, независимо от размеров, формы собственности и других особенностей, зависит в первую очередь от качества продукции и соизмеримости её цены с предлагаемым качеством, т.е. от того, в какой степени продукция предприятия удовлетворяет запросам потребителя.

Качество формируется в процессе производства продукции, следовательно, главным фактором обеспечения качества и одним из решающих элементов обеспечения конкурентоспособности предприятия является действующая на предприятии система менеджмента качества.

Эти обстоятельства приводят к закономерному росту роли системы менеджмента качества предприятия как универсального инструмента повышения конкурентоспособности предприятия, позволяющего достичь цели снижения себестоимости производимой продукции при абсолютном удовлетворении требований потребителя.

Наиболее распространённой в мире основой создания систем менеджмента качества предприятий является международные стандарты ИСО серии 9000. Создание системы менеджмента качества на основе этих стандартов позволяет перейти от управления качеством продукции к менеджменту качества всего предприятия [3].

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

В рамках системы менеджмента качества реализуется учёт взаимосвязи между качеством продукции и результатами экономической деятельности предприятия через учёт затрат на обеспечение качества и сопоставление их с потерями, связанными с выпуском некачественной продукции.

Кризисное состояние отечественной экономики обуславливает исключительную актуальность проблемы создания систем менеджмента качества на российских предприятиях с целью обеспечения их конкурентоспособности. Для большинства предприятий нашей страны характерна ситуация, когда неконкурентоспособность продукции по качеству усугубляется неконкурентоспособностью по цене из-за чрезмерной затратности производства. Поэтому, одним из обязательных условий выведения российской экономики из кризисного состояния является внедрение эффективных систем менеджмента качества, способных обеспечить конкурентоспособность выпускаемых изделий по цене и качеству.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности предприятий, проблема создания систем менеджмента качества должна решаться как на уровне отдельных предприятий, так и на государственном уровне. В числе мер, призванных стимулировать предприятия на внедрение систем менеджмента качества, является их награждение с 1996 года ежегодной Премии Правительства Российской Федерации в области качества, а также и принятое в 1998 году постановление Правительства «О некоторых мерах, направленных на совершенствование систем обеспечения качества продукции и услуг».

Однако задача создания эффективно функционирующей системы менеджмента качества должна решаться, прежде всего, на уровне конкретного предприятия с учетом его особенностей, определяемых сферой деятельности, текущим финансовым состоянием, существующим уровнем реализации системности в работе по обеспечению качества и т.д.

В настоящее время резко увеличилось количество предприятий по внедрению системы менеджмента качества на основе стандартов ИСО серии 9000, чему способствуют обстоятельства, основными из которых являются:

1) организация работ по внедрению систем качества – важный элемент нескольких федеральных программ;

2) при создании совместных предприятий зарубежные фирмы и компании зачастую ставят обязательное условие: подготовка и функционирование системы менеджмента качества в соответствии со стандартами ИСО серии 9000;

3) предприятия самых разных отраслей, стремящиеся к экспорту продукции, сталкиваются с

проблемой внедрения стандартов ИСО и сертификации систем менеджмента качества на соответствие этим стандартам в ходе контрактных переговоров, а также в ряде стран возникает сложность при реализации продукции без подтверждения стабильности качества при её выпуске;

4) создание более благоприятных условий страхования, получения кредита, инвестиций, участия в тендерах, конкурсах и прочих мероприятиях, которые могут закончиться контрактом;

5) повышается исполнительская дисциплина на предприятии, улучшается мотивация сотрудников, снижаются потери, вызванные дефектами и несоответствиями;

6) предприятие становится более «прозрачным» для руководства, в связи с этим повышается качество управленческих решений.

Предприятия машиностроения активно включились в работу по разработке, внедрению и сертификации систем менеджмента качества на соответствие международным стандартам ИСО серии 9000. Для этой отрасли характерны проблемы, существующие в настоящее время во всех отраслях экономики страны. В связи со значительным спадом производства снизилось использование их производственных мощностей.

Рынок машиностроения является не монополизированным, но высококонцентрированным. Высока доля поставок машиностроительной продукции и в страны дальнего зарубежья. Поэтому, для предприятий отрасли задача внедрения и сертификации систем менеджмента качества на соответствие международным стандартам ИСО серии 9000 очень актуальна.

Ряд проблем, с которыми сталкивается предприятие на пути создания и внедрения системы менеджмента качества, а именно:

1) у специалистов наших предприятий отсутствует реальный опыт работы в условиях рыночных отношений. Во время сертификации систем качества недостаток такого опыта наблюдается во множествах форм, а именно: в неумении наладить эффективную обратную связь с потребителями; в недостаточности навыков при оценке и выборе поставщиков; в нечетком распределении ответственности между руководителями различных уровней; в дублировании некоторых процессов и т.д.;

2) принимая управленческие решения о проведении мероприятий по обеспечению качества, руководители предприятий преследуют цель не создания эффективно функционирующей системы качества, которая реально будет гарантировать качество продукции в соответствии с запросами и ожиданиями потребителей, а именно получение свидетельства, сертификата. Внешний рынок для

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

отечественных предприятий, не имеющих систему качества на базе стандартов ИСО серии 9000, практически закрыт. Поэтому администрацию предприятий в первую очередь интересуют сроки получения международного сертификата качества. А вопросы, касающиеся объёмов трудовых, материально-технических и финансовых ресурсов, необходимых для внедрения и сертификации системы качества и, самое главное, для обеспечения ее экономически эффективной работы, отходят на второй план;

3) назначение специалистов для разработки и внедрения систем управления качеством по международной системе менеджмента качества со стороны руководства предприятия нередко осуществляется без должного отбора кандидатур и понимания тех критериев, которым эти кандидатуры должны удовлетворять.

