

# Осознание качества

## О том, что мы забыли в Советском Союзе и что нам предстоит возродить

«Маркетинг – лженаука на службе у капитализма» – так говорили во времена культа личности. От этого постулата не отказались и в более поздний советский период, пока ещё ГОСТы были обязательны для всей отечественной промышленности, а вопросами качества занимались целые институты.

Сегодня в России чаще можно услышать споры о том, где в слове «маркетинг» ставится ударение. О том, что это «лженаука», уже никто не вспоминает. Тем более не успевают граждане в потоке информации задуматься о том, что целью этого процесса является извлечение прибыли. Реклама кричит, мерчендайзинг соблазняет, трейд-маркетинг заставляет, коучинг перекодирует сознание. Кстати, исследователи говорят о том, что первым человеком, внедрившим такой подход к рекламе, был простой европейский лавочник. Дело было в XIV веке. Он обратился к преступнику, приговорённому к смертной казни, с просьбой сказать с помоста виселицы о том, что в его лавке мясо самое вкусное. Мол, тебе всё равно умирать, а я твоей семье денег дам. На следующий день продажи взлетели до небес.

Крик – состояние повышенной эмоциональности. Эмоции – признак жизни. Поэтому реклама кричит, поэтому она яркая, с безупречной картинкой. Это та самая конфетная обёртка, на которую так падок потребитель. И уже не столь важно, что под фантиком дешёвый леденец. Для маркетинга главное – заставить потребителя раскошелиться на покупку. Самое время поговорить о конфетах и фантиках, ведь **10 ноября мы отметим Всемирный день качества.**

### Японское качество

Сегодня все знают, что это критерий почти совершенства. Во всяком случае, в отрасли электроники. Но мало кто знает, что в 40-х годах прошлого века было совсем наоборот. До, во время и сразу после Второй мировой войны Япония, лишённая собственных ресурсов, была метафорой отсутствия качества. Как мы сегодня говорим: «Дешёвая китайская подделка», так до 40-х годов говорили про японские товары.

После ядерной бомбардировки Хиросимы и Нагасаки государственные мужи решили, что пора кардинально менять подход. Пригласили к себе лучших мировых специалистов на конгресс, послушали, выбрали лучшую, на их взгляд, концепцию. Из всех мировых идеологов японцам больше всего понравился Вильям Эдвардс Деминг. Он сказал японцам: «Слушайте меня, и через пять лет вы будете конкурировать с Западом. Продолжайте слушать до тех пор, пока Запад не будет просить защиты от вас».

Деминг – патриарх статистического контроля качества. Доподлинно неизвестно, чем ему так насолил Запад, но в Стране восходящего солнца у него всё получилось. За пять – семь лет ему удалось перекодировать сознание целой нации. В основе его теории лежат 14 принципов, при прочтении которых меньше всего думаешь о реальном секторе экономики. Сплошная философия: сделать постоянной целью улучшение качества, обучать на рабочем месте, прекратить практику заключения контрактов на основе низких цен, искоренять страх, избегать пустых лозунгов, дать возможность гордиться



Знаки качества. Покупайте смело, если продукция маркирована этими логотипами.

принадлежностью к компании и так далее... По мнению Деминга, «смертельные болезни» компаний западного мира – это погоня за сиюминутной выгодой, бессмысленная ротация кадров и отсутствие постоянной цели. Японцы учли его пожелания и достигли небывалых высот в кратчайшие, по историческим меркам, сроки. А заодно и показали всему миру, что потребительские предпочтения можно реформировать за пять лет. Российским гражданам этот опыт может очень пригодиться.

### Российское качество

Легко говорить про чужое, наблюдая его со стороны. Чужое не болит. А вот о своём хочется сказать что-то хорошее, но не всегда получается. Россия во все века славились пенькой, мёдом и лесом. Традиции мы сохранили и по сей день. Только вот, когда во всём мире цветёт буйным цветом прогресс технологический, хотелось бы похвалиться лидерством и тут. А не получается при всём желании. Почему? Попробуем разобраться.

Современное трудоспособное население активно помнит и учитывает только два периода своей истории – советский и рыночную экономику постсоветского пространства. История Советского государства в сознании массового потребителя имеет очень положительную репутацию, по меньшей мере на уровне продуктового прилавка. Как часто сегодня маркетологи стали использовать в качестве уловки формулировку «ГОСТовское качество»? А если на этикетке со сгущёнкой нарисовать пятигранник, то покупатель интуитивно распознаёт в этом качественный продукт и тратит свои деньги.

