

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ



Управление качеством продукции

Вопросы теории и практики

Заведующая редакцией **В. И. Бударина**
Редактор **Л. В. Тимошенкова**
Младший редактор **Е. Г. Рожкова**
Оформление художника **В. И. Иванова**
Художественный редактор **В. Ф. Найдено**
Технический редактор **Л. П. Гришина**
Корректор **С. С. Новицкая**

ИБ № 2497

Сдано в набор 10.05.84. Подписано в печать 18.10.84. А 10335. Формат 84×108¹/₃₂.
Бумага для глубокой печати. Печать высокая. Гарн. литературная. Усл. печат-
ных листов 10,08. Усл. кр.-отт. 10,3. Учетно-издательских листов 10,98. Тираж
20 000 экз. Заказ № 926. Цена 70 к.

Издательство «Мысль». 117071. Москва, В-71, Ленинский проспект, 15.

Типография издательства «Калининградская правда»,
236000, г. Калининград, ул. Карла Маркса, 18.

**Управление качеством продукции: Вопросы теории
У67 и практики. — М.: Мысль, 1984. — 188 с.
70 к.**

Исследуются процессы управления качеством продукции, излагается методика сочетания отраслевых и территориальных принципов управления качеством, формулируются теоретические положения и рекомендации. В основу исследования положен опыт, накопленный в отраслях легкой и пищевой промышленности, в сельском хозяйстве, в строительстве, сфере услуг и обслуживания населения.

**У 0604020100-193 79-84
004(01)-84**

**ББК 65.9(2)
33С**

НОВАЯ КНИГА

В 1985 г. издательство «Мысль» выпускает в свет:

Взаимодействие экономики и политики управления/Под ред. д-ра экон. наук Р. А. Белюсова. — 20 л. — 2 р.

В комплексном исследовании рассматриваются актуальные вопросы партийного руководства хозяйственным строительством в условиях осуществления экономической стратегии партии. В соответствии с решениями июньского и декабрьского (1983 г.) Пленумов ЦК КПСС раскрывается возрастание роли партийного руководства в совершенствовании системы управления народным хозяйством, исследуются вопросы повышения его научного уровня и действенности. Большое внимание уделяется проблемам улучшения планирования, развития принципа демократического централизма, активизации участия трудящихся в управлении. Освещается практика работы партийных организаций по осуществлению экономической политики КПСС.

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Наиболее полную информацию о готовящихся к выпуску книгах издательства «Мысль» по экономике, философии, истории, географии можно получить из ежегодных аннотированных тематических планов выпуска литературы, имеющихсЯ во всех книжных магазинах страны.

Сведения о выходящих в свет изданиях регулярно публикуются в газете «Книжное обозрение».

По вопросам книгораспространения рекомендуем обращаться в местные книготорги, а также во Всесоюзное государственное объединение книжной торговли «Союзкнига».

Содержание

Введение	3
Глава I	
Характеристика качества как объекта управления	5
Экономическое содержание и значение качества продукции . .	5
Взаимосвязь количества и качества в управлении	20
Особенности управления качеством	33
Глава II	
Экономические отношения в процессе повышения качества продукции и их совершенствование	43
Сущность и структура экономических отношений	43
Экономические законы социализма и повышение качества . .	57
Реализация экономических интересов при управлении качеством	69
Глава III	
Основные направления совершенствования механизма государственного регулирования качества продукции	79
Планирование научно-технического прогресса как средство управления качеством продукции	79
Законодательное регулирование качества	98
Показатели и методы оценки экономической эффективности повышения качества	115
Управление качеством экспортной продукции	138
Пути дальнейшего совершенствования управления качеством	157
Основные элементы системы управления качеством продукции предприятия	171
Глава IV	
Общие принципы и опыт управления качеством в рамках экономической интеграции стран — членов СЭВ	177

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Вопросы теории
и практики



МОСКВА · МЫСЛЬ · 1984

ББК 65.9(2)

У67

РЕДАКЦИИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Монография подготовлена под общей редакцией докторов экономических наук *А. Е. Булатова* и *Д. И. Правдина*.

