



Тартуский государственный университет

Институт экономики Академии наук

Эстонской ССР

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА
ПРОДУКЦИИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тарту - 1972

Тартуский государственный университет

(кафедра политической экономики
и лаборатория социологии)

Институт экономики Академии наук
Эстонской ССР

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тезисы докладов республиканского
научного симпозиума, посвященного 50-летию
образования СССР

Тарту - 1972

УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ — ФАКТОР РОСТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

А. Я б л о н с к и с

Вильнюсский государственный университет
им. В. Капсукаса

Мощное развитие экономики советских республик за последнее десятилетие сопровождалось расширением и усложнением между ними хозяйственных связей, обусловленным ростом специализации и кооперирования производства, территориальным разделением труда. Наряду со значительным количественным ростом в межреспубликанских хозяйственных связях произошли глубокие качественные изменения. Все больше возрастает доля промышленной и сельскохозяйственной продукции советских республик, вывозимой за их пределы, в то же время в их производственном и личном потреблении повышается удельный вес ввозимой продукции, неуклонно расширяется номенклатура вывоза и ввоза, существенно изменяется их структура, повышается качество продукции. Эти тенденции отражают все более расширяющееся и крепнущее экономическое сотрудничество советских республик, сближение их хозяйств.

Ярким примером этому служит хозяйство Советской Литвы. Из общего объема промышленной продукции, произведенной в Литовской ССР, за пределы республики было вывезено: в 1961 г. — 33,3 процента, в 1965 г. — 39,4 процента, в 1970 г. — 43 процента.

Через внутрихозяйственные связи и при их посредстве осуществляется внутритраслевое, межотраслевое и территориальное разделение труда, происходит доведение производимых продуктов до их потребителей. В то же время через внутрихозяйственные связи потребление продуктов, требования улучшения качества оказывают свое обратное воздействие на

их производство; реализуется обратная связь производства с потреблением.

На организации межреспубликанских экономических связей отрицательно сказывались недостатки в согласовании технологии производства между разными отраслями промышленности. Продукция многих отраслей выпускалась и пока еще часто выпускается в таком виде, и такого качества, что не может быть использована предприятиями – потребителями без дополнительных затрат: недостаточная подготовленность ее для использования и дальнейшей переработки, некомплектность, необеспеченность запасными частями и деталями и т.п. Поставка материалов и сырья в таком недостаточно подготовленном виде вынуждает многие республиканские предприятия, потребляющие эту продукцию, создавать у себя специальные мастерские и цехи для доводки ее до нужных кондиций и для изготовления различного рода инструмента, запасных частей, комплектующих деталей, что чаще всего осуществляется полукустарными методами. Все это связано с большими потерями материальных ресурсов, порождает излишние затраты труда, удорожает себестоимость продукции.

При решении вопросов организации технологических связей, в их межотраслевом и территориальном разрезе, в каждом отдельном случае должно обоснованно определяться, в каком виде поставщики обязаны выпускать свою продукцию, кто должен доводить ее до нужных кондиций с точки зрения ее использования и дальнейшей переработки – сами поставщики или предприятия – потребители. Формирование рациональных, экономически обоснованных межотраслевых и территориальных технологических связей **выступает** сейчас как необходимое и очень важное условие снижения материальных и трудовых затрат, ускорения технического прогресса и повышения качества продукции.

Как было отмечено на XXIV съезде КПСС, при решении вопросов организации хозяйственных взаимоотношений между предприятиями, поставщиками и предприятиями – потребителя-

ми главным принципом, наряду с заботой о повышении эффективности производства, должно быть возможно более полное удовлетворение запросов и нужд потребителей. Эти взаимоотношения нужно организовать таким образом, чтобы поставщики были материально заинтересованы в совершенствовании производства, снижении себестоимости и повышении качества выпускаемых изделий не только у себя, но и у потребителей их продукции. Этот принцип вытекает из самой сущности социалистического производства, объективной целью которого является наиболее полное удовлетворение общественных потребностей.

Органы материально-технического снабжения на местах призваны добиваться, чтобы поставщики поставляли потребителям сырье, материалы, полуфабрикаты и т.д. в строго установленном ассортименте и в наиболее подготовленном для дальнейшей переработки виде.

Директивы указывают на необходимость определения планов производства товаров для населения на основе хозяйственных договоров, заключенных между производителями этих товаров и торгующими организациями. В них поставлена задача дальнейшего улучшения оптовых цен на промышленную продукцию, повышения их роли как мощного рычага экономического управления в руках социалистического государства, в стимулировании технического прогресса и улучшении качества продукции.

Намеченная XXIV съездом КПСС перестройка структуры общественного производства, значительное расширение производства промышленных товаров массового спроса и повышение их качества, являются стержневыми проблемами текущей пятилетки.

Наша хозяйственная практика дает много примеров того, когда эффект от осуществления мероприятий по расширению промышленного и сельскохозяйственного производства значительно снижается и даже сводится на нет из-за недостатков в качестве продукции. Поэтому проблемы улучшения качества продукции приобретают особое значение для роста экономических связей. То, что Советская Литва в последние четыре

года получила "Знак качества" на 120 промышленных изделий, явилось залогом бурного роста экономических связей не только с советскими республиками, но и с зарубежными странами.

О ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ ПРИ СОЦИАЛИЗМЕ

Г. Р е к к е р

Тартуский государственный университет

1. Учение К.Маркса о товарном производстве и товаре, включающее теорию трудовой стоимости, дает ключ к пониманию значения потребительной стоимости в различных социально-экономических формациях. К.Маркс называл потребительной стоимостью или материальным благом вещь, обладающую полезными свойствами.

При капитализме потребительная стоимость товара как вещественный носитель меновой стоимости является необходимым условием реализации прибавочной стоимости. При социализме потребительная стоимость связана с целью социалистического производства, с удовлетворением общественных потребностей, с повышением уровня жизни народа. Социалистические производственные отношения повышают значение потребительной стоимости товара. Однако это не означает переоценку товарно-денежных отношений при социализме, как полагают некоторые экономисты. Но также было бы неправильно отрицание товарного производства при социализме.

2. Потребительная стоимость товара как совокупность количественных и качественных показателей выступает при социализме как общественная потребительная стоимость. Общественная потребительная стоимость выражает народнохозяйственную полезность продукции, созданную в условиях планомерного развития общества.

Здесь отражается существующий уровень развития производительности труда и производительных сил общества.

Общественная потребительная стоимость связана с качеством продукции. Однако эти понятия не идентичны. Качество продукции — это степень удовлетворения конкретной потребности в соответствующих условиях ее потребления.

3. При социализме, в современных условиях, производство общественной потребительной стоимости происходит в условиях развивающейся научно-технической революции. На XXIV съезде КПСС подчеркивалась необходимость исторического значения - органически соединить результаты научно-технической революции с преимуществами социалистической системы хозяйства. Производство общественной потребительной стоимости требует повышения эффективности производства, совершенствования отраслевых пропорций. Поэтому при оценке работы предприятий необходимо обращать внимание на такие показатели, как производительность труда, рациональное использование капиталовложений и трудовых ресурсов, качество продукции, выполнение плана производства новых изделий, материалоемкость, фондоотдача и т.д.

4. Главным народнохозяйственным критерием общественной потребительной стоимости является жизненный уровень народа.

Полезность отражается через сферу производства, а также через сферу потребления. Здесь может возникать неантагонистическое противоречие между производством и потреблением. Это противоречие отражает в ряде случаев существующее противоречие отдельного предприятия (значение меновой стоимости для предприятия) и общества в целом (значение для общества потребительной стоимости товара). Отсюда приобретает важное значение развитие функционирующей согласованной комплексной системы народного хозяйства.

5. Потребительная стоимость товара существует в неразрывной связи со стоимостью товара. Стоимость товара в товарной продукции отражается через механизм цен. К.Маркс подчеркивал, что "предположение, что товары различных сфер производства продаются по их стоимости, означает, конечно, лишь то, что их стоимость является центром тяготения, вокруг которого выражаются их цены..."¹

При установлении цен нужно учитывать затраты труда, спрос и предложение, а также потребительную стоимость товара и качество продукции.

¹ К.Маркс. Капитал, т.3, стр.185

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

Х. М е т с а

Тартуский государственный университет

XXIV съезд КНСС поставил задачу повышения эффективности производства в промышленности по следующим основным направлениям: во-первых, снижение материалоемкости, экономия сырья и материалов; во-вторых, более рациональное использование трудовых ресурсов, снижение живого труда в затратах производства, в первую очередь, за счет сокращения ручного и тяжелого физического труда; в-третьих, существенное повышение качества производимой продукции.

Современный научно-технический прогресс создает предпосылки для снижения материалоемкости в следующих направлениях: 1) замена существующих и используемых в производстве природных и синтетических материалов новыми более эффективными, синтетическими материалами; 2) более глубокая переработка и интенсивное использование сырья, улучшение его качества, сокращение отходов путем использования новых технологических способов обработки, а также применения больше живого труда; 3) уменьшение веса и габаритов изделий на основе новых конструкторских решений.

Более тридцати процентов занятых в промышленности рабочих работают еще вручную. В первой половине 1971 года на Тартуском кожевенно-обувном комбинате работали вручную 53 процента рабочих, на Тартуской гребеночной фабрике - 45,5 процента, на Приборостроительном заводе - 27,2 процента, на швейной фабрике "Сангар" - 31 процент и т.д.

Повышение производительности живого труда уже использующих технику и работающих вручную людей предполагает создание и использование новых и более эффективных средств труда. Это означает, что качественные изменения в компонентах производства, интенсивное развитие и повы-

нение эффективности производства зависят от совершенствования существующих, создания и использования новых потребительных стоимостей, от развития качества средств производства. Эффективное развитие новой техники и технологии создает также условия для роста фондоотдачи.

Цель нашего развития — создание коммунистического общества. Для этого надо постепенно создавать условия полного развития и использования всех духовных и физических способностей людей. Социалистическое общество создает здоровую, рациональную и эффективную структуру потребления. В этом деле первое место принадлежит материальному производству и качеству производимых изделий.

Это означает, что совершенствование и повышение качества продукции является "основой основ" роста эффективности производства и создания рациональной структуры потребления населения.

Так как качество средств производства определяет производительность живого и овеществленного труда в процессе производства, качество предметов потребления определяет бытие человека, его благосостояние, настроение, социальное развитие общества, наши усилия в повышении и совершенствовании уровня качества производимой продукции и затраты общества для этой цели должны быть оценены именно с точки зрения потребления.

Общество должно отдавать признание и предпочтение тем усилиям и затратам, которые дадут больший суммарный производственный и потребительский эффект в развитии общества.

К.Маркс указывал: "Вещь не может быть стоимостью, не будучи предметом потребления. Если она бесполезна, то и затраченный на нее труд бесполезен, не считается за труд и потому не образует никакой стоимости."¹

Продукция с повышенным качеством и с повышенной сложностью, как правило, имеет и повышенные затраты. "Но если

1. К.Маркс и Ф.Энгельс. Сочинения, т.23, стр.49.

повышенная сложность не находит общественного признания со стороны потребителей, или если такая продукция используется аналогично изделию меньшей сложности, то эта дополнительная часть труда оказывается для общества ненужной, излишней"¹.

На основе вышесказанного можно вывести следующую связь между затратами труда и уровнем удовлетворения соответствующей потребности.

Таблица I

Затраты и эффект	
Затраты производства и потребления	Уровень удовлетворения данной потребности
1) _____	_____
2) _____	_____
3) _____	_____

Предположим, что мы имеем дело с затратами и результатами затрат в 3 вариантах, причем фактические затраты всех вариантов по размеру одинаковы. В результате использования современных достижений науки и техники третий вариант затрат обеспечивает втрое выше и второй вариант вдвое выше уровень удовлетворения данной потребности, чем первый, т.е. производительность затрат соответственно в три и два раза выше.

Поэтому общество в качестве потребителя может полностью признать затраты третьего варианта. Затраты первого варианта общество правомерно признать в размере одной трети и второго варианта в размере двух третей.

Такой хозяйственной политике в современном развитом социалистическом обществе способствуют следующие обстоятельства: во-первых, быстрое развитие научно-технического

¹ Д.С.Львов. Основы экономической оценки качества продукции (Методологический аспект проблемы). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. М., 1969, стр.8. Сохраняется в Гос.библ.СССР им.В.И.Ленина.

прогресса и преобладание интенсивных форм развития народного хозяйства; во-вторых, социально-политические преимущества социалистической системы хозяйства перед капиталистической, которые способствуют быстрому интенсивному развитию социалистического хозяйства; в-третьих, возможности оптимизации уровня качества продукции, в том числе, с учетом условий потребления.

Учету условий потребления должно принадлежать перво-степенное место в оптимизации уровня качества. Это вытекает уже из общепризнанного определения качества продукции, где под качеством продукции следует понимать "степень удовлетворения конкретной потребности в фиксированных условиях ее потребления"¹.

Все это предполагает, чтобы предприятия-производители при изготовлении продукции и в определении ассортимента (номенклатуры) ориентировались на условия потребления, на нужды, вкусы и спрос потребителей. Проведенный анализ на 13 предприятиях Министерства легкой промышленности (на основе социологического опроса) показывает, что только 55,75 процентов опрошенных инженерно-технических и руководящих работников считает качество продукции своего предприятия хорошим, если продукция соответствует вкусам и спросу потребителей; только 44,83 процента опрошенных и членов их семей потребляет продукцию своего предприятия с удовлет-
вием (подробнее см. тезисы В.Пездимаа на тему "Об оценке качества продукции своего предприятия инженерно-техническим и руководящим персоналом"), 45,72 процента опрошенных придерживаются мнения, что не существует оптимального уровня качества (12,09 процента опрошенных не смогли ответить на этот вопрос.).

Материальное стимулирование качества продукции в форме цен товаров и зарплаты работников предприятий не соответствует современным требованиям (см.подробнее тезисы Ю.Крафта

¹ Экономические проблемы повышения качества промышленной продукции. Изд. "Наука", М., 1969, стр.13.

на тему "О моральном и материальном стимулировании качества продукции").

Результаты опроса показывают, что работники предприятий не в полной мере готовы ориентироваться в изготовлении продукции на условия потребления. Существованию такого положения способствует, во-первых, напряженный баланс трудовых ресурсов, дефицит рабочей силы в республике, во-вторых, определенное несоответствие активной части спроса и предложения.

Для крутого поворота производства в сторону потребления с учетом всех нюансов в структуре спроса необходимо, во-первых, нашим плановым органам быстрее реализовать следующие директивы партии и правительства последних лет: обеспечить растущий платежеспособный спрос населения продовольственными и промышленными товарами, а также услугами; производство товаров народного потребления должно расти более высокими темпами, чем денежные доходы советских людей¹; ликвидировать дефицит рабочей силы путем реализации постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР по распространению и всеобщему использованию опыта Щекинского химического комбината.