Несмотря на множество причин, делающих работу по внедрению международной системы менеджмента качества, основанной на международных стандартах ИСО серии 9000, на отечественных предприятиях отнюдь не лёгкой, многие предприятия всё же совершенно осознанно встали на этот путь. В процессе целенаправленной работы над совершенствованием своих систем управления качеством они добились ощутимых перемен к лучшему, укрепили свои позиции среди конкурентов и теперь ставят перед собой более сложные цели. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе внедрения и совершенствования системы менеджмента качества представляет собой проблему, для решения которой требуется комплексный подход, охватывающий не только процесс производства продукции, но и её реализацию и обслуживание после продажи.

В сентябре 2015 года вступил в силу международный стандарт ISO 9001:2015. Российская версия стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования» вступила в силу с 01 ноября 2015 года.

В новой версии стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 относительно предыдущей внесены значительные изменения, в частности изменилась структура стандарта. В новой версии стандарта вместо 9 теперь представлено 10 разделов.

В обновленную версию ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [4] входят следующие разделы:

0. Введение.

В данном разделе стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 даны общие положения о системе менеджмента качества, принципах менеджмента качества и процессном подходе.

1. Область применения.

Раздел устанавливает область применения стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Как и в прошлой версии стандарта ГОСТ ISO 9001-2011

раздел устанавливает единые требования к системам менеджмента качества предприятий, вне зависимости от размера и сфер деятельности. Стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2015 может применяться:

- когда предприятие хочет продемонстрировать способность производить продукцию или предоставлять услуги, соответствующие требованиям Заказчиков;

- для целей повышения удовлетворенности потребителей.

2. Нормативные ссылки.

В данном разделе стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 даны ссылки на взаимосвязанные стандарты.

3. Термины и определения.

Термины и определения, используемые в ГОСТ Р ИСО 9001-2015, приведены в новой версии стандарта ГОСТ Р ИСО 9000-2015 .

4. Окружение организации.

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- выявлению внутренних и внешних условий деятельности организации, влияющих на систему менеджмента качества и результаты деятельности организации;

- выявлению заинтересованных сторон, оказывающих влияние на СМК и определению требований заинтересованных сторон, осуществлению мониторинга данных требований;

- определению области применения системы менеджмента качества, которая должна быть зафиксирована документально;

- к определению и управлению процессами СМК. Также для каждого процесса СМК должны быть выявлены возможности и риски.

5. Лидерство.

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- высшему руководству, которое должно взять на себя лидирующую роль по внедрению и управлению СМК.

- политике в области качества;

- высшему руководству, которое должно определить ответственность, полномочия и распределить роли на предприятии для функционирования СМК и реализации требований потребителей.

6. Планирование.

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- определению рисков и возможностей, способных повлиять на СМК и достижению предприятием запланированных результатов. Устанавливаются требования по разработке плана реагирования на риски и возможности;

- определению целей в области качества и планированию достижений целей в области качества;

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

- планированию изменений СМК.

7. Обеспечение

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- управлению ресурсами, инфраструктурой, персоналом, знаниями, производственной средой, а также средствами для проведения мониторинга и измерений;

- требованиям к компетентности персонала;

- осведомленности персонала по вопросам СМК;

- определению внешних и внутренних взаимодействий, влияющих на СМК организации;

- документированию (создание, актуализация, управление документированной информацией).

8. Процессы.

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- планированию и управлению процессами СМК;

- определению требований к продукции и услугам;

- разработке и проектированию продукции и услуг;

- управлению внешним обеспечением продукции и услуг;

- сохранению продукции и услуг;

- выпуску продукции и услуг;

- управлению несоответствующими продукцией, услугами, процессами.

9. Проведение оценки.

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

-проведению мониторинга, измерений, анализу и оценке СМК и деятельности

предприятия. Также устанавливает требования к измерению удовлетворенности потребителей;

- к проведению внутренних аудитов СМК;

- проведению высшим руководством анализа СМК предприятия.

10. Улучшения

В данном разделе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 установлены требования к:

- проведению улучшений в продукции, услугах и процессах, а также СМК предприятия.

- действиям при обнаружении несоответствий, проведению корректирующих действий;

- непрерывному совершенствованию СМК и результатов деятельности предприятия.

Новая структура стандарта нашла отражение и в схематичном представлении процессного подхода. Схема процессного подхода отражает взаимосвязь всех разделов стандарта, как это представлено на рисунке 1.

Ключевыми изменениями в новой версии стандарта являются требования по оценке рисков, а также подход, основанный на управлении рисками при проектировании и разработке системы менеджмента.

Международным форумом по аккредитации (IAF) одобрен трехлетний переходный период с обязательного ISO 9001:2008 (ГОСТ Р ИСО 9001-2011) на ISO 9001:2015 (ГОСТ Р ИСО 9001-2015). В это период будут действовать оба стандарта и сертификаты соответствия им, выданные организациям органами по сертификации. Сертификаты, выданные на соответствие ISO 9001:2008, прекратят свое действие только в сентябре 2018 года.