Авторский коллектив: кандидат экономических наук *А. П. Вавилов* (глава I, § 1); доктор экономических наук *Д. И. Правдин* (глава I, § 2 и 3); доктор экономических наук *А. Е. Булатов* (глава II, глава III, § 5); кандидат экономических наук *Е. В. Сапилов* (глава III, § 1); кандидат юридических наук *С. А. Боголюбов* (глава III, § 2); доктор экономических наук *А. А. Синягов* (глава III, § 3); кандидат экономических наук *Р. М. Тихонов* (глава III, § 4); кандидат экономических наук *Г. А. Власкин* и *В. В. Слободяник* (глава IV).

Рецензенты: доктор экономических наук *В. И. Сиськов*, кандидат экономических наук *О. В. Тартынский*.

Введение

Ориентация народного хозяйства на повышение эффективности производства и улучшение качества работы — стержневое направление экономики развитого социализма. Это неоднократно подчеркивалось в многочисленных партийных документах. В частности, на июньском (1983 г.) Пленуме ЦК КПСС отмечалось: «Важнейшим звеном нашей работы является **борьба за повышение эффективности производства и качества продукции**. На это должны быть направлены социалистическое соревнование, движение за коммунистическое отношение к труду, усилия каждого коллектива, ученых и специалистов»¹.

Основная цель монографии — показать, что рост качества представляет собой сбережение труда и материальных ресурсов, увеличение экспортных возможностей, а в конечном счете лучшее, более полное удовлетворение потребностей общества.

Использование качественных факторов экономического роста становится первым условием решения крупномасштабных задач перевода всех отраслей производства на рельсы интенсивного развития, существенного повышения эффективности функционирования всего народнохозяйственного комплекса как единого целого. В этом смысле двенадцатая пятилетка должна стать «...началом глубоких качественных изменений в производстве, пятилеткой решающего перелома... Современная материально-техническая база и система управления должны обрести новые, более высокие качества»².

В СССР накоплен немалый опыт управления процессом повышения качества. Его обобщение позволяет более целенаправленно проводить мероприятия по воздействию на качественные свойства производимой продукции и оказываемых услуг, определять очередность конкретных мер, их экономическую и социальную эффективность.

¹ Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 14—15 июня 1983 г. М., 1983, с. 40.

² Материалы внеочередного Пленума Центрального Комитета КПСС, 13 февраля 1984 г. М., 1984, с. 16.

В представленной работе на базе общих принципов управления социалистической экономикой и с учетом опыта социалистических стран раскрываются особенности управления качеством продукции, механизм управления, теоретические основы его построения на общегосударственном уровне, направления дальнейшего совершенствования экономических отношений, обеспечивающих устойчиво высокое качество продукции. Ряд вопросов, например трактовка качества как экономической категории, носит постановочный характер.

Глава I

ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

Экономическое содержание и значение качества продукции

Упор на эффективность и качество — главная составная часть экономической стратегии КПСС. За последние годы осуществлен ряд кардинальных мер по повышению эффективности производства и качества продукции. В современных условиях на первое место выдвигается создание научно обоснованной системы управления качеством продукции. В связи с ускорением темпов научно-технического прогресса, усложнением производственных связей, развитием и повышением потребностей общества, как никогда ранее, возрастает необходимость в комплексном, системном подходе к решению проблемы качества.

Создание научно обоснованной системы управления качеством продукции предполагает глубокую разработку теоретических вопросов повышения качества, и прежде всего раскрытие его экономического содержания. Чтобы дать определение качеству продукции как экономической категории, необходимо показать его взаимосвязь с категориями «потребности», «полезность» и «потребительная стоимость».

Производство материальных благ для удовлетворения личных и общественных потребностей — важнейшая, определяющая предпосылка существования человеческого общества. Чтобы удовлетворить эти потребности, продукт труда должен обладать определенными *полезными (потребительскими) свойствами*. Обычно продукт имеет много различных полезных свойств, совокупность которых и позволяет отличать его от другого.