Беда в том, что очень часто использование бренда советского качества всего лишь уловка. 20 лет назад, когда наша страна захотела войти в мировое пространство и внедрила у себя идеологию рыночной экономики, ГОСТы стали необязательными. Контроль качества выпускаемой продукции остался без государственного присмотра. Нам объявили, что для развития бизнеса необходимо снять барьеры – административные и технические. А новый русский бизнес в подавляющем большинстве погнался за сиюминутной прибылью. Про качество

### СПРАВКА «О»

**Специалистами Оренбургского ЦСМ ежегодно сертифицируется более 600 тысяч тонн пищевой продукции, выдаётся более 2500 деклараций соответствия и более 800 сертификатов соответствия. Оренбургский Центр в системе Росстандарта входит в пятёрку лучших региональных организаций.**

всё чаще стали забывать. Согласно ГОСТу, докторскую колбасу нужно делать из мяса. Но бизнесу это невыгодно. Значит, нужно отказаться от ГОСТа, применить техусловия (ТУ), можно ввести в продукт химические усилители вкуса, главное – соблюсти правила элементарной безопасности. А мясо нынче дорого.

Под неусыпным и строгим контролем государства остались только оборонная и космическая промышленность. И что бы там ни говорили поклонники либерализации рынка, именно это сохранило нам суверенитет. Кстати, именно эта продукция и пользуется уважением на внешних рынках. Именно в этих отраслях Россия и сохранила мировое лидерство. Оружие и ракетные двигатели мы делаем лучше всех в мире. Даже американцы так не могут – у нас покупают.

### Советское качество

Индустриализация всей страны была приоритетом номер один. О производительности труда думали тоже в первую очередь. Её старательно повышали лучшие умы, над ней работали целые институты. Сейчас это называется «менеджмент управления качеством». В Советском Союзе это называлось Госпланом. До совершенства и максимальной эффективности доводилось всё: инструмент и последовательность рабочих ходов человека. Продукция в обязательном порядке стандартизировалась. За соблюдением качества следили госорганы. Обнаружив брак, инспектор гослаборатории мог снять с производства всю партию, цех закрыть, а руководителя предприятия лишит должности. Вот именно с этим и начала бороться либеральная экономика после развала Советского Союза.

### Западное качество

Сегодня системы контроля качества и оборота продукции на мировых рынках – это сложный механизм, упакованный в невероятное количество нормативных актов, традиций, систем и уполномоченных органов. Есть международные стандарты качества и системы сертификации, есть

### КОМПЕТЕНТНО

**Сергей БОЙКО,**  
директор  
Оренбургского ЦСМ:

– Именно в современных условиях наступил момент истины для российского качества. Сегодня, после нескольких десятилетий интеграции в мировое экономическое пространство, после либерализации рыночных процессов, у отечественного производителя есть шанс понять очень простую истину: качество – это суверенитет государства. В старой советской школе метрология, стандартизация, сертификация рассматривались как методы обеспечения качества. Когда либеральная рыночная экономика начала борьбу с «барьерами» и контролем, метрологов на предприятиях сокращали чуть ли не в первую очередь. В результате сегодня мы наблюдаем печальную картину: инженерная школа утрачена, российская продукция на мировых рынках не нужна. Более того, приоритетом стал маркетинг, а вовсе не высокие стандарты качества продукции. Бизнес продаёт красивый фантик, а не вкусные конфеты. И это при том, что в России сегодня созданы все законодательные механизмы и условия для того, чтобы делать хорошо. Никто не мешает. Есть возможность работать по международным стандартам, доступны любые системы организации производства – весь мировой опыт к услугам. Но бизнес этим редко пользуется. Нет понимания момента. И качество превратилось в гибридную войну между потребителем и производителем. Бизнес не понимает, что пора вкладывать физические ресурсы в конкретную продукцию, а не в рекламную кампанию. В этом году вступил в силу закон о стандартизации. Хочется надеяться, что это изменит ситуацию.



национальные стандарты. Хочешь продавать свою продукцию на внешних рынках – получи сертификат соответствия.

Для отечественного производителя это оказалось очень трудно. Пока интегрировались в западные модели экономики, растеряли традиции инженерных школ и отечественные традиции качества. А там, на Западе, без этого никуда.

Впрочем, и западное не всегда самое хорошее. Недавно, например, на наш российский рынок не допустили электрооборудование австрийского производства. Эксперт органа по сертификации ездил на австрийский завод-производитель, взял образец продукции, привёз в лабораторию. Выяснилось, что по электромагнитной совместимости продукция не прошла. Сертификат не выдали, защитили сограждан от недоброкачественного изделия.

Кстати, эксперт был наш, оренбургский. Орган по сертификации входит в структуру Государственного регионального Центра стандартизации, метрологии и испытаний, который в свою очередь является инфраструктурным подразделением Росстандарта. Именно эти специалисты стоят на страже нашей с вами потребительской безопасности и делают всё возможное в рамках законодательства, чтобы российский бизнес мог не только эффективно работать, но и повышать качество продукции.

Светлана СЕРГЕЕВА

### ИСТОРИЧЕСКИЕ ФАКТЫ

**За нарушение стандартов качества Пётр I провинившимся боярам и промышленникам вешал на шею 16-килограммовую гирию и заставлял с ней ходить. В 1937 году по решению Иосифа Сталина в Оренбурге был расстрелян руководитель Гослаборатории качества за то, что пропустил брак на производстве.**