Во-вторых, нужно на уровне ведомств и предприятий в рамках реализации программы об улучшении экономического образования трудящихся выделить определенное место проблемам экономики и эффективности развития качества; в практике морального и материального стимулирования развития качества необходимо установить соответствующие конкретным требованиям развития качества отдельных отраслей производства размеры в общих объемах фондов стимулирования действия людей.

Для определения соответствия производимой продукции структуре спроса, эффективности его использования, для установления обоснованных размеров стимулов обеспечения и развития качества необходимо использовать разные методы изучения и анализа, среди них не на последнем месте

¹ Л.И.Брежнев. Отчетный доклад Центрального Комитета КПСС XXIV съезду Коммунистической Партии Советского Союза. М., 1971, стр.54.

находится социологический. Социологический метод изучения потребления способен дать информацию тройного рода: социально-экономическую, товароведческую и социально-психологическую¹, причем первая должна содержать не только сведения о тенденциях развития покупательского спроса и степени воздействия на него основных факторов потребления, но и сведения о влиянии качества используемой продукции на характер и социальное развитие производственного и личного потребления.

¹ А. А. Колесов. Социологические аспекты изучения рынка. Организация и методы изучения спроса. М., 1971, стр. 292.

КАЧЕСТВО КАК ОТНОШЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Н.С. Перекалина
Московский технологический институт
легкой промышленности

1. От правильной разработки проблемы общественной полезности зависит выяснение социально-экономической сущности таких экономических категорий социализма, как качество и спрос и управление ими.

Под общественной полезностью следует понимать способность потребительной стоимости продукта труда вызывать потребность в любой вещи, формировать потребность, обеспечивающую всестороннее развитие личности и общества при социализме. Общественная полезность и потребительная стоимость — идентичные понятия.

2. Количественными и качественными характеристиками общественной полезности выступают при социализме качество и спрос.

Отсюда вытекает необходимость рассмотрения качества как формы отношений производства и потребления, присущей условиям массового производства и массового потребления. При этом рассматривается обратное влияние потребления на производство в виде показателей потребительских свойств товаров и специальной системы потребительских оценок.

3. Исследования, проведенные Московским технологическим институтом легкой промышленности на головном предприятии "Парижская Коммуна" Московской обувной фирмы "Заря", имели своей целью создание на этих теоретических принципах системы управления качеством. Эта система состоит из конкретной совокупности элементов, связанных друг с другом, соподчиненных между собой и образующих определен-

ное единство. Она включает в себя следующие элементы:
оценка параметров качества создаваемой модели обуви от стола художника-модельера до стадии внедрения в производство;

анализ параметров качества полуфабрикатов, основных и вспомогательных материалов и химикатов на "входе", т.е. до запуска их в производство;

анализ качества производственных и трудовых процессов при прохождении данной модели через подготовительные цехи;

анализ качества производственных и трудовых процессов при сборке заготовки;

анализ качества производственных и трудовых операций при сборке и отделке обуви;

лабораторные испытания готовой обуви для оценки свойств обуви при носке;

балльная оценка готовой обуви и сравнение с имеющимися образцами;

потребительская оценка и выявление реализационных свойств обуви в процессе продажи ее через фирменный магазин;

окончательная потребительская оценка обуви с учетом отзывов потребителей о ее носке;

установление обратных связей между потребительской оценкой основных параметров качества и работой звеньев производства, непосредственно участвовавших в их формировании;

система материального и морального стимулирования качества;

выявление внутрипроизводственных резервов повышения качества;

Каждое из звеньев системы представляет собою комплекс взаимосвязанных организационных, экономических и технологических мероприятий. Количественный анализ факторов и условий производства, оказывающих существенное влияние на формирование основных параметров качества обуви, про-

водился с помощью методов математической статистики. Расчеты проводились на ЭВМ "Наири". Для анализа качества трудовых и производственных операций при прохождении модели через подготовительные цехи и цех сборки готовой обуви был использован метод статистического контроля. Для выявления степени тесноты связи между отдельными параметрами качества применялся метод корреляционного анализа, а для потребительской оценки готовой обуви и анализа факторов, влияющих на ее образование - метод социологических исследований.

Результаты полученных исследований были доложены на Совете директоров производственного объединения "Заря". Предложенные МТИЛПом рекомендации одобрены и приняты к внедрению. Ориентировочный экономический эффект, определенный фирмой - 200 тысяч рублей в год.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ ПРИ СОЦИАЛИЗМЕ

И. Л а р и н

Тартуский государственный университет

Проблемы качества продукции могут успешно решаться лишь на основе правильного методологического подхода к оценке общественной потребительной стоимости, являясь залогом формирования нужной обществу структуры материальных потребностей и нацеливания общественного производства на изготовление необходимой обществу продукции. В основе марксистской методологии исследования экономических явлений лежит метод абстракции, позволяющий определять место того или иного экономического явления в динамической системе производственных отношений.

Подход к решению практических задач, связанных с потребительной стоимостью и качеством продукции, во многом определяется уровнем абстрагирования, что не всегда учитывается в экономической теории, а, следовательно, и в хозяйственной практике на различных уровнях управления. Абстракции обладают различными уровнями (плоскостями), которым присущи или различные экономические категории, или экономические категории, принимающие модифицированную форму.

Наиболее высокие уровни абстрагирования, имеющие отправное методологическое значение для раскрытия сущности того или иного экономического явления (например, "стоимость - это овеществленный в товаре труд") не позволяют, однако, решать практические хозяйственные задачи. Решение последних как раз и требует перехода с наиболее высоких уровней абстрагирования на более низкий уровень, где абстракции принимают более "конкретную" форму, приближенную

к реальной действительности и имеющую уже прикладное назначение. На этих уровнях то или иное экономическое явление (категория) находится под воздействием многих других экономических явлений. Тем самым усложняется решение той или иной экономической задачи, и, в частности, требующей отражения различных экономических интересов, их сочетания. Это относится в полной мере и к общественной потребительной стоимости и общественно необходимым затратам труда, лежащим в основе стоимости и цены товара.

Потребительная стоимость в условиях социализма получает свое предварительное общественное признание уже на стадии планирования. Однако окончательное общественное признание, та или иная потребительная стоимость как в качественном, так и в количественном выражении принимает форму общественной потребительной стоимости лишь в сфере реализации с учетом потребностей общества, сложившихся ко времени ее реализации. Именно на данном уровне со стороны непосредственных потребителей находит окончательное признание (или непризнание) потребительная стоимость.

На уровне реализации в сфере товарного обращения проявляет себя и то противоречие, которое имеет место между потребительной стоимостью и стоимостью. Последнее носит многофакторный характер, познание которых позволяет улучшить планирование продукции, избегать излишних общественных издержек на производство и реализацию товаров.

Противоречие между потребительной стоимостью и стоимостью обусловлено в основном товарно-денежными отношениями, исключающими непосредственный учет затрат труда в единицах рабочего времени и прямое распределение продукции между потребителями. Тем самым планомерная реализация продукции при социализме опосредствована товарным обращением.

К причинам противоречия следует отнести также: спрос потребителей, выступающий в форме динамической структуры потребностей общества (виды продукции и скорость ее об-

новления, уровень ее качества, ассортимент и пр.), уровень насыщенности конкретной потребности в той или иной потребительной стоимости; сложившийся уровень потребления; недостаточный уровень согласованности различных экономических интересов, выражающийся в основном в недостаточной экономической обоснованности цен; степень развития внешней торговли и т.д.

Реакция со стороны непосредственных потребителей — это барометр, который определяет насколько планирование производства отражает реальные потребности общества. Степень уравнивания спроса и предложения товаров определяет также эффективность общественного производства, оптимизацию использования ресурсов общества.

В реальной действительности производство и потребление существуют не вообще, а принимают определенные конкретные формы; характеризуются количественной и качественной определенностью. Структура материальных потребностей общества многогранна и складывается из отдельных потребительных стоимостей, набор которых **должно** обеспечивать производство. Отклонение производства в ту или другую сторону от потребностей общества сказывается на степени признания издержек производства. Это дает основание утверждать, что общественно необходимые затраты, определяющие стоимость и уровень цен, находятся под непосредственным воздействием также потребностей общества. Ф.Энгельс писал: "Абстрактная стоимость и ее определение посредством издержек производства является именно лишь абстракциями, нереальностями"¹. И далее он указывает: "Стоимость есть отношение издержек производства к полезности. Ближайшее применение стоимости имеет место при решении вопроса о том, следует ли вообще производить данную вещь, т.е. покрывает ли ее полезность издержки производства. Лишь после этого

¹ К.Маркс и Ф.Энгельс. Соч., т.1, стр.5>2.

может идти речь о применении стоимости для обмена¹.

Высказывание Ф.Энгельса, приближенное к реальной жизни, следует, видимо, относить как по отношению к отдельным потребительным стоимостям, так и ко всем общественным потребительным стоимостям, составляющим на каждом данном этапе развития общества вполне определенную структуру его потребностей.

Тем самым, по существу, рабочее время необходимое по условиям производства должно равняться рабочему времени, необходимому по условиям потребления. Это равенство и будет определять размер общественно необходимых затрат, критерием которых является не экономия сама по себе, а результативность удовлетворения потребностей общества.

¹ К.Маркс и Ф.Энгельс. Соч., т. I, стр. 552-553

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

М. М и л ь я н

Тартуский государственный университет

1. Учет качества продукции особенно важен в современный период, когда рост удовлетворения потребностей за счет экстенсивных факторов в значительной мере уже исчерпан и повышение эффективности общественного производства приобретает решающее значение.

Одним из важнейших критериев оценки оптимальности уровня качества продукции является потребление, поскольку полезность вещи проявляется только в потреблении.

2. Требования, предъявляемые к качеству продовольственных товаров, вытекают, в основном, из конкретного назначения этих товаров. Однако существует ряд общих требований для всех продуктов питания, а именно: необходимые вкусовые качества (аромат, свежесть, питательность и т.п.).

3. Уровень потребления основных продовольственных продуктов в Эстонской ССР значительно выше среднего уровня по Советскому Союзу в целом, о чем свидетельствуют следующие данные (потребление в 1970 г. на душу населения в кг/:

	ЭССР	СССР
Мясо и мясопродукты в пересчете на мясо	73	48
Молоко и молочные продукты в пересчете на молоко	420	307
Рыба и рыбопродукты	29,5	15,4
картофель	151	130
Яйца - шт	241	159

I По данным ЦСУ СССР

Достигнутый уровень и структура потребления продуктов питания в Эстонской ССР не могут быть признаны оптимальными, так как в питании населения недостаточно животных белков, не всегда обеспечена разнообразность продуктов питания, их высокие вкусовые свойства.

4. Повышение качества сельскохозяйственной продукции является одним из главных путей оптимизации уровня и структуры потребления продовольственных товаров. Однако действующие закупочные цены в определенной степени не всегда стимулируют производство высококачественных продуктов и их рациональное использование, так как не учитывается в полной мере потребительная стоимость этих продуктов. Например, закупочные цены на картофель недостаточно учитывают его вкусовые свойства; в основу цен на молоко положено содержание в нем жира, а содержания других составных пищевых компонентов не учитывается; закупочные цены на зерновые культуры не дифференцированы в зависимости от содержания белков; цены по видам мяса недостаточно учитывают их потребительную стоимость и т.п.

5. Общество должно влиять на субъективные потребительские вкусы и активно помогать формированию рациональной и здоровой структуры спроса и потребления.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ И ВОПРОСЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

М.В. Федоров

Всесоюзный научно-исследовательский
институт технической эстетики

1. Промышленность должна обеспечить выпуск высококачественных товаров народного потребления в разнообразном ассортименте, чтобы покрыть покупательский спрос и удовлетворить растущие потребности населения. Промышленность имеет значительные резервы для увеличения выпуска потребительских товаров. Однако основной вопрос, который при этом возникает и на который не могут ответить ни промышленность, ни торговля — какие новые виды товаров и в каком ассортименте надо выпускать, чтобы оптимальным образом удовлетворить потребности населения.

2. Основной принцип, которым при этом следует руководствоваться, состоит в том, что наивысшая эффективность общественного производства может быть достигнута лишь при сочетании разнородных потребительных стоимостей, что связано с отысканием оптимального ассортимента изделий и соизмерением их общественных полезностей. При этом структура производственной товарной продукции должна соответствовать количественно определенной общественной потребности в каждом особом продукте, а следовательно, общественный труд в производстве должен распределяться пропорционально структуре общественных потребностей в продуктах различного назначения и вида.

3. Прогноз ассортимента изделий связан, с одной стороны, с анализом структуры и ценности потребительных стоимостей (полезности, удобства и красоты промышленных изделий), а с другой, — с необходимостью фиксации формы

и структуры изделий, их важнейших морфологических характеристик. Отсюда необходимость использования специальных методов прогнозирования – метода проектных прогнозов.

4. Проектный прогноз типового ассортимента опирается на научный анализ связей, существующих между предметно-типологическими и стоимостными характеристиками проектируемых комплексов изделий. Проектировщик-прогнозист должен превратить количественно-стоимостные характеристики, определяющие рост материального благосостояния народа, в качественно-типологические показатели, соответствующие новым формам и возможностям организации функционально-потребительских процессов. Чтобы осуществить проектный прогноз, проектировщику необходимо:

- а) перейти от стоимостных показателей объемов производства к их натуральному выражению;
- б) проанализировать, могут ли быть и каким образом организованы с помощью наборов выпускаемых изделий целостные комплексы предметной среды;
- в) разработать различные варианты организации предметной среды;
- г) установить на основе осуществленного выбора оптимальную номенклатуру и ассортимент изделий, предлагаемых для производства.

5. На основе типового оптимального ассортимента, разработанного с помощью проектных прогнозов, промышленность получает задания на выпуск конкретных видов изделий и разрабатывает их проекты с учетом технологии производства. При этом производство продукции будет строго следовать ассортименту и типу, заданному межотраслевым проектом организации предметной среды. В конце процесса возникает результат, первоначально заложенный в проекте, созданном с учетом структуры общественных потребностей.

6. В создании проектов предметной среды и в выработке критериев оценки состоит главная задача проектных прогнозов формирования оптимального ассортимента

и потребительских свойств промышленных изделий. На основе проектных прогнозов должна проводиться оценка качества как выпускаемых изделий, так и новых образцов. Оценка современного состояния ассортимента и качества промышленных изделий, осуществляемая "из будущего", то есть с позиций завтрашнего дня и будущего потребителя, является одним из важных принципов проектного прогнозирования.

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Р. Ристлаан
Институт экономики АН ЭССР

1. Бытовое обслуживание населения является специфической отраслью народного хозяйства, с помощью которой общество удовлетворяет определенные материальные потребности членов общества.