Полезные свойства продукта характеризуют способность удовлетворять одну или несколько потребностей. При этом разные полезные свойства продукта выражают его способность удовлетворять разные потребности. Если взять, например, уголь, то различные его свойства делают его способным удовлетворять производственные потреб-

ности в энергетическом или технологическом топливе, сырье для химической промышленности и др. С развитием производительных сил, общественных и личных потребностей в различных продуктах одни полезные свойства открываются, а другие утрачивают свое значение, возникают новые и исчезают прежние области их использования, расширяется или сужается круг удовлетворяемых потребностей. Совокупность полезных свойств продукта, их соотношение образуют его качественную определенность, способность удовлетворять личные или общественные потребности, т. е. *полезность*.

Однако было бы неправильным считать, что полезность продукта представляет собой свойство, внутренне присущее его природе. Нельзя смешивать потребительские свойства предмета, естественные или измененные свойства с полезностью как отношением человека к этим свойствам.

Наличия полезных свойств еще недостаточно для признания полезности продукта, они для этого только создают потенциальную возможность. Чтобы эта возможность превратилась в действительность, необходима личная или общественная потребность в продукте в данный момент. Полезность создается конкретным трудом в процессе производства, а признается она в потреблении.

Полезная вещь (продукт труда) поступает в потребление, уже обладая полезными свойствами, а потребитель, исследуя и оценивая ее способность (прямо ли, косвенно ли) удовлетворить его потребности, признает ее полезность. Последняя не зависит от того, удовлетворяют ли продукты труда человеческие потребности непосредственно — как предметы потребления или косвенно — как средства производства.

Важным методологическим вопросом для организации научно обоснованного управления качеством является признание объективного характера полезности продукта. В отличие от буржуазной марксистская политэкономия считает, что полезность носит объективный характер, поскольку она определяется объективными законами развития общества.

Конечно, индивидуумы по-разному оценивают способность продуктов труда удовлетворять потребности. Однако эти внешне самостоятельные оценки представляют собой субъективные образы объективной действительности. Это объясняется не только тем, что объективны естественные полезные свойства вещей, но и тем, что объективны общественные законы развития. Субъективные оценки вещей

по способности удовлетворять те или иные потребности индивидуумов определяются общественным положением личности. «Предлагаемый продукт, — писал К. Маркс в «Нищете философии», — полезен не сам по себе. Его полезность устанавливается потребителем». Однако К. Маркс далее замечает: «Потребитель не более свободен, чем производитель. Его мнение основывается на его средствах и его потребностях. И те и другие определяются его общественным положением, которое зависит, в свою очередь, от организации общества в целом»¹.

Один и тот же продукт может по-разному удовлетворять разнообразные потребности человека. В то же время самые разные продукты могут удовлетворять одну и ту же потребность.

С развитием общественного разделения труда продукты создаются уже не только для личного потребления, но и для потребления другими людьми, т. е. для общественного. Индивидуальная полезность продукта, отражающая отношение к нему индивидуума — самого производителя и потребителя, становится общественной, отражающей отношение к продукту всего общества. Отношение же общества к продукту труда зависит уже не только от его индивидуальной полезности, но и от общественного значения тех или иных потребностей, от их структуры, уровня их удовлетворения и многих других факторов. В зависимости от сочетания факторов продукты с одинаковой индивидуальной могут иметь разную общественную полезность.

Полезность продукта труда имеет не только общественный характер, но и определенную историческую форму, соответствующую каждому способу производства.

В первобытном обществе, где труд носил непосредственно-общественный характер, продукт труда производился для непосредственного потребителя, а полезность его устанавливалась людьми соответственно своим обособленным потребностям. Поэтому здесь она имела непосредственно-общественную форму.