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

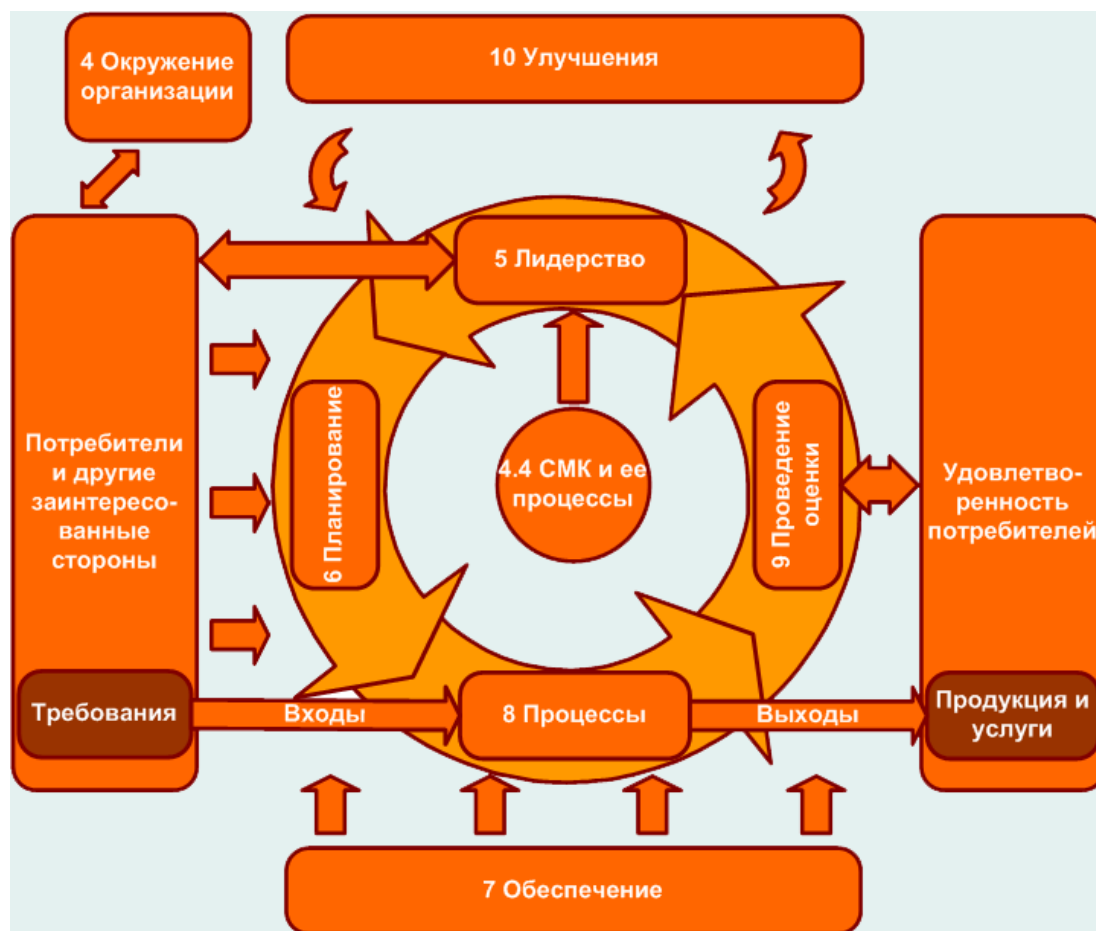


Рисунок 1.1 – Схема процессного подхода.

Система менеджмента качества АО «ШЗГ» включает:

- структуру управления управляющего директора АО «ШЗГ» и структуры управления структурных подразделений АО «ШЗГ»;

- процессы Системы менеджмента качества АО «ШЗГ», их применение, последовательность и взаимодействие;

- документацию Системы менеджмента качества АО «ШЗГ», содержащую требования, в соответствии с которыми персонал исполняет деятельность в области качества, и записи (данные), подтверждающие выполнение этих требований;

- ресурсы, необходимые для результативного и эффективного функционирования процессов и Системы менеджмента качества АО «ШЗГ» в целом.

Система менеджмента качества АО «ШЗГ» функционирует на базе процессов, охватывающих

все виды деятельности, определяющие качество выпускаемой продукции. Высшее руководство АО «ШЗГ» определяет и формирует руководящие, главные и вспомогательные процессы, а также процессы, направленные на постоянное совершенствование системы менеджмента качества АО «ШЗГ». Решаются задачи определения структуры процессов, их документального оформления, как средства обеспечения реализации Политики АО «ШЗГ» в области качества, достижения целей и соответствия продукции установленным требованиям.

Схема взаимодействия процессов системы менеджмента качества АО «ШЗГ» приведена на рисунке 2.

Перечень процессов системы менеджмента качества АО «ШЗГ» приведен в таблице 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
ITF = 1.500	S.ITF (Morocco) = 5.667	ОА.П (USA) = 0.350

Таблица 1 - Процессы системы менеджмента качества АО «ШЗГ».

Код процесса СМК	Наименование процесса системы менеджмента качества
1	Руководящие процессы
1.1	Планирование Системы менеджмента качества
1.2	Анализ со стороны руководства
1.3.1	Подготовка и повышение квалификации персонала
1.3.2.1	Управление железнодорожным транспортом
1.3.2.2	Управление системами управления
1.3.2.3	Управление автотранспортом и спецтехникой
1.3.2.4	Управление строительством и эксплуатацией объектов производственной сферы
1.3.3	Управление производственной средой
1.3.4	Управление финансово-экономической деятельностью
2	Главные процессы
2.1	Анализ контракта, связь с потребителем
2.2	Проектирование и разработка продукции и технологических процессов
2.3	Планирование производства
2.4.1	Закупки сырья, материалов, оборудования, запасных частей
2.4.2	Закупки энергоресурсов
2.5.1	<u>Производство чугуна в доменных цехах</u>
2.5.2	<u>Производство стальных непрерывно-литых слябов в конвертерных цехах</u>
2.5.3	<u>Производство проката в ПГП</u>
2.5.4	<u>Производство проката в ПХПП</u>
2.5.5	<u>Производство проката электротехнической стали в ПДС</u>
2.5.6	<u>Производство проката электротехнической анизотропной стали в ПТС</u>
2.5.7	<u>Производство проката низкоуглеродистой стали (в том числе с цинковым покрытием) в ПДС</u>
2.6	Погрузочно-разгрузочные работы, хранение, упаковка и поставка продукции
3	Вспомогательные процессы
3.1	Мониторинг и измерение технологических процессов и продукции
3.2	Управление оборудованием для мониторинга и измерений
3.3	Идентификация продукции и прослеживаемость
3.4	Управление несоответствующей продукцией
3.5	Техническое обслуживание и ремонты оборудования
4	Процессы анализа и постоянного улучшения
4.1	Оценка удовлетворенности потребителя
4.2	Внутренний аудит