Наряду с этим бытовое обслуживание выполняет в социальном обществе и важнейшую социальную функцию — вместе с другими отраслями сферы обслуживания оно содействует устранению имеющихся социально-экономических и культурно-бытовых различий между отдельными социальными группами населения. С помощью бытового обслуживания в основном осуществляется обобществление быта людей путем замены домашнего хозяйства общественными формами труда, что содействует ликвидации остатков фактического неравенства женщин и уменьшению различий в устройстве быта городского и сельского населения.

На особую важность ликвидации в процессе строительства коммунистического общества этих двух видов социального неравенства неоднократно указывали классики марксизма-ленинизма.

2. В отличие от таких родов деятельности сферы обслуживания, как торговля, транспорт, коммунальное хозяйство и т.п., бытовое обслуживание обеспечивает стирание элементов социального неравенства не только посредством созданной системы предложения общественно нивелированных услуг всем членам общества. (Например, системой городского транспорта могут пользоваться все члены общества только в определенных рамках, которые детерминируются не по

их индивидуальным запросам, а самой существующей системой городского транспорта). В дополнение к созданию системы предложения услуг (сеть предприятий бытового обслуживания) бытовое обслуживание должно приспосабливаться к выполнению всех заказов населения, должно предоставлять ему индивидуально дифференцированные бытовые услуги. Отличительной особенностью бытовых услуг является их направленность на удовлетворение индивидуальных потребностей населения, носящих бытовой характер.

3. Социальную эффективность сферы обслуживания в целом или одной его части - сферы потребительских услуг - нельзя характеризовать только ординарными показателями, хотя самым общим показателем является экономия внерабочего времени населения, достигаемая благодаря работе сферы обслуживания. В свою очередь, экономия внерабочего времени зависит как от существующей системы обслуживания, так и от организации работы в самой системе: т.е. эта экономия зависит от количественных и качественных сторон сферы обслуживания.

Социальная эффективность работы сферы обслуживания зависит также от достигнутого уровня жизни, от реальных доходов населения, от уровня развития сферы материального производства и от целого ряда других компонентов. Одним из них является также желание людей пользоваться услугами сферы обслуживания. Этот компонент особенно важен для бытовых услуг, ибо они призваны заменить ту часть домашних работ, которые в принципе можно выполнить путем самообслуживания.

Поэтому качественные стороны бытового обслуживания имеют особую важность при определении социальной эффективности этой отрасли народного хозяйства.

4. Качество бытового обслуживания характеризуется рядом компонентов. Главными из них являются:

а) технические стороны овеществленных потребительных стоимостей, созданных в системе бытового обслуживания;

б) степень удовлетворения индивидуального потребителя потребительной стоимостью бытовой услуги (деятельностью создателя потребительной стоимости вещи помимо ее создания);

в) степень удовлетворения суммированного индивидуального потребителя системой бытового обслуживания в данном населенном пункте;

г) затраты вне рабочего времени потребителей бытового обслуживания.

Все эти компоненты по-разному влияют на социальную эффективность бытового обслуживания.

5. Улучшение технических сторон новой продукции, созданной в системе бытового обслуживания, увеличивает фонд потребления общества и тем самым содействует улучшению социального развития общества. Улучшение технических сторон восстановления потребительных стоимостей, уже бывших в процессе потребления (ремонт), экономит общественный труд как в сфере материального производства, так и в сфере домашнего хозяйства, улучшая таким образом распределение бюджета времени населения.

Во многих видах бытового обслуживания улучшение технических сторон резко влияет на желание населения пользоваться бытовыми услугами (например, стирка белья в прачечных бытового обслуживания становится приемлемой для потребителя только тогда, когда качество выстиранного белья не уступает домашней стирке).

6. Повышение степени удовлетворения индивидуального потребителя бытовыми услугами влияет в первую очередь на желание населения пользоваться ими: низкая культура обслуживания, невыполнение индивидуально дифференцированных запросов населения вынуждает потребителей либо выполнять эти работы путем самообслуживания в домашних условиях, либо пользоваться услугами других сфер обслуживания (например, торговли), либо, наконец, прибегать к услугам частного сектора.

7. Повышение степени удовлетворения суммированного индивидуального потребителя со стороны системы оказания бытовых услуг в данном населенном пункте или районе играет основную роль в стирании различий в социальном положении населения в городах и на селе, в разных экономических районах страны, в разных населенных пунктах. От развития системы бытового обслуживания с точки зрения материально-технической оснащенности пунктов обслуживания существенно зависит желание населения пользоваться бытовыми услугами. Возможность выбора между однотипными исполнителями бытовых услуг влияет не реальность выполнения индивидуально дифференцированных запросов населения, что в свою очередь обуславливает спрос на бытовые услуги, желание пользоваться ими.

8. Уменьшение затрат вне рабочего времени потребителей бытовых услуг оказывает самое прямое влияние на социальную эффективность бытового обслуживания — бытовое обслуживание имеет социальную ценность только тогда, когда затраты вне рабочего времени при использовании бытовых услуг меньше, чем при домашнем самообслуживании. На социальную эффективность бытового обслуживания существенно влияют и косвенные затраты времени потребителей, выражающиеся в сроках исполнения принятых заказов на бытовые услуги.

9. Таким образом, социальная эффективность бытового обслуживания не может быть оценена только количественными показателями (в первую очередь объемом оказанных услуг на душу населения), а должно быть учтено и качество бытового обслуживания, исходя по меньшей мере из четырех вышеуказанных аспектов.

При существующем положении, когда первоочередные нужды населения Эстонской ССР на бытовые услуги в какой-то степени удовлетворены, повышение качества оказываемых бытовых услуг начинает играть все возрастающую роль при определении социального эффекта работы системы бытового обслуживания.

О СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМАХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОВ

А. А р р а к

Тартуский государственный университет

1. Услуга – это особая потребительная стоимость, которая получила "... специфическое название "услуги" потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности..."¹ При перевозке пассажиров мы также имеем дело с услугой, "полезным эффектом" которой является пространственная перемена, т.е. изменение местонахождения людей в пространстве. Основной функцией пассажирских перевозок является экономия свободного времени членов общества и тем самым содействие росту их общего культурного и образовательного уровня, квалификации. Совместно с другими отраслями сферы услуг пассажирский транспорт создает условия для наиболее полного удовлетворения материальных и культурных потребностей народа. А это является целью социалистического производства.

2. Качественная доставка людей к месту работы содействует росту производительности труда, некачественная – портит у трудящихся рабочее настроение и тем самым влияет на производительность труда. Потребительная стоимость пассажирских перевозок состоит не только в перемещении человека с одной точки в другую, но также и условия этого перемещения. Скорость, точность, комфортабельность, безопасность – все эти показатели качества перевозки пассажиров существенно влияют на потребительную стоимость перевозок. Так как продукт пассажирских перевозок идет в индивидуальное потребление, то получение надежной информации об истинных запросах пассажиров вызывает необходимость проведения специального исследования на основе опроса населения. Попыткой определить нынешний уровень качества пасса-

¹ К.Маркс. Теории прибавочной стоимости,
Ч.1. Политиздат, М., 1954, стр.389

жирских перевозок является социологическое исследование, которое провела в 1971 году социологическая лаборатория ТГУ совместно с Тартуским автобусно-таксомоторным парком.

3. Скорость – важнейший показатель качества пассажирских перевозок. Рост скорости отвечает как интересам пассажиров, так и автохозяйств (снижается себестоимость). Академик Т.С.Хачатуров дал формулу для определения эффекта от ускорения пассажирских перевозок^I. Повышение эксплуатационной скорости городских автобусов в г.Тарту на 1 км/час дало бы, например, обществу экономический эффект в размере 69.000 рублей в год. Сейчас каждое транспортное предприятие само определяет скорость передвижения своих транспортных средств. Считаем необходимым выработать нормы скорости движения средств пассажирского транспорта для различных условий перевозок.

4. Точность (соблюдение графиков) движения общественного транспорта также имеет значение для сбережения свободного времени членов общества. При нерегулярном движении резко увеличивается время ожидания транспорта. По данным обследований при росте регулярности растет и пассажирооборот, а следовательно, растут при тех же затратах доходы предприятий пассажирских перевозок.

5. Комфорт как понятие пассажирских перевозок рассматривается часто слишком узко: его сводят только к использованию вместимости транспортных средств. Считаем, что при понятии комфорта мы имеем дело с суммой многих слагаемых. При рассмотрении компонентов комфорта комплексно (с точки зрения частоты встречаемости и степени беспокойства) можно эти компоненты поставить в ряд по их значению в данный момент времени. С этой целью мы ввели новый коэффициент, который назвали коэффициентом актуальности ($K_{\text{акт}}$). Повышение комфорта обслуживания пассажиров ведет обыкновенно к

^I Т.С.Хачатуров. Экономика транспорта. Изд-во АН СССР, М., 1959, стр.279.

росту расходов транспортного предприятия, что при существующих критериях оценки деятельности этих предприятий экономически невыгодно. В то же время рост качества пассажирских перевозок содействует росту производительности труда и обеспечивает более полное удовлетворение потребностей членов общества. Это противоречие между интересами общества и специфическими интересами транспортных предприятий надо, по нашему мнению, устранить.

6. В отличие от других отраслей народного хозяйства предметы труда транспорта в процессе производства (транспорта) не изменяют своей формы или агрегатного состояния. Транспортные организации должны гарантировать даже сохранность предметов труда - при погрузке и перевозке товаров с ними не должно произойти никаких изменений. Это действительно и в отношении пассажиров. При обеспечении безопасности движения общественного транспорта большое значение, наряду с объективными обстоятельствами, имеют субъективные свойства водителя. Эти свойства мы попытались анализировать с точки зрения безопасности движения во втором общем исследовании Социологической лаборатории ТГУ и Тартуского автобусно-таксомоторного парка.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ЖИЛЫХ ДОМОВ

А.А. Томсен
С.В. Смирнова

Сектор социолого-экономических исследований
НИИ экономики строительства Госстроя
СССР

В настоящее время большой интерес вызывает вопрос о возможности количественного измерения потребительной стоимости. В частности, важное значение имеет вопрос об измерении потребительной стоимости жилищ.

Социальным критерием потребительной стоимости объектов жилищного строительства является уровень комфортабельности.

Наиболее важными факторами, характеризующими комфортабельность жилищ, которые в первую очередь интересуют жильцов, являются изолированность и соотношение сторон комнат, площадь кухонь, тип санузла (совмещенный или раздельный), оборудование квартиры, ориентация, тип проветривания, наличие мусоропровода и лифта, покрытие пола, высота потолка. Эти же факторы выделяют в своих работах гигиенисты и архитекторы.

Оценка комфортабельности была произведена на основе материалов массового опроса потребителей, метода экспертных оценок, а также на стоимостном методе. Полученные результаты были синтезированы в балльной оценке комфортабельности и таким образом была разработана условная шкала для оценки комфортабельности.

Оценка уровня комфортабельности основывается на учёте общественной потребности в жилищах.

Исследование показало, что только сочетание всех методов оценки качества (стоимостного метода, метода экс-

пертных оценок и массового опроса, основывающегося на учете общественной потребности в жилищах) может дать наиболее правильные результаты.

Так, например, при использовании стоимостного метода оценка изолированности комнат в двухкомнатной квартире составляет 0,78 балла. Это означает, что проходная комната 18 м² равноценна изолированной комнате 14 м².

Однако семью из двух взрослых людей и маленького ребенка двухкомнатная квартира с проходной комнатой в основном удовлетворяет.

При увеличении числа комнат в квартире и заселении ее семьей из расчета - число членов семьи равно числу комнат, напротив, появляется необходимость в проходной комнате. И, следовательно, применительно к трех-четырёхкомнатной квартире оценка в 0,78 балла оказывается заниженной.

В этом случае для объективной оценки изолированности следует применять экспертный метод оценки и метод массового опроса.

Предлагаемый метод оценки уровня комфортабельности позволяет оценивать проект как комплексно, так и по отдельным показателям, что дает возможность при сопоставлении проекта вносить в него те или иные изменения и свое временно повышать общественную потребительную стоимость жилищ.

С помощью разработанного метода оказалось возможным сравнивать уровень комфортабельности определенного проекта с общественно необходимым уровнем комфортабельности.

Была установлена зависимость изменения уровня комфортабельности, сметной стоимости и приведенных затрат во времени; выявлена форма связи уровня комфортабельности и сметной стоимости.

Для исследования изменения уровня комфортабельности был собран и обработан материал по типовым проектам жилых домов наиболее массового жилищного строительства Москвы на период с 1960 по 1975 годы.

Расчеты выполнены с применением методов математической статистики (метод наименьших квадратов) и путем обработки данных на ЭВМ.

Исследования показали, что в определенных условиях можно пойти на некоторое увеличение стоимости, чтобы повысить качество и тем самым отдалить срок морального износа проектов массового жилищного строительства.

На основе исследований и экспериментальных расчетов, представляется возможным сформулировать следующие обобщающие выводы:

1. Для принятия решений, связанных с улучшением потребительских свойств жилищ, необходимо сопоставление качественных и стоимостных показателей типовых проектов жилых домов.

2. Полученные результаты подтверждают правильность и экономическую целесообразность решений, закладываемых в новые типовые проекты, предназначенные для массового строительства в ближайшие годы (отказ от проходных комнат, займов, совмещенных санузлов, уменьшенных кухонь).

3. На основе проведенной работы можно сделать вывод о необоснованности мнения, что показатель качества (интегральное качество) можно определить из отношения потребительской стоимости (в данном случае уровня комфортабельности) и стоимости.

Как показало исследование, уровень комфортабельности, сметная стоимость и приведенные затраты в зависимости от времени изменяются по гиперболическому закону.

ОБ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ СВОЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИМ И РУКОВОДЯЩИМ ПЕРСОНАЛОМ

В. П е э д и м а

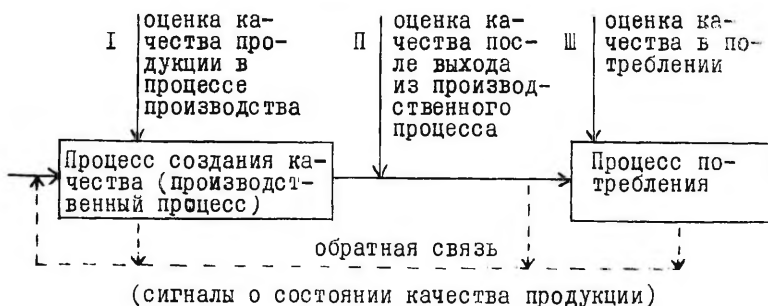
Тартуский государственный университет

1. В Директивах по плану развития народного хозяйства СССР на 1971-1975 годы указывается на необходимость расширения ассортимента и повышения качества товаров широкого потребления.

2. Важную роль в управлении качеством продукции занимают инженерно-технический и руководящий персонал предприятий. Рассматривая систему управления качеством как кибернетическую систему, можно сказать, что одним из важнейших элементов в образовании обратной связи является оценка качества продукции. Схематически эта часть системы управления качеством продукции изображена на рисунке 1.