В условиях товарного производства, где общественная полезность продуктов труда устанавливается не прямо, а путем купли-продажи на рынке, она приобретает товарно-стоимостную форму, становится *потребительной стоимостью* товара. При капитализме, где товарное производство является господствующим, общественная по-

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 4, с. 79, 80.

ребительная стоимость товара не имеет самостоятельно-го, определяющего значения, а выступает как веществен-ный носитель особого общественного свойства товара — меновой стоимости. Естественная роль потребительной стоимости как средства удовлетворения потребностей вы-ступает здесь в извращенном виде, т. е. определяется не тем, как она удовлетворяет потребителя, а тем, сколько прибавочной стоимости приносит ее реализация.

Анализ потребительной стоимости с позиций историз-ма, как этого требует марксистская методология, показы-вает, что данная категория не вечна. Она представляет собой определенную историческую форму общественной полезности.

С ликвидацией капиталистического способа производ-ства содержание и роль общественной потребительной стоимости коренным образом меняются. Принципиальное значение для правильного понимания формы обществен-ной полезности при социализме имеет подход к нему как к первой фазе коммунистического способа производства, планомерно организованного и имеющего непосредствен-но-общественный характер. Поскольку при социализме как труд, так и его результат по своей внутренней природе являются непосредственно-общественными, то и полезность продукта приобретает такой же характер.

Однако ее особенность состоит в том, что она должна соответствовать потребности, проявляющейся через пла-тежеспособный спрос. Несмотря на то что общество в пла-номерном порядке предусматривает полезность продуктов труда соответственно учтенным в той или иной форме об-щественным потребностям, она должна быть еще под-тверждена в обращении путем оценки ее потребителями через социалистически планомерно организованные отно-шения купли-продажи. Поэтому полезность продукта при социализме, будучи по сути своей непосредственно-общест-венной, сохраняет в то же время черты общественной по-требительной стоимости.

Только на высшей фазе коммунистического общества не будет необходимости выражения полезности коммуни-стического продукта через категорию потребительной стои-мости, так как не будет самих товаров. Полезность про-дукта труда потеряет свою товарно-стоимостную форму — общественную потребительную стоимость — и станет не-посредственно-общественной.

Было бы неверным подходить к потребительной стои-мости лишь как к стороне товара, являющейся вещест-

венным носителем его стоимости, и не рассматривать ее как самостоятельную экономическую категорию. Такая трактовка потребительной стоимости в условиях социалистического производства, нетоварного по своей природе, вряд ли правомерна. Здесь стоимость как «общественное отношение товаров, их экономическое качество...»² постепенно исчезает, а новое экономическое качество продуктов труда — непосредственно-общественная полезность, сохраняющая черты потребительной стоимости, — развивается, освобождаясь от них.

На этапе зрелого социализма непосредственно-общественная полезность продукта становится ведущей, господствующей категорией, отражающей сущность социалистического производства, его главную цель и движущий мотив. Потребительная стоимость как форма общественной полезности при социализме становится равнозначной общественному богатству, ибо в данном случае она производится непосредственно для удовлетворения общественных и личных потребностей.

Потребительная стоимость и стоимость — это две стороны товара. Значение потребительной стоимости в условиях социализма определяется тем, что она выступает как средство удовлетворения постоянно растущих потребностей членов социалистического общества. Чем выше полезность продуктов труда, тем быстрее достигается цель социалистического производства — обеспечение полного благосостояния и свободного всестороннего развития всех членов общества. И наоборот, чем больше продукт способствует достижению этой цели, тем выше его общественная полезность.

В зависимости от общественной полезности продуктов происходит планомерное распределение труда по различным сферам производства, определяется соответствие объемов и структур производства и потребления. Так практически реализуется предсказание Ф. Энгельса, который писал, что в будущем обществе «план будет определяться в конечном счете взвешиванием и сопоставлением полезных эффектов различных предметов потребления друг с другом и с необходимыми для их производства количествами труда»³.