Система менеджмента качества АО «ШЗГ» функционирует следующим образом:

– высшее руководство определяет приоритетные направления деятельности АО «ШЗГ», формулирует Политику Группы «ШЗГ» в области качества и цели АО «ШЗГ» в области качества. Политику Группы «ШЗГ» в области качества утверждает Президент (председатель Правления);

– управляющий директор АО «ШЗГ» утверждает цели в области качества, проводит совещание руководства АО «ШЗГ» по анализу функционирования системы менеджмента качества;

– уполномоченный руководства АО «ШЗГ» по системе менеджмента качества возглавляет все работы по организации, функционирования и

совершенствования системы менеджмента качества АО «ШЗГ» в соответствии с требованиями «Положения об уполномоченном руководстве АО «ШЗГ» по системе менеджмента качества»;

– Технический центр координирует разработку и внедрение нормативных документов системы менеджмента качества, организует и проводит внутренние аудиты технологических процессов и продукции, участвует в организации внешних аудитов СМК, готовит информацию о функционировании системы менеджмента качества для анализа руководством АО «ШЗГ»;

– Центр систем менеджмента и научно-технической информации (ЦСМНТИ) «ШЗГ» организует и проводит внутренние аудиты системы менеджмента качества, организует

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

проведение внешних аудитов органами сертификации;

– руководители структурных подразделений, назначают ответственного структурного подразделения по системе менеджмента качества, организуют деятельность персонала по выполнению требований системы менеджмента качества;

– ответственные структурных подразделений по системе менеджмента качества в соответствии с требованиями «Положения об ответственном структурного подразделения по системе менеджмента качества» организуют работы по эффективному функционированию и постоянному улучшению системы менеджмента качества в структурных подразделениях;

– ответственные за управление документами системы менеджмента качества в структурных подразделениях АО «ШЗГ» обеспечивают персонал нормативными документами системы менеджмента качества;

– персонал структурных подразделений осуществляет деятельность в соответствии с требованиями системы менеджмента качества.

Схема функционирования системы менеджмента качества АО «ШЗГ» приведена на рисунке 3.

Документацию системы менеджмента качества АО «ШЗГ» формируют в соответствии с требованиями законодательства РФ и межгосударственных, национальных (государственных) стандартов Российской Федерации, а также с учетом требований международных стандартов ISO 9001 и ISO/TS 16949 и требований потребителей.

Документация системы менеджмента качества АО «ШЗГ» включает:

– сформированные высшим руководством АО «ШЗГ» и утвержденные Политику Группы «ШЗГ» в области качества и цели в области качества.

– Руководство по качеству АО «ШЗГ», определяющее систему менеджмента качества АО «ШЗГ» в соответствии с требованиями ISO 9001 и ISO/TS 16949;

– карты процессов, устанавливающие цель процесса, входы и выходы процесса, основные этапы его проведения, ресурсы, параметры и методики контроля; показатели результативности процесса и показатели эффективности (для главных и вспомогательных процессов), действующие документы, в соответствии с требованиями которых осуществляют деятельность по данному процессу;

– стандарты организации системы менеджмента качества, устанавливающие процедуры системы менеджмента качества АО «ШЗГ»;

– документы, разработанные в соответствии с требованиями стандартов предприятия системы менеджмента качества (положения о структурных подразделениях, должностные и производственно-технические инструкции, технологические инструкции, карты последовательности технологических операций, технологические карты, технические условия, стандарты на продукцию и др.);

– организационно-распорядительные документы (приказы, распоряжения руководства АО «ШЗГ».

Структура документального оформления системы менеджмента качества АО «ШЗГ» представлена на рисунке 4.

Политика и Цели в области качества были составлены в соответствии с производственными целями предприятия, документально оформлены и доведены до всех рабочих и служащих предприятия с необходимыми разъяснениями и постановкой конкретных задач перед персоналом и утверждением их приказом. Так как потери за 2017 год составили 16167620 рублей, руководство предприятия, было заинтересовано в реализации спланированных мероприятий, чтобы обеспечить бездефектное производство и улучшение качества продукции.

Учитывая, что бракованные изделия не подлежат восстановлению и ремонту, конструкторским бюро было предложено руководству предприятия их утилизировать, а полученный металл повторно использовать для производства новых изделий, что они и стали делать.

Такой результат стал возможным за счет использования партисипативного управления реализации Политики и целей в области качества и процедур, разработанных руководством предприятия в рамках системы менеджмента качества, формирующие требования ко всем участникам процесса по созданию условий на предприятии для производства бездефектной продукции и при жестком контроле их выполнения.

1. Руководство по качеству. Является основополагающим документом системы менеджмента. Руководство по качеству описывает структуру и содержание системы менеджмента качества, направленную на обеспечение соответствия продукции требованиям потребителя и обязательным требованиям нормативной документации (НД), а также излагает Процедуры (или дает ссылки на них), разработанные в рамках СМК, описывает взаимодействие между процессами системы менеджмента качества.

2. Внутренний аудит системы менеджмента качества. Настоящая процедура является обязательной документированной процедурой,

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

которая устанавливает порядок и последовательность действий при проведении внутренних аудитов (проверок) системы менеджмента качества.

3. «Гарантийный ремонт продукции» Настоящий документ описывает процесс «Гарантийный ремонт продукции» и устанавливает порядок работы с претензиями потребителей.