Оценка качества продукции в системе
управления качеством продукции

Рисунок 1



3. Оценка качества продукции своего предприятия инженерно-техническим и руководящим персоналом может произойти:

- а) в процессе создания качества;
- б) после выхода продукции из процесса производства;
- в) в процессе потребления

4. В социологическом исследовании, проведенном на 13 крупных предприятиях Министерства легкой промышленности Эстонской ССР, была изучена оценка качества продукции инженерно-техническим и руководящим персоналом как после выхода продукции из производства, так и в процессе потребления.

5. На вопрос: "Как Вы оцениваете качество продукции своего предприятия по его соответствию стандартам и техническим условиям?" и на вопрос: "Как Вы оцениваете качество продукции своего предприятия по сравнению с требованиями покупателей?" соответственно были получены следующие ответы: качество "очень хорошее" - 0,6% и 1,2%, "хорошее" - 32,2% и 27,1%; "удовлетворительное" - 59,6% и 55,0%; "плохое" - 6,5% и 15,3% и "не знаю" - 1,1 и 1,4%.

Можно сделать вывод, что требования стандартов и технических условий не полностью соответствуют требованиям покупателей.

6. На несоответствие между требованиями на качество в производстве и требованиями потребителей на качество продукции легкой промышленности указывает и то, что больше половины работников потребляет неохотно продукцию своего предприятия. На вопрос "Потребляете ли Вы продукцию своего предприятия?" получены следующие ответы: "не потребляю" - 11,99%; "потребляю в тех случаях, когда других изделий нет" - 44,95%; "потребляю с удовольствием" - 43,06%.

7. Из ответов можно сделать вывод, что ИТР и руководящий персонал дают, в известной мере, отрицательную оценку качеству продукции своего предприятия. В случае, если оценка качества отрицательна, то при идеальном функционировании системы управления качеством продукции, инженерно-технический и руководящий персонал должен провести корректировку управленческих сигналов. Оказывается, что хотя на практике оценка качества и отрицательна, но корректировки не происходит, т.е. после обнаружения не-

достаточно высокого качества продолжается изготовление продукции низкого качества.

8. По нашему мнению, это можно обосновать главным образом двумя причинами:

а) отсутствие такой системы материального и морального стимулирования и ответственности на предприятиях легкой промышленности, которая систематически охватывала бы вопросы стимулирования качества продукции и принуждала бы осовременивать уровень качества;

б) низкая квалификация ИТР и слабо развитое внутреннее чувство ответственности в необходимости повышения квалификации и развития качества.

9. Преодоление этих препятствий возможно лишь путем совершенствования системы материального и морального стимулирования за качество продукции. Положительную роль в улучшении качества продукции играют и мероприятия по ликвидации дефицита рабочей силы. Необходимо всемерно требовать от ИТР и руководящего персонала повышения необходимого уровня квалификации в условиях научно-технического прогресса.

Необходимо шире использовать поощрительную силу социального соревнования в системе управления качеством.

НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ
СЕМЬИ В СОЦИАЛИСТИЧЕСКИХ СТРАНАХ В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

В. Ю с т и ц к и й

Институт истории АН Литовской ССР

1. Классики марксизма рассматривали семью как институцию, выполняющую основную роль в воспроизводстве личности. Именно здесь организуется удовлетворение большей части ее потребностей. Семья оказывает также решающее воздействие на социализацию потомства.

В ходе обоих этих процессов восстанавливается и создается способность индивида выполнять его исторически обусловленные социальные роли (производственные, общественно-политические, семейные и др.). С их изменением меняются требования к личности и, следовательно, к стилю жизни семьи.

2. Рассмотрим эту взаимосвязь в современную эпоху научно-технической революции. Особенности требований к личности в этот период по сравнению с XIX - началом XX века изучались многими исследователями (Файнбург - СССР, Р.Рихта - ЧССР, Б.Суходольский - ПНР). Основные тенденции, выделенные ими, следующие: а) усложнение многих ролей личности, в особенности производственных, и как результат - необходимость большого объема знаний, навыков, подготовки для их выполнения; б) возрастание доли интеллектуальных операций: организации, управления наладки, контроля и снижение простого исполнения в деятельности индивида; в) большой объем последствий деятельности индивида (в частности, происходящее вместе с усложнением техники и организации производства, возрастание экономической стоимости как достижений, так ошибок, допущенных им в процессе труда);

г) снижение эффективности внешнего контроля за деятельностью индивида (в частности, трудом) и его поведением в целом. Следствие этого – необходимость возрастания роли внутренних санкций (чувства долга, ответственности и т.п.) и заинтересованности в содержании, смысле деятельности (интерес к содержанию труда, например) среди мотивов личности.

3. Какие изменения в воспроизводстве личности назревают в связи с этими процессами?

а) Повышение социальной ценности личности – увеличение затрат труда, времени, денежных средств (нравственно-психологических усилий на ее воспроизводство) (Р.Рихта, Б.Стибалова). Отражение этого процесса – возрастание потребностей личности и объема ее потребления.

б) Более многостороннее воспроизводство личности, в частности увеличение доли духовного по сравнению с физическим. Отражение этого – опережающее развитие духовных, культурных потребностей.

4. Новые требования к уровню и характеру воспроизводства личности усиливают ряд уже существующих тенденций развития семьи.

а) Возрастание доли предметов и услуг, которые семья не производит сама, а покупает. Исследования потребления бытовых услуг населением Литовской ССР (2017 клиентов) показало: основное, что определяет отношение населения к большой группе услуг, в особенности к мелким и частым – напряженность бюджета времени, ощущение недостатка в нем. Последнее же связано, в первую очередь, с развитием потребности в свободном времени. С другой стороны, стремление получить изделие более высокого качества (отражение развития материальных потребностей) – основной фактор возрастания пользования более дорогими и редкими услугами.

б) Изменение структуры отношений в семье. Глубинное интервью в 182 семьях г.Вильнюса показало, что чем разно-

образнее и шире потребности членов семьи (что обычно наблюдается с ростом дохода, объема свободного времени и образования), тем труднее выработка удовлетворяющего обоих супругов стиля материального потребления, отдыха и т.д. Становится необходимой большая эффективность механизма взаимного ролевого приспособления (демократизация принятия решений, большее взаимопонимание, гибкость стиля жизни и др.).

Появляются в жизни семьи и качественно новые тенденции:

а) увеличивается значение семьи - институции, выполняющей основную роль в этом процессе;

б) традиционное и обыденное знание становится недостаточным для успешного функционирования семьи (ее "педагогизация", ее "рационализация"). Один из аспектов этого процесса - необходимость воспитания потребителя (Жилина, Фролова);

в) повышение значения воспитательной функции в жизни семьи - результат увеличения необходимого уровня подготовки подрастающего поколения. Следствие этого - обгоняющее развитие доли расходов на удовлетворение его потребностей (К.Привелов);

г) возрастание роли функции свободного времени по сравнению с организацией материального потребления в жизни семьи (результат опережающего развития культурных, духовных потребностей). Отражение этого процесса - увеличение доли расходов на проведение свободного времени в бюджете семьи (Р.Рихта).

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Ю. В о о г л а й д

Тартуский государственный университет

В современной литературе по анализу "маркетита" и потребления недостаточно внимания уделяется социальным проблемам. Проблема мотивации поведения в процессе потребления, индивидуальные и социально-психологические детерминаторы этих процессов все еще недостаточно освещены в марксистской литературе. В последнее время четко осознается необходимость создания модели взаимосвязи потребностей и потребления для социалистического общества.

Постоянное увеличение реальных доходов населения и возрастание роли общественных фондов создает возможность для увеличения потребления. Однако эта возможность может быть реализована только одновременно с изменением в структуре потребностей, т.е. необходимо возникновение потребностей и создания условий для их удовлетворения.

Важным фактором, влияющим на процессы изменения структуры потребления, является увеличение реальных доходов населения, которое дало возможность увеличить расходы на товары, пользующиеся неизменным спросом (продукты питания, одежда, обувь), и снизить их долю в общей сумме расходов, т.е. уделить больше внимания удовлетворению других, вторичных потребностей: увеличить расходы, связанные с организацией досуга, увеличить выбор потребляемых товаров, отдавая предпочтение более дорогим и более качественным, и т.д.

Данные об уровне дохода населения (и отдельных групп его) и о доле дохода, остающейся после удовлетворения насущных потребностей, еще не позволяют описать и тем более прогнозировать динамику потребления в количественном и качественном аспекте.

Достаточно дифференцированное конкретное социологическое исследование, которое прочно базируется на экономических показателях, но в котором одновременно учитываются и культурные, управленческие, индивидуальные и социально-психологические показатели может прояснить динамику этого процесса (динамику стрессовых, конфликтных ситуаций и путей их урегулирования).

В связи с изменениями в социальной структуре и социальных отношениях, происходящими в социалистическом обществе, наблюдаются изменения в динамике массового потребления. Последнее, в свою очередь, ставит вопрос о необходимости точного статистического учета этих изменений и установление единицы подсчета. Во многих экономически развитых странах за эту единицу принимается так называемая средняя семья, образ жизни которой полагается типичным для страны в целом. Однако такой подход оказывается уязвимым.

В лаборатории социологии ТГУ (в рамках выполнения научной договорной работы с ВНИИТЭ) предпринимается другая попытка - рассмотреть проблемы социального и группового потребления, исходя не из понятия "семья", а более сложного базисного, "социально-психологического образования "ДОМ", понимаемых как социально-психологическое единство человека и жилища, характеризуемое специфическим набором свойственных данному понятию характеристик.

На основании этого исследования предполагается выработать социологическую типологию "Дома", которая позволит дать характеристику как абсолютных, так и относительных показателей потребительского спроса. Причем, на ее основе предполагается характеризовать не только структурно-функциональные сдвиги внутри различных товарных, но и внутри различных социальных групп. Такая двусторонняя информация об этих процессах вселяет надежду на возможность выявления факторов, влияющих на эти изменения. Выполнить эту задачу можно лишь объединив усилия экономистов, социологов и психологов.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
АСПЕКТА ХУДОЖЕСТВЕННОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ
ПРЕДМЕТНО-ЗНАКОВЫХ СИСТЕМ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

К.К. Платонов, А.Е.Мараховский, Н.М.Тавер
Киевский филиал Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики

Существующие представления о дизайне как о сфере деятельности и научной дисциплине не рассматривают всей совокупности взаимосвязей, охватываемых им объектов и явлений. В этих условиях попытка выделить какие-либо комплексные объекты художественного конструирования часто наталкивается на значительные трудности.

В свете этого представляется целесообразным рассмотреть некоторые элементы художественного конструирования с позиций взаимосвязи его с социальной психологией. При такой постановке вопроса традиционное выделение природы коммуникаций в дизайне только из требований технического прогресса ведет к подмене их содержательной, социально-психологической и идеологической сути чисто технологическими или утилитарно-потребительскими функциями, что уменьшает их значение для задач общественной практики. Определяющей в художественном конструировании должна стать качественно иная сфера человеческой деятельности – область форм, методов и средств социальных коммуникаций, которая превратилась в современных условиях в самостоятельную общественную функцию, определенным образом регулирующую отношения между людьми.

Формы, методы и средства социальных коммуникаций, которые мы в дальнейшем изложении будем называть предметно-знаковые системы массовых коммуникаций, превратившись в объекты художественного конструирования, включаются в различные аксиоморфологические ситуации, причем аксиология

и морфология форм здесь существенно отличаются от чисто предметной ситуации.

Сущность такого проектирования схематично можно свести к созданию оптимальных предметно-знаковых систем массовых коммуникаций, которые наиболее полно отражают потребности функциональной совокупности людей в процессах личного, массового, непосредственного и опосредованного общения.

Как объекты проектирования предметно-знаковые системы массовых коммуникаций могут быть представлены предметными структурами, информационными процессами или различными формами отображения и носить характер визуальных, аудиовизуальных, вербальных, тактильных и других средств.

В области практической реализации продуктов социально-психологического аспекта художественного конструирования специфической является также функция потребления. Здесь смысл потребления не в уничтожающем форму предмета потреблении (его утилизации), а в потреблении, общественная ценность которого измеряется общественными мерами (нормами, идеалами и т.д.), складывающимися и формирующимися в исторически-конкретных формах жизнедеятельности людей.

Постановка задач художественного конструирования предметно-знаковых систем массовых коммуникаций предполагает необходимость, наряду с использованием методологии и результатов социально-психологических исследований, также разработку научных основ и методологии специфического раздела теории художественного конструирования.

Постановка и проведение специальных исследований в рассматриваемой области позволят создать инженерные методики художественного конструирования сначала отдельных форм и средств, а впоследствии и комплексов предметно-знаковых систем массовых коммуникаций.

Создание научных основ и методологии, построение инженерных методик и внедрение их в практику художественного конструирования предметно-знаковых систем массовых

коммуникаций обещает широкие перспективы и возможности для осмысливания целого ряда проблем проектирования, производства, распределения и потребления, непосредственно вытекающих из взаимосвязи социальной психологии и дизайна, а также для осуществления комплексного социально-психологического проектирования культурной среды.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ТРУДЯЩИХСЯ

Л.И. И в а н ь к о

Уральский научный центр АН СССР, сектор социологии культуры

1. Исследуя потребление как социологическую категорию, К.Маркс выделял в потреблении две стороны - объективную основу в виде средств потребления и субъективную - "способность к потреблению". Если объективная основа главным образом связана с развитием производительных сил общества, то субъективная, т.е. способность к потреблению, под которой К.Маркс понимал "развитие некоего индивидуального задатка" и в которой видел одно из важнейших условий потребления, - зависит от характера общественных отношений, "в большой мере от культурного уровня страны, между прочим, в значительной степени и от того, при каких условиях, с какими привычками и жизненными притязаниями сформировался класс ..." (К.Маркс и Ф.Энгельс, т.23, стр.182).

Таким образом, потребление как целостная система есть результат сложного взаимодействия факторов - экономических (уровень развития производительных сил общества), социальных (система общественных отношений, от которой зависит, определенное потребление, определенное распределение, определенный обмен и определенные отношения этих различных моментов друг к другу", -К.Маркс и Ф.Энгельс, т.46, ч.1, стр.36) и социально-психологических (привычки, жизненные притязания класса).

2. Как социологическая категория потребление выступает в качестве важнейшего элемента социального взаимодействия, являясь одним из основных критериев всесторонности развития общества, зрелости его социальных отношений.

Непрерывность и постоянный рост потребления - одно из основных условий общественного развития.

В качестве социальной сущности потребления К.Маркс выделял его производительный характер, из которого и выводил основные целевые функции самого потребления: 1) воспроизводство личности - через систему ее потребностей; 2) воспроизводство образа жизни - через круг общественных потребностей и общественно закрепленный способ их удовлетворения; 3) воспроизводство социальных отношений.