Приоритет потребительной стоимости ориентирует теорию и практику планового управления социалистической экономикой на более полный учет полезности средств про-

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 46, ч. I, с. 82.

³ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 20, с. 321.

изводства и предметов потребления для лучшего удовлетворения потребностей общества и всех его членов при наименьших затратах совокупного труда.

Потребительная стоимость при социализме становится, таким образом, выразителем непосредственно-общественных отношений ассоциированных производителей. Это дает основание рассматривать ее как самостоятельную экономическую категорию в системе экономических категорий коммунистического способа производства.

Для разработки научных основ управления качеством большое теоретическое и практическое значение имеет анализ соотношения потребительной стоимости и качества продукции. По этому поводу К. Маркс отмечал: «Одна и та же потребительная стоимость может быть использована различным образом. Однако сумма всех возможных ее полезных применений заключена в ее бытии как вещи с определенными качествами»⁴.

Каждая потребительная стоимость обязательно имеет качественную определенность. Не существует потребительной стоимости вне определенного качества. «Так как товар покупается покупателем не потому, что он имеет стоимость, а потому, что он есть «потребительная стоимость» и употребляется для определенных целей, то само собой разумеется: 1) что потребительные стоимости «оцениваются», т. е. исследуется их *качество* (точно так же, как *количество* их измеряется, взвешивается и т. п.); 2) что когда различные сорта товаров могут заменить друг друга для тех же целей потребления, тому или иному сорту отдается предпочтение и т. д. и т. д.»⁵

Однако, хотя категории «качество продукции» и «потребительная стоимость» неотделимы друг от друга, их нельзя отождествлять. Когда говорится о качестве продукта труда, имеется в виду прежде всего то, что отличает его от аналогичных продуктов в их способности удовлетворить определенную потребность человека. Для этого из всего многообразия полезных свойств продукта выделяется совокупность, позволяющая выразить суть этого предмета потребления (производственного или личного). «...Существуют не качества, — писал Ф. Энгельс, — а только вещи, *обладающие* качествами, и притом бесконечно многими качествами»⁶. Выделение совокупности полезных свойств продукта дает возможность сравнивать его с дру-

⁴ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 13, с. 13.

⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 19, с. 387.

⁶ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 20, с. 547.

гими аналогичного назначения продуктами по степени способности удовлетворить потребность.

Известно, что одна и та же потребительная стоимость может быть полезна в разной степени. Следовательно, если потребительная стоимость выражает вообще полезность вещи, то качество означает меру, в какой она объективно способна удовлетворять определенные, конкретные потребности.

Трактовка качества как меры полезности не означает смешение понятий «качество» и «мера качества». Речь идет не о мере качества, которому соответствует понятие «уровень качества», а о мере общественной полезности, что не одно и то же. К. Маркс считал, что повышение качества продукта означает, что он «получает более законченную форму, приобретает более высокую потребительную стоимость». Поэтому общественная потребительная стоимость продукта может возрасти не только «посредством увеличения количества продукта, а вследствие повышения его качества»⁷. Отсюда видно, что К. Маркс связывал понятие качества с более или менее высокой мерой потребительной стоимости продукта труда. Чем выше способность какой-то вещи удовлетворить потребности общества, тем, при прочих равных условиях, выше ее качество.

Таким образом, качество продукции представляет собой конкретное выражение общественной полезности в ее исторически определенной форме потребительной стоимости.

Рассмотренные теоретические положения о соотношении качества, потребностей и потребительной стоимости имеют важное методологическое значение для организации управления качеством. В настоящее время понятие качества продукции в утвержденном Государственном стандарте «Качество продукции. Термины. ГОСТ 15 467—70» определено как *«совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением»*. Эта формулировка с полным основанием может быть отнесена к понятию потребительной стоимости, так как в ней подчеркнута только одна сторона понятия «качество продукции» — пригодность удовлетворять определенную потребность в соответствии с назначением продукции. Для управления важно отразить и другую сторону качества — степень, меру пригодности.

⁷ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 46, ч. I, с. 408—409.