4. Управление документацией и записями. Управляемыми считаются документы, подготовка, идентификация, рассмотрение, согласование, распределение, хранение и пересмотр которых осуществляется на основе заранее установленных, систематически используемых правил.

5. Управление несоответствующей продукцией. Настоящий документ является обязательной документированной процедурой, которая устанавливает: а) конкретные обязанности структурных подразделений, должностных лиц и отдельных исполнителей по управлению несоответствующей продукцией; б) цели, задачи, сроки, порядок оформления и регистрации записей и документов по управлению несоответствующей продукцией в основном и вспомогательном производстве;

6. Организация контроля качества. Настоящий документ устанавливает: а) порядок организации контроля качества продукции на предприятии; б) конкретные обязанности должностных лиц и отдельных исполнителей по контролю качества продукции предприятия, управлению и идентификации несоответствующей продукции.

7. Закупки. Настоящая процедура устанавливает порядок работы в области оценки и выбора поставщиков, ведения анкеты по поставщикам и определения категории надежности поставщика, определяет единый порядок проведения закупок комплектующих изделий, материалов и полуфабрикатов, их складирования, обеспечения производства и гарантийного обслуживания продукции.

8. Проектирование, разработка продукции и постановка на серийное производство. Настоящий документ устанавливает порядок выполнения процесса «Проектирование, разработка продукции и постановка на производство» и предназначен для: а) регламентации и управления деятельностью подразделения по проектированию и разработке новых видов продукции; б) постоянного улучшения системы менеджмента качества и результатов процесса.

9. Производство продукции. Настоящий документ устанавливает порядок выполнения процесса «Производство продукции» и предназначен для регламентации и управления

деятельностью подразделений по производству продукции.

10. Удовлетворенность потребителей. Для определения динамики удовлетворенности потребителя менеджер СМК собирает и систематизирует данные из информационных источников. Источниками информации об удовлетворенности потребителей являются: анкета оценки удовлетворенности потребителя; отзывы потребителей; объемы выпускаемой продукции; объемы отгруженной продукции; премии, награды и дипломы.

11. Технологическая подготовка производства. Настоящий документ устанавливает порядок выполнения процесса «Технологическая подготовка производства» и предназначен для: а) для регламентации и управления деятельностью подразделения по технологической подготовке производства новых видов продукции. б) постоянного улучшения системы менеджмента качества и результатов процесса.

12. Организация и порядок проведения «Дней качества». «День качества» – это оперативное совещание руководителей структурных подразделений, посвященное контролю и анализу качества работы предприятия и его подразделений.

13. Статистические методы управления качеством. Статистический контроль качества продукции является элементом механизма управления качеством продукции и регулирования взаимоотношений между поставщиком и потребителем, при этом проверка группы или партии изделий осуществляется до и после процесса, а не по ходу процесса.

Главная цель применения статистических методов – регулирование процесса создания изделия высокого качества на всех стадиях от маркетинга до технического обслуживания с меньшими экономическими затратами и высокой эффективностью.

Статистические методы предусматривают сбор, систематизацию и математическую обработку результатов производственной деятельности, анализ информации для принятия корректирующих и предупреждающих мер, дальнейшее исследование объекта контроля для достижения приемлемого (оптимального) уровня качества.

Внедрение системы качества представляет собой комплекс работ, который затрагивает различные аспекты деятельности организации и ее подсистемы - подсистему стратегического управления, производственную подсистему, подсистему логистики, управление персоналом, внутренние коммуникации, документооборот и др. В связи с этим, внедрение системы качества является достаточно трудной, длительной 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

трудоемкой задачей. Решение этой задачи, как правило, происходит в несколько этапов.

Основные этапы внедрения СМК следующие:

Совершенствование СМК имеет смысл, только в том случае если у коллектива предприятия есть желание добиться весомых результатов в борьбе за качество своей продукции, но все это должно провоцировать желание коллектива достичь новых высот, двигаться вперед и гарантировать себе и своему предприятию стабильные результаты своей деятельности.

Для реализации сформулированных процедур пожеланий должны быть выполнены следующие мероприятия, а именно:

* шаг 1 - осознание высшим руководством цели создания и внедрения СМК на предприятии;

* шаг 2 - установление потребностей и ожиданий потребителей и других заинтересованных сторон;

* шаг 3 - формирование стратегии управления, Политики и Целей в области качества;

* шаг 4 - организация обучения в области качества всех сотрудников;

* шаг 5 - планирование работ по внедрению СМК;

* шаг 6 – внедрение СМК с формированием команды, состоящей из различных специалистов;

* шаг 7 - установление системы процессов, их согласованной взаимосвязи и взаимодействия, выделение ключевых процессов, необходимых для достижения целей в области качества;

* шаг 8 - документирование СМК (в том объеме и степени конкретизации, необходимом именно для вашей организации - не забывая об обязательности некоторой документации в соответствии с требованиями ИСО 9001-2015);

* шаг 9 - внутренние аудиты;

* шаг 10 - доработка документации СМК и устранение замечаний по результатам внутренних аудитов и отработки при внедрении в действие разработанной нормативной документации;

* шаг 11 - сертификация СМК;

* шаг 12 - дальнейшее развитие СМК.

АО «Шахтинский завод Гидропривод» определило и осуществляет менеджмент многочисленных взаимосвязанных видов деятельности. Процедуры были идентифицированы, описаны и задокументированы.

Кроме того, АО «Шахтинский завод Гидропривод» разработало, задокументировало, внедрило и поддерживает в рабочем состоянии систему менеджмента качества, что обеспечило ему постоянно улучшение его результативности в

соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001: 2015.