По отношению к личности потребление выполняет также функцию социальной адаптации к обществу.

3. Наряду с функциональными определениями категории "потребления", отражающими сущность, К.Маркс дает и некоторые общие качественные и количественные характеристики потребления, позволяющие выделить несколько уровней в развитии последнего. Выделение этих уровней, с одной стороны, связано с объемом потребляемых благ, выступающих субстанцией потребностей (количественные показатели), их набором (качественные показатели), с другой - опосредованно мерой потребления, которая всегда носит конкретно-исторический характер и находит свое реальное воплощение в общественном потребительском стандарте.

4. Потребление, по К.Марксу, никогда не бывает пассивным, ибо оно не может осуществляться в какой-либо иной форме, кроме потребительной деятельности. Однако оно может быть менее деятельным (потребление как субъективирование предметов) и более деятельным (когда деятельность ... "потребляет саму себя", "потребляет в деятельности субъективное"). Соответственно этому К.Маркс различал предметное потребление, духовное и "более высокого порядка". Это позволило ему говорить об участии, "которое рабочий принимает в потреблении более высокого порядка, а также и в духовном потреблении, - агитация за свои собственные интересы, выписка газет, посещение лекций, воспитание детей,

развитие вкуса и т.д." (К.Маркс и Ф.Энгельс, т.46, ч.1, стр.240, выделено нами - Л.И.). С духовным потреблением и так называемым потреблением "более высокого порядка" К.Маркс связывал единственно возможное для рабочего при капитализме его "участие в цивилизации".

5. Потребление можно рассматривать как многоуровневую, иерархическую систему. Оно выступает компонентом более расширенных систем (система общественных отношений, образ жизни, личность как система) и самостоятельной системой, обладающей собственной структурой и особым способом связи между элементами внутри нее.

По отношению к конкретной системе потребления развитие средств производства, в зависимости от которого варьируется объем и характер средств потребления, выступает необходимым, определяющим моментом.

Общественное разделение труда обеспечивает возможную для каждого индивида всесторонность общественного потребления, обуславливает его коллективно-общественный характер.

Уровень развития индивидов и социальных групп, включающий свойственную им систему потребностей, ценностных ориентаций и жизненных идеалов, способствует превращению возможности, создаваемой обществом для всестороннего потребления, в реальную действительность.

Общение, информация выступают в роли важнейших социальных механизмов регулирования потребления.

6. Теоретические соображения, изложенные в силу вполне понятных причин очень кратко, составили методологическую основу программы и инструментария конкретно-социологического исследования, направленного на изучение особенностей культурного потребления различных групп трудящихся крупного индустриального центра (г.Свердловск). В ходе этого исследования мы пытались выявить наиболее распространенные среди различных групп трудящихся модели культурного потребления, а также определить наиболее общие механизмы формирования этих моделей.

КВАЛИМЕТРИЮ – НА СЛУЖБУ НАРОДНОМУ ХОЗЯЙСТВУ
(Социальный аспект оценки качества продукции)

Г.Г. А з г а л ь д о в

Военно-инженерная академия им.В.В.Куйбышева

Потребность в комплексных, количественных оценках качества продукции с каждым днем увеличивается и в нашей стране, и за рубежом.

Такие оценки необходимы рядовому потребителю – он все чаще попадает в ситуации, когда ему нужно выбрать какой-то один из нескольких десятков образцов товара одного и того же назначения, имеющих в данный момент на рынке.

Количественные оценки качества нужны и плановикам.

В самом деле, тезис о том, что в цене продукции должно находить отражение ее качество, в настоящее время признается уже практически всеми советскими экономистами. Но чтобы учесть качество – нужно его измерить, количественно оценить.

С выходом на мировой рынок все большего количества видов отечественной промышленной продукции, числовые оценки ее качества становятся необходимым и производственным. Например, без таких оценок трудно (а порою – и просто невозможно) достаточно точно и объективно оценить уровень качества экспортной продукции и таким образом прогнозировать ее конкурентоспособность.

Наконец, с увеличением ассортимента, выпускаемых в нашей стране товаров широкого потребления, возникла весьма важная для работников торговли проблема затоваривания торговой сети некоторыми видами неходововой (т.е. низкокачественной) продукции. Остроту этой проблемы в значительной мере можно снять, если широко применять количествен-

ное изучение спроса потребителей и использовать количественные оценки качества как индикаторы меры удовлетворения этого спроса.

Даже из приведенного выше очень сокращенного перечня тех элементов процесса "производство - потребление", в которых ощущается потребность в количественных оценках качества, явно видна необходимость в специальной отрасли знания, занимающейся принципами и методами комплексной количественной оценки качества продукции (в социальном ее аспекте).

И такая отрасль науки, называемая квалиметрией (от латинского "квали" - качество и древнегреческого "метрео" - мерить, измерять), в настоящее время уже находится в процессе становления и развития.

За последние четыре года понятие и термин "квалиметрия" получают все большую поддержку у отечественных и зарубежных специалистов самых различных отраслей промышленности. Фактически можно уже говорить о широком признании этой области науки инженерно-технической общественностью в некоторых отраслях производства.

Отражением этого признания в зарубежном плане может служить тот знаменательный факт, что крупнейшая международная организация, занимающаяся проблемой качества продукции, - Европейская организация по контролю качества (ЕОКК) провела летом 1971 года в Москве свою 15-ю конференцию под девизом: "Качество - стандарт - квалиметрия".

У нас в стране специалистами, работающими в области прикладной квалиметрии, уже разработаны десятки методик количественной оценки качества. С помощью этих методик можно оценивать качество дизелей, микроавтобусов, мотоциклов, бытовых магнитофонов, обуви, верхней одежды, парфюмерии, строительных отделочных материалов, бытовых сантехнических приборов, жилых и промышленных зданий и т.д. и т.п.

А вообще, если рассматривать этот вопрос в принципиальном плане, то с полным основанием можно утверждать, что квалиметрия может дать инструмент для оценки качества любого продукта труда, производимого у нас в стране и импортируемого нами из-за рубежа.

Иначе говоря, есть все предпосылки к широкому внедрению квалиметрических оценок во все сферы материального (и особенно — промышленного) производства.

Применительно, например, к товарам широкого потребления это означает, что вполне можно добиться такого порядка, при котором покупатель, пришедший в продовольственный или промтоварный магазин, получал бы на этикетке того или иного товара не только информацию о его цене, но и обобщенную информацию о его качестве. Такая информация могла бы быть выражена, например, через количественный показатель уровня качества, исчисленный по отношению к лучшему зарубежному или отечественному уровню.

И все-таки, придя в магазин покупать, например магнитофон, на этикетке рядом с ценой вы не увидите индекса его качества и опять вынуждены будете основывать ваше решение, связанное со значительными денежными тратами, на далеко не полной и очень неточной информации о качестве различных марок магнитофонов — информации столь же случайной, сколь и случайны источники ее получения.

Почему же так происходит? Почему не используется хотя бы тот инструментарий, который уже на сегодняшний день предлагает квалиметрия?

Ответ заключается в следующем. Во-первых, в настоящее время квалиметрия еще не получила повсеместного признания среди основной массы руководящих работников промышленности и торговли. И в этом нет ничего удивительного, если учесть сравнительно очень короткий срок (около 4 лет), прошедший с момента ее выделения в самостоятельную отрасль науки, а также тот факт, что публикации, касающиеся квалиметрии, в подавляющем большинстве появляются в сугубо

специальных научных журналах, имеющих сравнительно ограниченный тираж.

Во-вторых, некоторые из появившихся в последнее время методик количественной оценки качества выполнены неквалифицированными работниками на столь низком теоретическом и практическом уровне, что само появление этих методик приносит квалиметрии не пользу, а скорее вред, дискредитируя саму идею комплексной количественной оценки.

В-третьих, развитие квалиметрии тормозится и тем обстоятельством, что квалиметрологи, работающие в различных отраслях народного хозяйства, как правило, не имеют контактов друг с другом, в результате чего их силы зачастую расплываются на решение одних и тех же проблем, а целый ряд других очень важных проблем не решается никем.

Чтобы устранить названные выше недостатки необходимо:

1. Организовать издание межотраслевого журнала "Квалиметрия" (портфель которого уже сегодня может быть заполнен на много месяцев вперед).

2. Созвать I-й Всесоюзный межотраслевой семинар (симпозиум, конференцию) по теоретической и прикладной квалиметрии и в дальнейшем собирать такие совещания регулярно.

3. Провести экспериментальную проверку и сравнительную оценку наиболее глубоко разработанных методик оценки качества различных видов продукции.

Мы считаем, что перечисленные здесь основные мероприятия позволяют гораздо лучше, чем это делается сейчас, использовать потенциальные возможности квалиметрии для ускорения технического прогресса нашей страны и для решения целого ряда социальных проблем, связанных с производством и потреблением продукции группы Б.

ОПЫТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ДУХОВНЫХ
ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО
ЦЕНТРА

Л.Н.Коган, Р.В.Иванова

Уральский филиал Института экономики
АН СССР

XXIV съезд КПСС поставил задачу разработки долгосрочных прогнозов развития процессов общественной жизни на перспективу. Опытом такого прогнозирования является комплексный план развития г. Нижнего Тагила на 20 лет. Сектор социологии культуры Института экономики Уральского научного центра АН СССР работает над прогнозом развития культуры этого города.

Исследование осуществляется нами последовательно в несколько этапов.

а) На основе изучения объективных данных составляется карта, на которую наносятся показатели обеспеченности культурно-просветительными учреждениями, школами и другими центрами культуры.

б) Дается анализ потоков жителей каждого микрорайона при посещении учреждений культуры (внутри района и вне его).

в) Выясняется степень удовлетворенности жителей культурной жизнью города в целом и каждого микрорайона в отдельности.

г) Составляется типология населения по степени участия в потреблении ценностей культуры и активности в культурном творчестве.

На основании отмеченных выше этапов исследования определяются основные параметры культурной жизни города на базовый период. Сложность прогнозирования развития

культурной жизни города определяется непрерывным возвышением духовных потребностей трудящихся на протяжении прогнозируемого периода. При этом мы исходим из предположения, что возможны и существенные изменения существующих учреждений духовной культуры и появление новых учреждений. Прогнозированию развития культуры города предшествовало составление детально разработанного демографического прогноза на 1990 г.

При прогнозировании возвышения духовных потребностей населения применялись следующие методы:

1. Экстраполяция на перспективу темпов развития духовных потребностей трудящихся в предшествующие базовому периоду годы с необходимыми поправками.

2. Сравнение духовных потребностей основной массы населения и наиболее развитой в культурном отношении его части (людей с высшим образованием).

3. Сравнение духовных потребностей жителей Нижнего Тагила с потребностями жителей городов страны, имеющих наивысший уровень духовных потребностей в современный период.

4. Изучение особенностей духовных потребностей молодежи по сравнению с потребностями людей старших возрастов.

Полученные результаты сопоставляются и выводятся предполагаемые данные прогноза по максимуму и минимуму. На основе детального анализа новых потребностей людей прогнозируются определенные изменения функций учреждений культуры и просвещения, их модификации, появление новых элементов системы. Вносимые нами предложения, являются дополнением и конкретизацией Генерального плана развития города и согласовываются с Отделом главного архитектора города. При этом не исключаются коррективы некоторых показателей и норм, положенных в основу Генерального плана. В прогнозе будут содержаться конкретные рекомендации по совершенствованию системы культурно-просветительных учреждений,

их размещению на территории города, по оптимизации их функционирования.

Составление прогноза в масштабе города является "пилотажным" исследованием, предваряющим многолетнюю работу по составлению прогноза развития духовной жизни всего Уральского экономического района на длительную перспективу.

**НЕКОТОРЫЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЖИЛИЩА В ГОРОДЕ
(на примере г.Тарту)**

Т. Р а й т в и й р

Тартуский государственный университет

1. Благоустроенное жилище для всех - социальный заказ и основа жилищного строительства. Эту задачу трудно разрешить, не зная, кто пользуется в настоящее время жилищем лучшего качества, чем другие. Представляется необходимым выяснить зависимость между социально-демографическими характеристиками потребителя и типом (качеством) жилища.

2. Жилищные условия - одна из центральных проблем личного потребления и изучения уровня жизни. Особенно острыми являются противоречия между потребностями семьи и возможностями их удовлетворения. Семьи по отношению к жилищу выступают как его потребители. Их потребности в жилище не одинаковы. Структура семей оказывает непосредственное влияние на формирование жилища, и наоборот: существующие типы квартир и домов влияют на структуру семьи и на образ жизни. Жилищные условия - как они есть, какими они становятся или должны быть - являются актуальной экономической, социологической и особенно градостроительной проблемой.

3. Существующее положение рассмотрено на примере г.Тарту Эст.ССР. Необходимый материал для установления закономерностей получен анкетным методом в начале 1969 года. Работа выполнялась на кафедре экономической географии ТГУ. Выборочная совокупность составляла 9,6% (8380 человек) из всего населения города.

4. Рассмотренные демографические и социальные признаки: тип семьи и число членов в ней, возраст главы семьи, пол (у одиночек), доход на одного члена семьи и принадлежность к определенной социальной группе характеризуют потребителей жилища. Социальные группы были гипотетически выделены на основе образования и профессионального состава семей. Такие социально-экономические признаки, как квартирные условия и доход являются вторичными и находятся под влиянием первичных признаков.

5. Потребители жилища с разными социально-демографическими характеристиками пользуются соответственно разными типами жилища.

а) Тартуские семьи небольшие, как и вообще в Эст.ССР. Больших семей очень мало. Дисперсия характеристики потребителей жилища достаточно большая. Из типов семей небольшую жилплощадь имеют бездетные семьи. Жилплощадь одиночек превышала на 1/3 городскую среднюю. Выяснилось, что существующее жилище не соответствует и жизненным фазам семьи. Жилплощадь на 1 члена семьи зависит и от нанимательских и владельческих условий жилища. В коммунальных квартирах живут более тесно, чем в собственных домах и квартирах.

б) Семья должна иметь право на наибольшую жилплощадь во время воспитания детей. В действительности дело обстоит не так. У всех типов семей отмечается позитивная корреляция между возрастом семей и размером жилплощади на одного члена семьи. Среди семей, состоящих из пожилых людей, больше и доля собственников домов.

в) Анализ полового различия потребителей жилища основывается на анкетировании одиночек. Выясняется, что женщины имеют больший размер жилплощади, чем мужчины. Среди мужчин удельный вес собственников домов и квартир больше, чем у женщин. Мужчин **живет** в общежитиях в 2-3 раза больше, чем женщин.

г) Связь между доходом семьи и размером жилплощади проявляется очень ярко. Чем больше доход на одного члена семьи, тем больше размер у них и жилплощади. Вариация дохода в зависимости от владения и нанимания квартиры очень незначительна.