Таки процедурами в рамках системы менеджмента качества являются:

Основные процедуры:

* проектирование, разработка, изготовление опытных образцов и постановка на серийное производство ГП 08 -01;

* составление плана производства ГП 03-01;

* контроль и проведение испытаний продукции.

* упаковка и хранение (производится согласно типовых и индивидуальных технологических процессов на каждое изделие);

* продажа (Процесс осуществляет ООО «Торговый Дом Гидропривод»;

* обеспечение ресурсами.

Процедуры менеджмента:

* процессы управленческой деятельности руководства;

* проведение маркетинговых исследований;

АО «Шахтинский завод Гидропривод»:

* определило последовательность и взаимодействие процессов;

* определило для каждой процедуры критерии и методы, необходимые для обеспечения результативности, как при осуществлении, так и при управлении этими процедурами.

Порядок выбора критериев изложен в ГП 01-01 «Порядок разработки, оформления, согласования и утверждения процессов системы менеджмента качества» и предполагает:

*обеспечивать для каждого процесса наличие ресурсов и информации, необходимых для поддержки этих процессов и их мониторинга;

* осуществлять мониторинг, измерение и анализ этих процессов;

* принимать меры, необходимые для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения этих процессов.

Переданные ООО «Торговый Дом Гидропривод» процессы обеспечены управлением: в части маркетинга - это совместное участие в выставках, выдача задания на проведение рекламы и исследования тенденций рынка, в части продажи- это договор на реализацию продукции.

Результаты разработки, документирования и внедрения системы менеджмента качества подтверждаются внутренним аудитом (ГП 13-03), проводимым по программе аудита 2 раз в год.

Внутренние аудиты СМК на предприятии проводятся с целью:

* проверки соответствия СМК АО «ШЗГ» требованиям ISO 9001:2008 (ГОСТ Р ИСО 9001-2015);

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

* оценки соответствия СМК требованиям, установленным внутренней документацией АО «ШЗГ»;

* оценки способности СМК к результативному и эффективному функционированию;

* проверки выполнения и результативности корректирующих и предупреждающих действий по несоответствиям, выявленным при проведении предыдущих аудитов;

* определения областей деятельности для улучшения, возможности и путей совершенствования СМК. Внутренние аудиты (проверки) проводятся:

* плановый аудит – 2 раза в год согласно программе проведения внутреннего аудита СМК, утвержденной вместе с приказом о проведении внутренних аудитов Управляющим «АО «ШЗГ».

* внеплановый аудит – основанием для него служит:

* увеличение количества замечаний или рекламаций на выпускаемую продукцию;

* ухудшение качества выпускаемой продукции;

* проверка реализации корректирующих и предупреждающих действий и оценки их эффективности;

* изменения структуры управления предприятием;

* необходимость совершенствования процедур, процессов СМК предприятия;

* иные причины.

Аудиты может проводить как менеджер по СМК, так и другие работники предприятия.

Подбор группы по аудиту осуществляет заместитель исполнительного директора по качеству с учетом необходимости обеспечения независимости аудиторов от проверяемой деятельности; или иных факторов, способных оказать влияние на результативность и эффективность внутреннего аудита СМК.

Главный аудитор с группой по аудиту в ходе проведения внутреннего аудита СМК осуществляют сбор информации с целью проверки соответствия СМК требованиям международного стандарта ГОСТ Р ИСО 9001:2015, выполнения требований потребителя и требований документов СМК, результативности и эффективности внедрения записей и поддержания их в рабочем состоянии, знания и понимания Политики и Целей предприятий в области качества, степень достижения целей в области качества, определения возможности улучшения СМК.

Методы сбора информации включают:

* опрос должностных лиц;

* наблюдение за деятельностью, производственной средой;

* анализ документации.

Информация, выявленная в процессе внутреннего аудита СМК, фиксируется аудиторами.

По окончании аудита главный аудитор составляет отчет по внутреннему аудиту СМК. Отчет должен содержать полную, точную и однозначно понимаемую информацию по проведенному аудиту. Этот отчет является одним из видов записей по качеству и необходим для оценки СМК и принятия решений об ее улучшении. Копии отчета направляются руководителям структурных подразделений и высшему руководству.

АО «ШЗГ» планирует и проводит проверки системы менеджмента качества в соответствии с ГП 13-03 «Внутренний аудит системы менеджмента качества»

Высшее руководство ежеквартально анализирует систему менеджмента качества с целью обеспечения ее постоянной пригодности, адекватности и результативности. В анализ включается оценка возможностей улучшения и потребности в изменениях в системе менеджмента качества организации, в том числе в Политике и целях в области качества.

На АО «Шахтинский завод Гидропривод» руководство по качеству является основным определяющим документом системы менеджмента качества и описывающим ее в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001:2015.

Общие требования к продукции в части установления технических параметров, санитарных норм и техники безопасности определяются ГОСТ РФ, а на каждое изделие разработаны и утверждены в установленном порядке технические условия, где определены конкретные значения рабочих параметров гидронасоса.

АО «Шахтинский завод Гидропривод» определило и осуществляет менеджмент многочисленных взаимосвязанных видов деятельности. Деятельность, использующая ресурсы и управляемая с целью преобразования входов в выходы, рассматривается как процесс.

Преимущество процессного подхода состоит в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках системы, а также при их комбинации и взаимодействии.

АО «Шахтинский завод Гидропривод», будучи заинтересовано в постоянном улучшении качества производимой продукции, осуществляет планирование и реализацию необходимых процессов проверки, анализа и улучшения.

Данные, свидетельствующие об удовлетворении интересов и требований потребителей в области конструктивных особенностей, изучает конструкторский отдел.

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

Источниками получения таких данных является переписка, служба маркетинга ООО «Торговый Дом Гидропривод» и службы качества.