д) По материалам г.Тарту выяснилось, что различия в жилищных условиях отражаются в социальной структуре. Ярко выявляются две большие социальные группы, у которых размер жилплощади различен: у одной ниже и у другой выше среднегогородского. Жилплощадью меньшего размера, чем средний городской, пользуются неквалифицированные и квалифицированные рабочие; у них владельческие и нанимательские отношения распределены относительно равномерно. Жилплощадь большего размера по сравнению с городским средним размером имеют руководители и главные специалисты предприятий и учреждений, а также интеллигенция. Это обстоятельство объясняется главным образом тем, что эти социальные группы имеют право на дополнительную жилплощадь. Жилплощадью такого же размера, как у интеллигенции, пользуются неработающие семьи (в основном пенсионеры), но качество этой жилплощади более низкое. Интеллигенция реже выступает в качестве собственника жилища, а неработающие чаще, чем другие группы. Размер жилплощади конторских служащих уступает размеру жилплощади только что названных групп, но все же превышает среднегогородской размер.

Анализ по образованию показывает положительную связь между размером используемой жилплощади и степенью образования: семьи с наименьшей и наивысшей степенью образования потребляют жилплощадь большего размера, чем семьи со средним (по городу) образованием.

ОПЫТ ВЫДЕЛЕНИЯ ТИПОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ТИПОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ МНОГОМЕРНОЙ СТАТИСТИКИ

П.Ф.Андрукович, Л.А.Гордон, Э.В.Клопов, А.Т.Терехин
Стат.лаборатория МГУ, ИМРД АН СССР

1. Потребление как сложная система взаимосвязанных и отчасти взаимозаменяемых элементов. Недостаточность учета и анализа отдельных видов потребления. Необходимость комплексного, целостного рассмотрения потребностей и потребления, т.е. необходимость выявления типов потребления и типов потребителей. Особое значение подобного целостного рассмотрения для тех видов потребления, которые отличаются высокой эластичностью.

2. Основные подходы к классификации потребительских типов. (Классификация классификаций).

2.1. Прямые и косвенные классификации. Выделение типов непосредственно на основе группировки действий, связанных с потреблением. Выделение потребительских типов на основе социальных, демографических, культурных и т.п. характеристик потребителей.

2.2. Одномерные и многомерные классификации. Выделение типов с помощью анализа одного, как правило, наиболее информативного вида потребления, прямая одномерная классификация одной социальной характеристики и т.п. (косвенная одномерная классификация). Выделение типов с учетом множества видов потребления (прямая многомерная классификация) или множества социальных характеристик потребителей (косвенная многомерная классификация).

2.3. Теоретические и экспериментальные классификации. Классификация на основе делений объекта, выявленных с помощью теоретических соображений. Классификации

на основе делений, соответствующих естественному распределению элементов изучаемого объекта.

2.4. Смешанные классификации.

3. Возрастающая роль прямых многомерных классификаций, а также смешанных многомерных классификаций при изучении типов потребления в современном советском обществе. Строительство коммунизма, постепенное становление социальной однородности, уменьшение глубины социальных различий и соответственно снижение информативности социально-классовых характеристик в сфере потребления. Развертывание НТР, рост культуры и увеличение разнообразия потребительских типов.

4. Практический опыт использования методов многомерной статистики при выявлении типов потребителей ценностей культуры и некоторых видов имущества (опыт прямой многомерной классификации некоторых форм потребления). Причины ограничения классифицируемых видов потребления. Специфика исходных данных, полученных в ходе изучения быта и образа жизни промышленных рабочих. Особое значение многомерного подхода при выявлении потребительских типов в сфере культуры.

5. Принципиальные методические трудности многомерного анализа. Проблема метрики и взвешивания. Невозможность однозначной классификации в рамках многомерного подхода. Желательность проведения различных расчетов и их последующего сопоставления. Основные методы подобных расчетов: иерархический и неиерархический кластер-анализ, таксономия, метод главных компонентов.

5.1. Иерархический кластер-анализ как метод определения относительной близости элементов изучаемого объекта на различных уровнях. Определение с его помощью относительной частоты сочетания друг с другом (близости друг к другу) различных форм потребления культуры. Выявление

на этой основе чистых наиболее характерных типов культурного потребления (прямая многомерная классификация потребления). Возможность определения с помощью иерархического кластер-анализа не только типов фактического потребления, но и типов (наборов) потребностей.

Одновременный кластер-анализ данных о потреблении, потребностях и социально-демографических свойствах. Определение связи между типами потребления и социальными типами. (Смешанная многомерная классификация).

5.2. Неиерархический кластер-анализ (автоматическая классификация) как метод определения относительной близости элементов изучаемого объекта на одном и том же уровне. Разбиение с его помощью потребителей на группы, отличающиеся относительным сходством потребления. Выявление типов потребителей.

5.3. Компонентный анализ как средство перевода данных со множеством характеристик в пространство свойств меньшей размерности. Определение на этой основе важнейших показателей различимости многомерных объектов. Вытекающая отсюда возможность упорядочения потребителей по уровню (степени интенсивности) и характеру потребления. Получение исходных данных для теоретической многомерной классификации.

6. Непреодоленные трудности. Перспективы дальнейших исследований в области многомерной классификации потребления.

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПРЕДПОЧТЕНИЯ ХЛЕБО-БУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ ЭССР

С. Крикк де Матео

Тартуский государственный университет

I. Постепенный рост жизненного уровня населения неизбежно влечет за собой увеличение потребительского спроса. Наряду с общим объемом продукции существенное значение имеет вопрос ее качества и ассортимента. Замена прежнего показателя продукции показателем реализации производства создала основу для объективного учета интересов потребителя. До сих пор широко распространенная недостаточная изученность потребительского спроса и медленное реагирование на изменение спроса свидетельствуют о слабости обратных связей между производством и потреблением, что влечет за собой ряд нежелательных для общества последствий (дефицит товаров, застой, нерациональное использование их и т.п.). На предприятиях возрастает интерес к изучению конъюнктуры рынка, структуры и характера потребительского спроса, расширению возможностей реализации. Поскольку личные потребности человека постепенно растут, постоянно повышается и спрос. В отличие от потребностей спрос направлен уже на конкретный товар и формируется в зависимости от потребительской оценки, т.е. в основном он определен личным представлением потребителя о потребительских качествах данного продукта и его преимуществе среди других однородных продуктов. Спрос характеризуется определенными закономерностями. Для их изучения и определения направления формирующегося спроса, объектом исследования должен стать сам потребитель, его оценки, мотивы поведения и факторы, сформировавшие их. Одним из основных методов исследования потребительской оценки и анализа мотивов поведения в ситуации выбора является спрос населения.

Последний представляет собой социологический аспект изучения товарного рынка и позволяет получить незаменимую информацию как в социально-экономическом, товароведческом, так и в социально-психологическом плане.

2. В 1969-1970 гг. Лаборатория социологии ТГУ по заказу Министерства пищевой промышленности Эстонской ССР провела исследование потребительского предпочтения хлебо-булочных изделий в крупных городах республики (Таллин, Кохтла-Ярве, Тарту, Пярну).

Под потребительским предпочтением автор настоящей работы понимает предпочтение потребителем одного продукта другому однородному продукту на основании потребительской оценки. Исследовался внутригрупповой ассортимент и потребительские качества изделий. Цель исследования - прогноз оптимального ассортимента хлебо-булочных изделий для крупных городов Эстонии на ближайшие годы.

3. Потребительские качества всякого продукта и объем затрат труда на него получают окончательную оценку лишь в процессе потребления. Немаловажным является это условие для хлебо-булочных изделий, качество которых существенно зависит от организации и функционирования производства, обращения и потребления. Поэтому полностью нужно было рассмотреть производственный, торгово-сбытовой и потребительский циклы.

4. За период исследования было проведено два анкетных опроса населения (из них один в середине лета и другой - на полгода позже - зимой), чтобы выяснить возможное влияние времен года на потребление. С работниками торговли и со специалистами хлебной промышленности проводились отдельные формализованные интервью. Наряду с этим проходил анализ документов (показатели готовой продукции предприятий, протоколы дегустации, сравнительные данные оборота продукции).

5. Первичной потребительской единицей была семья. При сборе первичных данных пользовались выборочным методом. Способ отбора - случайно-систематический. Первичные данные обрабатывались на электронно-вычислительной машине

6. Изменения в потреблении пищевых продуктов привели к относительному уменьшению потребления хлеба за последние годы, что в свою очередь, отражает изменение отношения потребителя к хлебу вообще.

7. Потребление хлебо-булочных изделий мало связано с такими социальными факторами, как социальная принадлежность, образование, возраст, пол и доход потребителя. В потреблении других продуктов эти факторы могут оказаться крайне существенными. Между тем потребление хлеба носит довольно традиционный характер, проявляющийся в определенных национальных особенностях.

8. При оценке потребительских качеств отдельных продуктов и изучение поведения потребителя в ситуации выбора решающим оказались свежесть продукта, органолептические (вкус, запах, цвет) и эстетические показатели, а также ассортимент продукции. На куплю-продажу и потребление хлебо-булочных изделий, а также на то, доволен или недоволен потребитель ими, довольно существенное влияние оказывает привычка. Влияние цены на потребление этих продуктов несущественное.

9. Сравнение потребительского предпочтения с действительным потреблением показало, что большинство потребителей были бы удовлетворены 4-5 разными хлебными и 8-9 булочными изделиями.

10. Умелое объединение потребительского спроса с правильным питанием и принципами экономного производства обеспечивает совпадение интересов как производителя, так и потребителя.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
АУДИТОРИИ КНИЖНОГО МАГАЗИНА

Н.М. Бажов

Институт экономики УНЦ АН СССР

Изучение вопроса о потреблении духовных ценностей имеет актуальное теоретическое и практическое значение. Во-первых, оно нужно для того, чтобы дифференцированно проводить воспитательную и идеологическую работу. А для этого, в свою очередь, необходимо изучить потребности и интересы различных социальных групп. Во-вторых, изучение потребления культурных ценностей имеет большое практическое значение для торговли, для распространения товаров культурного обихода. Наше исследование показало, например, что недостатки книготорговли на Урале во многом связаны с плохим изучением спроса, потребностей населения в книге. В-третьих, изучение духовного потребления дает возможность научно планировать духовное производство.

Несмотря на то, что с каждым годом увеличивается число посетителей публичных и специальных библиотек, все возрастающую роль играют личные библиотеки трудящихся.

Объектами для проведения исследования были избраны книжные магазины в областных центрах Свердловске и Челябинске.

В период исследования среди посетителей книжных магазинов группа мужчин составила 60,1%¹⁾, в то время, как группа женщин - 39,9%. Сравнительно высок уровень образования посетителей. Лица с незаконченным высшим и высшим образованием составляют 45% общего числа посетителей магазинов.

По социальному положению основными посетителями книж-

1) Генеральная совокупность - 796

ного магазина являются студенты (22,4%), представители инженерно-технической (21%) и непроеизводственной (21,2%) интеллигенции.

Основной возраст посетителей - 19-25 лет (47,4%), выделяется также группа посетителей в возрасте 31-40 лет (16,5%).

Установка^I на выбор книги формировалась под воздействием двух групп факторов: 1) личностные характеристики, сложившаяся структура интересов (наличие любимых авторов, жанров, тем); 2) принадлежность к определенной социально-демографической группе (пол, возраст, образование, социальное положение) и такие переменные характеристики, как влияние средств массовой информации и принадлежность к референтной группе (влияние советов друзей и знакомых).

Для всех возрастных групп посетителей личностные характеристики преобладают. Прослеживается тенденция уменьшения ориентации на мнение друзей и знакомых в группе женщин с увеличением возраста. В группе мужчин наиболее ориентированы на мнение друзей и знакомых самая младшая и самая старшая возрастные группы.

Как правило, сложившиеся вкусы и интересы имеет большинство посетителей с высшим образованием (мужчины - 88,5%, женщины - 89,5%). У мужчин с повышением уровня образования уменьшается ориентация на мнение друзей и знакомых. У женщин ориентация на этот тип факторов стабильна.

Личностные характеристики являются определяющими у представителей инженерно-технической и непроеизводственной интеллигенции, а также у студентов как мужчин (80%), так и женщин (55,3%), в то время, как у женщин-работниц основной является ориентация на мнение друзей и знакомых.

Следовательно, отношение различных групп населения к

I В настоящем исследовании мы определяем установку как направленность индивида на определенную форму реализации ценностных ориентаций.

выбору книги дифференцируется в зависимости от различных факторов. С ростом образования все меньшее воздействие на этот процесс оказывают советы друзей и знакомых, понижается влияние печати, радио, телевидения, и все большее значение приобретают сложившиеся устойчивые вкусы, интересы, наклонности.

Большое внимание посетители уделяют формированию личных библиотек. Но если среди ИТР и представителей непроизводственной интеллигенции процент библиотек с числом книг не менее 100 имеет соответственно 77,2% - 85,3%, то среди рабочих такие библиотеки имеют лишь 29,8%.

За информацией о новых книгах в магазин приходит около 60% посетителей, за определенной книгой - лишь 30-40%. Это можно объяснить плохой рекламой вновь поступивших книг. И хотя подавляющее большинство посетителей магазинов читают "Литературную газету" и следят за "Книжным обозрением", они вынуждены часто заходить в магазин, чтобы справиться, получена ли та или иная книга. Можно рекомендовать магазинам приглашать читателя, используя опыт ряда специализированных магазинов. При поступлении книг по тем или иным отраслям знаний, рассылаются письма, информирующие о поступивших книгах по адресам, оставленным постоянными покупателями.

Исследование показало, что нередко посетитель не может купить нужную ему книгу. Это, естественно, отрицательно сказывается на комплектовании личных библиотек. Основной недостаток книготорговли, как показало исследование, - неумелое и неквалифицированное комплектование книжного фонда магазина. Это зависит от ряда причин. Одна из главных - низкий образовательный уровень продавцов, большинство из которых не имеют специального образования.

Можно было бы в таких магазинах создавать советы читателей-книголюбов, которые помогли бы продавцам правильно составлять заявки на литературу.

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ И ХОЗРАСЧЕТ

А. К ё ё р н а

Институт экономики АН ЭССР

1. Улучшения качества продукции можно добиться только при условии, когда хозрасчетный механизм ставит предприятия перед экономической необходимостью выпуска продукции оптимального качества. В настоящее время хозрасчетные стимулы еще не оказывают существенного влияния на качество выпускаемой продукции.

2. Усиление влияния нормативного управления производством на качество продукции предвещает некоторые сдвиги. Особенно ощутимые результаты могут дать: а) аттестация продукции; б) зависимость размера фонда материального поощрения от удельного веса новой продукции и ее повышенного качества; в) включение важнейших параметров качества в государственные планы; г) изъятие в госбюджет суммы прибыли, полученной от реализации продукции не соответствующей стандартам и др.

3. Однако, наряду с этим, целесообразно усилить влияние хозрасчетного механизма на деятельность коллективов предприятий в области обеспечения высокого качества продукции. В этих целях, на наш взгляд, необходимо, наряду с другими мерами, совершенствовать хозрасчетные отношения в следующих направлениях:

а) переход по мере совершенствования цен в оценке хозяйственной деятельности предприятия и образование фондов стимулирования к критерию чистой прибыли. Чистая прибыль $/ P_p /$ - это остаточная прибыль за вычетом нормативных плат государству, т.е.

$$P_p = P - / x_f + x_t + x/l - I - Z ,$$

где: P - валовая прибыль;

X, f, t, l - плата за пользование производственными ресурсами / f - производственных фондов, t - рабочей силы, l - природных ресурсов";

I - проценты за пользование кредитами;

Z - налог с прибыли .

Остаточная (чистая) прибыль распределяется следующим

образом: $P_p = (F_s + F_e + F_f) / R$,

где F_s, e, f - фонды стимулирования / s - на премирование, e - на общие потребности коллектива - клубы, детские учреждения, жилищное строительство и т.п., f - на развитие производства/;

R - резервный фонд .

б) расширение кредитных отношений в области капитальных вложений на обновление продукции и повышение его качества;

г) переход к прогрессивной амортизационной политике путем сокращения сроков амортизации с учетом быстрых темпов развития науки и техники и пересмотр амортизационных норм. Эти меры позволяют значительно сократить раздутое и неэкономное ремонтное хозяйство;

д) расширение роли прямых договоров между предприятиями, тесная связь номенклатурных показателей с хозрасчетом, оценка выполнения плана по соблюдению сроков поставок и обеспечение других экономических гарантий выполнения договорных обязательств по качественным показателям продукции.

4. Возможности совершенствования хозрасчетного механизма обеспечения высокого качества продукции зависят от улучшения ценообразования. В ценах целесообразно лучше и точнее отражать эффективность различных видов продукции в потреблении, но также стремиться регулировать соотношение спроса - предложения, если это невозможно сделать с помощью материальных ресурсов производства.

К ПРОБЛЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
СОРЕВНОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
ПРОДУКЦИИ

К.Э. К о г е р

Тартуский государственный университет

В своей речи на XV съезде профессиональных союзов СССР Генеральный секретарь ЦК КПСС тов.Л.И.Брежнев отметил, что смысл недавно принятого решения ЦК КПСС о социалистическом соревновании в новых условиях состоит в том, чтобы органически связать соревнование с главными направлениями экономической политики партии, что соревнование должно ориентировать массы трудящихся на борьбу не только за количественные показатели, но и за высокое качество продукции¹.

Оптимальное, с полным знанием дела, применение и развитие социалистического соревнования как важного метода повышения качества процессов труда и выпускаемой продукции требует уточнения подхода к самому соревнованию и его управлению и более глубокого изучения механизма действия соревнования на современном этапе развития нашего общества, чтобы в конечном счете по-настоящему овладеть соревнованием непосредственно на предприятиях. Некоторым аспектам названной проблемы посвящено данное сообщение.

В теории соревнования решающим является подход к исследованию проблем соревнования. Изучение истории развития взглядов Маркса, Энгельса и Ленина на соревнование вообще и на соревнование в социалистическом обществе в особенности позволяет сделать некоторые важные принципиальные выводы методологического значения.

¹ Л.И.Брежнев. Решения XXIV съезда КПСС -- боевая программа деятельности Советских профсоюзов. "Правда" от 21 марта 1972 г.

Сущность марксистского подхода к исследованию проблем соревнования содержится в высказываниях о конкуренции. Маркс писал, что научный анализ конкуренции становится возможным лишь после познания внутренней природы капитала, после познания имманентных законов капиталистического производства.¹

Не вытекает ли из этого положения Маркса вывод о том, что и научный анализ соревнования в социалистическом обществе должен исходить, в первую очередь, из имманентных законов социалистического производства, из субординации соответствующих законов, категорий?

Из логической структуры взглядов Маркса и Энгельса видно, что они распространяют общее понятие соревнования и на конкуренцию. Конкуренция есть соревнование торговое, в сфере (в отношениях) обмена. Конкуренция типична для капиталистического общества.

Более подробный анализ взгляда К.Маркса на трудовое соревнование, развитое им в "Капитале", позволяет особенно подчеркнуть мысль Маркса о том, что соревнование является в процессе кооперации труда явлением объективным, возникающим между трудящимися в силу общественного контакта. Следовательно, соревнование является социальным процессом. Об этом свидетельствует и изучение наследия В.И.Ленина.

В связи с тем, что одновременно с проведением экономических реформ в странах социализма наши идеологические противники пустили в ход концепцию "рыночного социализма", что и в нашей экономической литературе говорится о необходимости введения внутриотраслевой "социалистической конкуренции", хочется отметить, что Маркс, Энгельс и Ленин не отождествляли соревнования с конкуренцией, соревнования с трудовым соревнованием в социалистическом обществе. Особенно важно то, что ни Ленин, ни IX съезд

¹ К.Маркс и Ф.Энгельс. Соч., т.23, стр.326-327.

РКП/б/ не отождествляли соревнование и трудовое соревнование в социалистическом обществе с отношением к труду, с коммунистическими субботниками. Подход к соревнованию как к объективному явлению, неотожествление трудового соревнования с отношением к труду имеет большое принципиальное методологическое значение, особенно в научном изучении и научном руководстве процессами соревнования.

При выяснении научных принципов руководства соревнованием важно исходить из таких основных методологических положений классиков марксизма, как необходимость классового подхода к проблемам соревнования, строгий учет особенностей социалистического общества, специфики форм соревнования при социализме¹. Именно классовый подход и учет конкретных особенностей исторического момента позволили Ленину выделить в качестве специфической сферы соревнования "борьбу" между капитализмом и социализмом как серьезное, решающее соревнование².

С принципом партийности неразрывно связано ленинское требование о необходимости учитывать объективный уровень "развития форм хозяйственного уклада"³, имманентные законы хозяйственной жизни, ибо сущность общества определяется "экономическими отношениями, производством и обменом", а нравственные воззрения людей черпаются в конечном счете из практических, экономических отношений, в которых "совершается производство и обмен"⁴.

Обращает на себя внимание "максимальная гибкость" Ленина при анализе диалектики соревнования, конкуренции и монополии. Опираясь на "тенденцию новейшего развития" в процессе соревнования, Ленину удалось сравнить настоящее не только с прошлым, но и с будущим, опередить развитие⁵.

1. В.И. Ленин. ПСС, т.36, стр.150, 190; т.45, стр.375; т.31, стр.132.

2. В.И. Ленин. ПСС, т.45, стр.83,95,96; т.42, стр.75.

3. В.И. Ленин. ПСС, т.45, стр.95.

4. К.Маркс и Ф.Энгельс. Соч., т.20, стр.95, 640.

5. В.И. Ленин. ПСС, т.2, стр.237, 240; т.45, стр.378.

Ленин подходит к развитию процессов соревнования как к борьбе, "развертыванию противоположностей", "единству противоположностей", как к переходу из одного качественного состояния в другое, изучая "противоречия в самой сущности" соревнования¹. Ленин указал также на возможность и необходимость соединения противоположностей, причем так, чтобы "получилась симфония"².

Обосновав принцип планомерного развития социалистического общества, Ленин выдвинул задачу "наложения чрезвычайно сложной и тонкой сети новых организационных отношений"³, задачу организации и развития соревнования в государственном масштабе⁴. Управление процессами соревнования на государственном уровне требует хорошего знания проблем соревнования, умения "поставить" его⁵.

Анализ взглядов Маркса, Энгельса и Ленина на соревнование дает возможность различать такие аспекты при подходе к соревнованию, как соревнование в капиталистическом обществе и соревнование в социалистическом обществе. В социалистическом обществе можно различать соревнование в стране в целом; соревнование в конкретной сфере общественной жизни (производство, транспорт, торговля и т.д.); соревнование в специфической отрасли (тяжелая промышленность, в колхозах и т.п. соревнование между предприятиями (внутри министерства); соревнование в самом предприятии, между коллективами; индивидуальное соревнование.

Анализ проблем научного руководства соревнованием и достигнутые результаты (учитывая и науку управления вообще) дают возможность различать три уровня в руководстве соревнованием: импровизационный, традиционный, научный. Подобно тому, как руководство соревнованием являет-

1. В.И. Ленин. ПСС, т. 29, стр. 202, 203, 227, 229.

2. В.И. Ленин. ПСС, т. 42, стр. 211; т. 4, стр. 161.

3. В.И. Ленин. ПСС, т. 36, стр. 171.

4. В.И. Ленин. ПСС, т. 36, стр. 75, 76, 151, 153; т. 35, стр. 196, 201.

5. В.И. Ленин, ПСС, т. 43, стр. 357; т. 45, стр. 81-92.

ся составной частью руководства (управления) общественными процессами и партийное руководство соревнованием является составной частью партийного руководства вообще, руководство соревнованием на промышленных предприятиях базируется на общих принципах руководства промышленностью.

В постановлении ЦК КПСС "О дальнейшем улучшении организации социалистического соревнования" перед партийными, профсоюзными, комсомольскими и хозяйственными органами поставлена как одна из важнейших задач - дальнейшее совершенствование социалистического соревнования, устранение имеющихся в его организации недостатков, повышение социальной и воспитательной роли социалистического соревнования.

Далее постараемся обобщить опыт Тартуской гребеночной фабрики в использовании трудового соревнования в улучшении процессов производства и повышении качества выпускаемой продукции.

В решении партийного собрания от 24 ноября 1971 года и в выработанных условиях соревнования на 1972 год исходным пунктом признается факт, что трудовое соревнование между трудящимися возникает, развивается и усиливается в самом повседневном, коллективном процессе труда как объективное явление. Следовательно, и руководство соревнованием - это, во-первых, неотъемлемая часть практического, повседневного руководства работой и социальной жизнью фабрики как со стороны администрации, так и со стороны общественных организаций. Это, во-вторых, сознательное и планомерное изучение и использование ситуации состояния, мобилизация энергии трудящихся на достижение все более лучших, эффективных результатов труда. Это, в-третьих, влияние плана и социалистических обязательств в единый реальный и напряженный план-обязательство, а не организация официального соревнования сверх плана, принятие социалистических обязательств до или после разработки, утверждения плановых заданий. Это, в-четвертых, комплексное

и всестороннее использование материальных и моральных стимулов для активизации трудящихся и улучшения как самой работы, так и социальной жизни всего коллектива. Исходя из сказанного под руководством партбюро и была разработана новая организационная структура руководства соревнованием, которая возмолет развивать демократические основы социалистического соревнования и всемерно повышать роль трудовых коллективов, ИТР, моральных и материальных стимулов.

Чтобы соединить в одно целое план и социалистические обязательства, а также управление со стороны всех функциональных отделов администрации и общественных организаций, решением партийного собрания был создан совет. Задачей совета является разработка общего направления развития соревнования, обучение кадров, обобщение опыта, координация и руководство работой подкомиссий и групп.

Для повышения эффективности трудового соревнования, для углубления анализа и более обоснованной разработки напряженных план-обязательств, для выяснения лучших коллективов и передовиков труда при совете были образованы группы анализа из специалистов всех функциональных отделов администрации и активистов общественных организаций.

Соревнованием внутри участков (как индивидуальным, так и между сменами) руководят участковые комиссии, в состав которых избраны представители администрации, общественных организаций и передовые рабочие. Для координации работы совета, участковых комиссий и групп анализа были разработаны специальные инструкции, где определялись функции и порядок работы.

Исходя из решения ЦК КПСС были разработаны и новые условия соревнования, где предусмотрены следующие основные принципы:

I. Как при разработке условий соревнования и напряженных план-обязательств, так и при конкретном анализе, оценке хода соревнования, его стимулировании используется

комплексный, системный подход, где главными считаются качество и эффективность работы. Важно отметить, что впервые в организации соревнования на фабрике уже организационно на первое место выдвигаются проблемы качества (наряду с другими специальными группами анализа).

2. Целенаправляющими в организации соревнования являются напряженные план-обязательства.

3. Подведение итогов работы, выявление и утверждение лучших коллективов и передовиков труда происходит эмоционально, при широком участии общественности, гласно, с богатой содержательной информацией.

4. При сравнении результатов и подведении итогов очень много внимания обращается на повышение инициативы и активности трудящихся, на использование психологических и педагогических факторов для усиления ситуации коллективного соревнования, для воспитания трудящихся. Чтобы каждый трудящийся делом участвовал в управлении — хорошо работал, заботился об общем успехе коллектива, смело вскрывал недостатки и вносил предложения об улучшении работы коллектива — в условиях предусмотрено ежемесячное подведение итогов на общих собраниях подразделений.

Именно на собраниях, при людях докладываются результаты анализа месячной работы, обсуждаются кандидатуры лучших коллективов и передовиков труда, отмечаются достижения и недостатки, намечаются конкретные новые задачи и ответственные за выполнение их. Наглядное сопоставление конкретных достигнутых результатов, справедливая коллективная оценка фактического трудового вклада и поведения человека, каждого коллектива дают хорошую возможность для распространения опыта передовиков, развития общей активности и для воспитания трудящихся.

5. При премировании основной упор делается на качество и культуру работы. Особенно усилены моральные средства поощрения, влияние коллектива. Система поощрения дифференцирована.

Заметное повышение роли партийной организации в руководстве трудовым соревнованием на Тартуской гребеночной фабрике и творческий подход при претворении в жизнь решения ЦК КПСС "О дальнейшем улучшении организации социалистического соревнования" предполагает заметные успехи в будущем. Но для этого придется еще более глубоко изучить и усовершенствовать как механизм самого соревнования, так и его организационную систему повседневного руководства, преодолеть устарелые взгляды и формализм у части руководителей и рабочих.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПЛАНОВО-УБЫТОЧНЫХ УСЛУГ
НАСЕЛЕНИЮ

Ю.А. Зыков, А.Я.Рубинштейн
Институт экономики АН СССР

1. Плановая убыточность услуг населению возникает обычно как следствие стремления общества к неэкономическим целям. Она может быть вызвана рядом причин: необходимостью стимулирования определенного потребления; целенаправленным перераспределением доходов; практическим осуществлением конституционных прав граждан и т.д. Социально-экономическая оценка эффективности повышения качества услуг должна соизмерять фактические или планируемые затраты на такое повышение с общественно-необходимыми затратами на достижение определенных социальных целей. Эта оценка может быть использована в качестве критерия выбора вариантов повышения качества планово-убыточных услуг, основы системы стимулирования повышения качества и др.