Целью исследования мнения потребителей является определение степени их удовлетворенности выпускаемой продукцией и принятия решения и мероприятия по ее повышению.

Уровень удовлетворенности потребителей качеством выпускаемой продукции является важным критерием результативности СМК и партисипативного управления.

Удовлетворенность потребителей измеряется путем сбора и анализа соответствующей информации, включая обратную связь с потребителем.

По результатам измерения удовлетворенности потребителей оформляется, а отчет по анализу СМК со стороны высшего руководства.

Претензии потребителей, как восприятие неудовлетворенности, собирают и обрабатывают в службе маркетинга и служба качества.

Сбор пожеланий осуществляют:

- * путем сбора информации от потребителей;
- *обеспечение потребителей информацией о новых достижениях в области повышения качества продукции с помощью рассылки рекламных проспектов и информационных листов;

- * участия в выставках (ярмарках).

На заводе проводятся внутренние аудиты не реже 2 раза в год с целью установления того, что система менеджмента качества:

- * соответствует ли требованиям ГОСТ Р ИСО 9001:2015;

- * эффективно ли действует СМК.

Программа аудитов планируется с учетом статуса и важности процессов и участников, подлежащих аудиту, а также результатов предыдущих аудитов. Критерии, область применения, частота и методы аудитов определены ГП 13 – 03. Выбор аудиторов обеспечивает объективность и беспристрастность процесса аудита. Аудиторы не проверяют свою собственную работу. Руководство, ответственное за проверяемые области деятельности, должно обеспечивать, чтобы действия предпринимались без излишней отсрочки для устранения обнаруженных несоответствий и вызвавших их причин. Последующие действия должны включать верификацию предпринятых мер и отчет о результатах верификации.

На АО «Шахтинском заводе Гидропривод» применяются методы контроля и, где это целесообразно, измерения процессов системы менеджмента качества. Целью деятельности по мониторингу и измерениям процессов является:

- * проверка соблюдения требований, предъявляемым к процессам (ГП 01 – 01);

- * получение гарантий успешного и полного осуществления запланированных действий;

- * получение данных для анализа и поиска путей улучшения процессов в СМК в целом.

Ответственность за функционирование и постоянное улучшения деятельности по мониторингу и измерениям процессов возлагается на Представителя высшего руководства СМК. Мониторинг и измерение функционирования процессов СМК проводят их владельцы с использованием подчиненного персонала, технических средств, соответствующих процедур сбора, накопления, передачи и анализа информации, в зависимости от конкретного процесса.

Мониторинг и измерение характеристик продукции с целью сверки соблюдения требований к продукции. Это осуществляется на соответствующих этапах процесса жизненного цикла продукции.

Параметры измерения продукции определяет конструкторский отдел на основании технических условий и выдает задание на разработку стендов для испытания продукции.

Метрологическая служба на основании Положения о метрологической службе проводит метрологическую экспертизу выбранному методу измерения и приборов, на основании показаний которых получают объективные свидетельства качества произведенной продукции. На участке испытаний производится обкатка изделий на специальных стендах и снятие характеристик, которое проводится под контролем ОТК.

Для повышения качества производимой продукции на предприятии должна иметь место собственная СМК. В большинстве случаев высшее руководство внедряет стандарты ИСО серии 9000, преследуя одну из двух основных целей:

- * использование их как средство повышения эффективности деятельности предприятия, а затем, по мере необходимости, сертификации СМК на соответствие требованиям стандартов;

- * внедрение их только с целью сертификации СМК.

В АО «Шахтинский завод Гидропривод» внедрена и функционирует документированная процедура «Гарантийный ремонт продукции» на АО «Шахтинский завод Гидропривод». Разработан стандарт ГП 13-06 ОТ 03.02.2016 г., в котором описана данная процедура.

Необходимость разработки проекта стандарта «Управление несоответствующей продукцией в Ремонтном производстве» на АО «Шахтинский завод Гидропривод» обусловлена тем, что действующий на предприятии ГП 13-06 не содержит единую схему, включающую в себя все возможные варианты управления

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

несоответствующей продукцией, а также спецификой операций технологического процесса производства продукции в цехах Ремонтного

производства, которые могут служить причиной возникновения различных дефектов

References:

1. Prokhorov, V. T. (2009). *Recommendations to Shoe enterprises of the southern Federal district on their way out of the economic crisis: monograph.* (p.658). Mine: GOU VPO yurgues.
2. Prokhorov, T. V., et al. (2009). *How to ensure sustainable demand for domestic products in the fashion industry.* monograph under the General editorship of Professor V. T. Prokhorov (Eds.). GOU VPO "South-ROS. University of Economics and service". (p.494). Mine: Publishing house GOU VPO yurgues.
3. Fatkhutdinov, R. A. (2000). *Competitiveness: Economics, strategy, management.* (p.312). Moscow: INFRA-M.
4. Mishin, Y. D., et al. (2009). *Quality management of competitive and in-demand materials and products.* monograph. under the General editorship of V. T. Prokhorov (Eds). (p.443). Mine: GOU VPO yurgues.
5. Prokhorov, V. T., et al. (2009). *How to ensure sustainable demand for domestic products in the fashion industry.* Monograph. under the General editorship of V. T. Prokhorov (Eds.). (p.494). Mine: GOU VPO yurgues.
6. Volkova, G. (2009). *how to increase the competitiveness of the Russian leather and footwear industry?* [Text] *Step new, №6 (53),* 92-93.
7. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., & Prokhorov, V. T. (2010). On the formation mechanisms for sustainable quality products manufactured Shoe enterprises in the Shoe cluster [Text]. *Leather and footwear industry, Moscow, № 2,* 18-21.
8. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., Volkova, G. Y., Prokhorov, V. T., & Prokhorov, E. V. (2010). *On the formation mechanisms for sustainable development of Shoe enterprises in the cluster //Technical regulation: the basis of quality of materials, goods and services.* international collection of scientific works/ redkol.: monograph [Text] [etc.]/ V. T. Prokhorov, etc.; under the General editorship of Professor V. T. Prokhorov (Eds.). (p.234, pp.44-46). Mine: Publishing house GOU VPO yurgues.
9. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., Prokhorov, V. T., Volkov, G. Yu., Polyakova, V. A., Prokhorova, E. V., & Frost, B. (2010). On the search for effective methods for assessing the impact of factors on the performance of industrial and economic activities of the cluster [Text]/ proceedings of higher education institutions. North Caucasus region. *Technical science, Novocherkassk, №6 (149),* 127-135.
10. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., Prokhorov, E. V., Osicka, N. I., Aspen, T. M., Prokhorov, V. T., & Volkov, Y. G. (2011). Organizational and production sustainable development of the cluster formed on the basis of footwear enterprises in the southern and North Caucasus Federal district [Text]/ *Leather and footwear industry, Moscow, № 1,* 17-21.
11. Romanova, L., Tomilina, L., Budkova, V., Prokhorov, V., & Meleshko, E. (2010). *The role of clusters to provide the regions of the southern and North Caucasus Federal districts with competitive and in-demand products* [Text] / Collection of scientific works Socio-economic and technical-technological problems of the development of the Vyp service sector. 9 Part 2 RTIST branch of GOU VPO "YURGU-ES". (p.420, pp.34-37). Rostov – on – don RTIST "yurgues".
12. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., Prokhorov, E. V., Osicka, N. I., Aspen, T. M., Prokhorov, V. T., Volkov, Y. G. (2011). Organizational and production sustainable development of the cluster formed on the basis of footwear enterprises in the southern and North Caucasus Federal district [Text]/ *Leather and footwear industry, Moscow, № 6,* 32 – 36 the second message
13. Romanova, L. A., Tomilin, L. B., Prokhorov, V. T., Zverev, S. M., ASP, T. M., & Nikitina, E. V. (2011). About management decisions promote the products of the fashion industry in terms of risk [Text] / *"Director" is the magazine for executives No. 3, (128),* 10-11. Leg-Prom business.
14. Romanova, L. A., Osina, T. M., & Abduzhamalova, M. A. (2011). *on the ways of economic development of footwear enterprises in the regions of the southern Federal district and the southern Federal district* [Text] / New in technology and technology of textile and light industry: proceedings of the international scientific conference. (pp.100-104). Vitebsk,

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

- November 2011 at 2 h. 2 / UO "VSTU". - Vitebsk.
- Romanova, L., Prokhorov, V. T., Kosova, T. A., Kompanchenko, E. V., & Osina, T. M. (2011). *New technologies in textile and light industry: proceedings of the international scientific conference*. (pp.104-107). Vitebsk, November 2011 at 2 h. 2 / UO "VSTU". - VI-tebsk.
 - Prokhorov, T. V., et al. (2009). *How to ensure sustainable demand for domestic products in the fashion industry*: monograph / under the General editorship of Professor V. T. Prokhorov (Eds.). GOU VPO "South-ROS. University of Economics and service". (p.494). Mine: Publishing house GOU VPO yurgues.
 - Romanova, L. A., et al. (2011). *the Effect of cash flow on the efficiency of the results of the cluster formed on the basis of footwear enterprises the SFD and NCFD*: monograph. (pp.211-265). Mines: FGBOU VPO yurgues.
 - Romanova, L. A., et al. (2011). *Software for calculation of the main technical and economic indicators of the enterprise performance certificate RF on state registration of computer programs №2011616317//* Was registered on 11 Aug 2011.
 - Imai, M. (2005). *Gemba Kaizen: a Way to reduce costs and improve quality*. TRANS. with English. (p.346). Moscow: Alpina Business Books.
 - Porter, M. (2005). *Competition / Per.* with English. (p.608). Moscow: Ed. house "Williams".
 - Pande, P., Kholp (2004). *"What is 'Six Sigma'? Revolutionary method"*. TRANS. with English. (p.158). Moscow: OK Mountaineering. – Business Books.
 - Womak, J. P., & Jones D. T. (2005). *Lean manufacturing: How to eliminate losses and to achieve prosperity of your company* [Text] lane.from English. - 2nd ed. (p.473). Moscow: Alpina Business Books.
 - Michael, G. L. (2005). *Lean manufacturing + six Sigma: combining the quality of six Sigma with the speed of lean manufacturing* [Text] TRANS. (p.360). Moscow: Alpina Business books.
 - Shingo, S. (2006). *Quick changeover: the revolutionary technology of optimization of production* [Text] (p.344). Moscow: Alpina Business Books.
 - Vader, M. (2005). *lean production Tools: Mi-Ni-guide to the implementation of lean production techniques* [Text] lane.from English. (p.125). Moscow: Alpina Business Books.

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

Contents

		p.
18.	Blagorodov, A. A., Bordukh, D. O., Kopylova, A. V., Smolina, D. S., Prokhorov, V. T., & Mishin, Y. D. Management features quality of digital defect-free production of import-substituting products for consumers in the regions of SFD and SCFO (1 message).	201-247
19.	Blagorodov, A. A., Bordukh, D. O., Kopylova, A. V., Smolina, D. S., Prokhorov, V. T., & Mishin, Y. D. Management features quality of digital defect-free production of import-substituting products for consumers in the regions of SFD and SCFO (2 message).	248-302

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>



PIHHC (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=journal&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/>



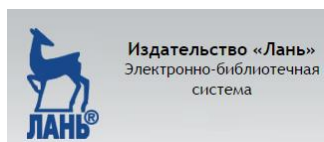
InfoBase Index (India)

<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	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

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»