2. В действующей практике отсутствуют достаточно удовлетворительные экономические критерии качества услуг населению. Такие применяемые показатели как объем реализации какого-либо вида услуг, прирост этого объема, количество обслуженных и т.п. не отражают не только качество услуг, но и соответствие их объема общественным потребностям. Имеется целый ряд недостатков в установлении размеров государственной дотации на планово-убыточные услуги. Как правило, эта дотация определяется исторически сложившимися пропорциями и динамикой роста. Здесь действует правило планирования "от достигнутого".

3. Проблема социально-экономической оценки качества планово-убыточных услуг делится на три основных задачи:

а) выделение социальных целей общества при воспроизводстве данного вида услуг;

б) определение конкретного социально-экономического смысла и размера государственной дотации;

в) расчет социально-экономической эффективности повышения качества услуг.

Рассмотрим задачи а) и б) на примере театральных услуг.

Общество, направляя через Министерство культуры деятельность театральной отрасли, стремится к всестороннему культурному развитию людей, к воспитанию в них коммунистических принципов. Однако в таком виде социальные цели общества не поддаются квантификации, что не позволяет их использовать при расчете социально-экономической эффективности. Этот генеральный социальный заказ общества необходимо разбить на систему независимых промежуточных целей, обеспечивающих выполнение социального заказа общества в театральной отрасли. Подобная работа с участием одного из авторов настоящего сообщения была проведена по заданию Министерства культуры РСФСР в исследовании, посвященном деятельности драмтеатров. Приведем здесь только некоторые характерные цели общества по отношению к театральным услугам: 1) повышение производственного качества театральной продукции; 2) повышение потребительского качества; 3) увеличение зрительской аудитории; 4) стабилизация театральной аудитории. Как показали авторы этого исследования, комбинация подобных конкретных целей составляет основу общей целенаправленной деятельности театральной отрасли. Поэтому государственную дотацию театральным услугам можно представлять как часть общественно необходимых затрат на достижение этих конкретных социальных целей.

Исследования показали, что около 70% государственной дотации театрам предназначается просто для обеспечения их существования и только остальные 30% могут зависеть от их практической деятельности на достижение конкретных целей.

Поэтому формулу дотации следует искать в следующем виде: $D = \Pi + f(N, S, \bar{q})$, где Π - минимально необходимый размер дотации, обеспечивающий существование данного театра; f - средства, выделяемые обществом для достижения конкретных целей, в зависимости от объема их удовлетворения (N), социальной структуры потребления (S), качества услуг - (\bar{q}). Количественное выражение для дотации было получено на основе конкретного социального и экономического исследования с помощью статистических методов обработки соответствующей информации.

4. Критерием выбора варианта повышения качества планово-убыточных услуг может служить следующая формула:

$$\Delta_i = C_i + D(N_i, S_i, \bar{q}_i) - (C(N_i, K_i, \bar{q}_i) + E_n K_i + R).$$

где:

- C_i - объем реализации услуги в i -ом варианте повышения качества;
 - D - размер плановой дотации, подсчитанный как общественно необходимые затраты на достижение поставленных социальных целей^I, заданных конкретно по своему объему, социальной структуре потребления и качеству услуг, в i -ом варианте;
 - C - себестоимость услуг данного вида, в зависимости от объема выделенных капиталовложений и качества в i -ом варианте;
 - K - капиталовложения на повышение качества по i -ому варианту;
 - E_n - нормативный коэффициент эффективности капиталовложений;
-
- ^I При использовании этой формулы для оценки практического эффекта (например, при стимулировании) D - размер дотации на достижение фактически выполненных социальных задач.

- фиксированные отчисления в бюджет, носящие рентный характер.

Разработка системы показателей качества для каждого вида услуг является самостоятельной проблемой. В докладе будет приведена такая система показателей применительно к театральной отрасли.

5. Социально-экономической оценкой эффективности повышения качества может служить разность между эффектами, подсчитанными по вышеизложенной формуле, до и после этого повышения.

6. Во многих хозяйственных мероприятиях, даже хозрасчетно прибыльных, фактически присутствует дотация на неэкономические цели. Там, где она достигает значимой величины, необходимо, по нашему мнению, ее учитывать на основе изложенных принципов.

КАЧЕСТВО ТРУДА КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

М. Л е п п
Институт экономики АН ЭССР

Качество труда является экономической категорией, в которой выражаются характерные признаки конкретного труда. Качество труда выступает как затрата конкретного труда в определенной форме.

В экономической литературе не существует единого мнения относительно определения качества труда. В более широкой интерпретации качество труда определяется как разнообразность конкретных видов труда. Труд, затраченный на создание потребительных стоимостей, различается по содержанию, также как и неоднородность продуктов труда в смысле потребительных стоимостей. Сложность, интенсивность и тяжесть труда, степень ответственности работников и прочее определяют виды конкретного труда по содержанию. Одинаковый по содержанию труд применяется в разных условиях. Качество труда подвергается оценке и сравнению, т.е. оно измеримо как по степени различий между видами конкретного труда, так и в рамках одного вида труда при одинаковых условиях.

Часто к понятию качества труда подходят слишком узко, считая, что оно полностью совпадает с понятием квалификации работника или сложностью его труда.

Качество характерно двум категориям исследуемых объектов: предметам (продукт труда) и явлениям (процесс труда).

В техническом смысле качество труда можно определять и через понятия качества процесса производства. Этот аспект оценки трудовой деятельности опирается на критерий соответствия процесса производства, а также процесса труда действующим нормам и техническим условиям.

Разные трактовки понятия качества труда влияют и на истолкование закона распределения по труду. Оплата труда по количеству и качеству, в первую очередь, связывается с дифференциацией труда по качественным различиям на уровне общего и особенного (сложность, условия и народнохозяйственное значение труда)¹. Не менее важно учитывать различия в качестве труда на уровне единичного.

На практике количество труда каждого работника измеряется более четко, чем качество. Учет различий в содержании труда (сложность), а также в условиях и народнохозяйственном значении не решает полностью вопроса о стимулировании труда более высокого качества. Нет сомнения в том, что труд одинаковой сложности даже в одинаковых условиях может привести к разным результатам. Измерение различий в конечном продукте представляется относительно сложным.

Высокий уровень обобществления труда в современном производстве и непрерывный рост технического оснащения производства, с одной стороны, сглаживает различия в видах простого труда, с другой стороны, усложняют учет этих различий в конечном продукте. Что касается сложного труда, роль которого в условиях научно-технической революции возрастает, то необходимость учета качественных параметров трудовой деятельности имеет особую важность. Сложность труда как самостоятельный фактор, наряду с интенсивным и экстенсивным фактором трудовых затрат, предъявляет субъекту труда целый ряд дополнительных требований. Если затраты простого труда за единицу времени выражаются в форме затрат физической энергии, то единица времени сложного труда более весома, так как от субъекта требуется больше нервного напряжения, оперативности, ответственности и т.д.

1 Е.И.Капустин. Качество труда и заработная плата. М., 1964, стр.54-57.

Роль субъекта сложного труда в современном производстве возрастает. Поэтому индивидуальные различия качества труда при росте квалифицированности работ и работников привлекают все больше внимания.

Дифференциация оплаты труда по условиям и содержанию труда, и в частности, по его сложности, служит важной предпосылкой регулирования воспроизводства рабочей силы, а также основой построения системы стимулирования труда разных категорий работников. С точки зрения субъекта трудовой деятельности не менее важна оценка его работы, исходя из конкретной рабочей ситуации, т.е. учет неоднородности качества труда одинакового содержания.

Социологическое исследование, проведенное рабочей группой Института экономики АН ЭССР на некоторых предприятиях легкой промышленности показало, что наряду с факторами объективного характера, на качество продукции сильно влияет качество труда конкретных работников. Почти 40% от 800 опрошенных рабочих считает, что действующие системы стимулирования большей частью исходят из количественных показателей трудовой деятельности, а это влияет отрицательно на качество труда. 17% опрошенных считает прямым фактором низкого качества продукции недостаточный уровень качества труда. Особенно это относится к конвейерному труду.

Качество труда во многом зависит от отношения рабочих к труду. Корреляции показателя качества труда с образованием и квалификацией (разрядом) рабочих незначительны. При оценке качества труда между собой сравниваются рабочие, имеющие формально одинаковую квалификацию. В то же время качество труда сравнивается с производственным стажем и формой овладения специальностью. Чем больше стаж на производстве, тем заметнее тенденция к повышению качества труда. Рабочие, обученные специальности на предприятии по сравнению с рабочими, получив-

шими профессиональную подготовку в системе профтехобразования, характеризуются более низким качеством труда.

Качество труда выражается как в процессе труда, так и в изготавливаемой продукции. Исследование показало, что система контроля качества требует совершенствования. Особенно при конвейерном труде нужен тщательный контроль над трудовыми операциями. Проблемой при этом является недостаток рабочей силы, а также неполное владение трудовыми навыками операционников низкой и средней квалификации. На упомянутые причины, тормозящие улучшение качества продукции, указывает почти одна треть опрошенных.

Важным фактором качества труда является качество рабочей силы. Квалификация, выраженная в разряде рабочего как основной показатель качества рабочей силы, во многих случаях неполностью характеризует фактический уровень подготовленности рабочего к выполняемым функциям. К тому же в легкой промышленности квалифицированность труда повышается медленнее, чем средний уровень квалификации рабочих. Рабочие высших разрядов не имеют возможности дальнейшего роста. По нашим данным 26% квалифицированных рабочих ручного труда, 19,2% рабочих механизированного труда и 14,7% швей на конвейере работали с одинаковым разрядом более 12 лет. Эта группа рабочих, достигшая потолка квалификации, характеризуется наилучшими показателями по количеству труда, но не всегда они следят за качеством.

Задача улучшения качества продукции требует не только регулирования механизма дополнительного стимулирования труда в виде специальных премий, но и совершенствования действующих систем оплаты труда более четким определением качественных различий. Измерение качества труда на всех уровнях, начиная с изучения его факторов и продолжая количественной оценкой их воздействия на затраты труда имеет как теоретическое, так и практическое значение.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

В.Н.Козлов

Таллинский политехнический институт

1. При социализме, в отличие от капитализма, высший уровень регулирования производства не рыночный, а народнохозяйственный. Это обстоятельство создает предпосылки для более перспективного и полного учета прогрессирующих потребностей общества в их количественном и качественном выражении. Но при этом регулирование производства осложняется, ибо рыночный уровень регулирования не исчезает, а дополняет народнохозяйственный.

2. Только при условии научно обоснованного ценообразования закон стоимости может выступить в роли сорегулятора производства. В противном случае он неминуемо становится иррегулятором, противодействующим закону планомерности (нечто среднее между этими альтернативами отсутствует). От несогласованного использования названных законов эффективность планово-товарного производства снижается. В частности, ассортимент товарной массы и качество отдельных товаров не будет достаточно отвечать запросам покупателей.

3. В то же время ошибочным было бы полагать, будто проблема исчерпывается научно обоснованным ценообразованием. Учет качества продукции в ценообразовании - это лишь одно из безусловно необходимых средств в числе тех, которые призваны обеспечить согласованность в сложном сочетании рычагов (в т.ч. множества стоимостных рычагов), содержащихся в механизме регулирования планово-товарного производства. Обособленная их настройка, включая регулирование цен, не может решить проблему в целом. Предлагаемые в литературе методы регулирования качества продукции при помощи увязки цен с качеством товаров зачастую как бы

игнорируют наличие других стоимостных и нестоимостных инструментов в механизме регулирования производства. Подобного рода предложения уводят нас от поиска достаточно действенных способов налаживания механизма регулирования качества продукции в область иллюзий.

4. Вторая иллюзия связана с представлением, будто качество продукции как относительно самостоятельное явление поддается обособленному регулированию при помощи сложной системы мер, рассчитанных на управление им. В известных пределах такое обособленное регулирование, правда, не исключено. Но если другие важнейшие стороны экономики остаются неуравновешенными и недостаточно упорядоченными, то весь эффект от самостоятельных мер по регулированию качества товаров может быть сведен на нет. Стало быть, действенное регулирование качества продукции возможно лишь при комплексном подходе к нему как к частице целостного народнохозяйственного организма.

О МОРАЛЬНОМ И МАТЕРИАЛЬНОМ СТИМУЛИРОВАНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Ю. К р а ф т
Швейная фабрика "Сангар"

Одним из основных направлений повышения эффективности общественного производства в предстоящие годы является существенное повышение качества промышленной продукции. Развитие и повышение качества продукции зависит от реализации достижений науки, от их внедрения в массовое производство. В выступлении на XV съезде профсоюзов СССР Л.И. Брежнев отметил, что нас в полной мере не удовлетворяют результаты 1971 года в области внедрения новой техники и повышения качества некоторых изделий. Видимо по этой же причине замораживаются многие виды обуви, швейных и трикотажных изделий.

Одной из причин этого является несоответствие морального и материального стимулирования современным требованиям. Из 55 опрошенных конструкторов на 13 предприятиях Министерства легкой промышленности Эст.ССР 54 или 98,18% ответили, что поощрение за качество в основной зарплате равняется нулю. В составе премии не осознают поощрения за качество продукции 45,45% опрошенных конструкторов. Приблизительно тот же взгляд разделяют технологи, инженерно-технические работники ОТК и цехов и руководящий состав предприятий.

Доля рабочего времени, которую необходимо израсходовать для того, чтобы обеспечить хороший, современный уровень качества продукции, не соответствует поощрению за качество в составе премии. Так, например, почти 75% опрошенных конструкторов считают необходимым израсходовать на обеспечение современного уровня качества продукции свыше 70% своего рабочего времени, а поощрение в составе премии за качество свыше 70% осознают только 20% опрошенных.

45,45% опрошенных не осознают совсем поощрения за качество.

На основе социологического исследования выяснена доля рабочего времени руководящего состава предприятия, конструкторов, технологов, работников ОТК и цехов, необходимая для обеспечения и развития качества. Эти данные служат основанием для составления новых условий премирования названных работников на фабрике "Сангар".

Недостаточным является и моральное стимулирование качества. В ответах на вопрос: "Какие средства морального поощрения Вы считаете существенными в обеспечении и развитии качества продукции?" - инженерно-технические работники фабрики "Сангар" на первое место поставили благодарность в приказе директора, на второе место - выдвижение лучших по профессии и на третье место - выражение признательности на ежемесячных общих совещаниях.

Думается, что на всех предприятиях нужно составить комплексную систему материального и морального стимулирования качества продукции, которая основывалась бы на привлечении широкого актива рабочих и служащих к всестороннему обсуждению вопросов совершенствования распределения и рационального использования фондов стимулирования^I. Одной из основных форм привлечения масс к этому делу является социологическое исследование.

^I А.Н. Косыгин. Директивы XXIV съезда КПСС по пятилетнему плану развития народного хозяйства СССР на 1971 - 1975 годы. М., 1971, стр.56.

МАТЕРИАЛЬНАЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ РАБОТНИКОВ И КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Р. Отсепп

Таллинский политехнический институт

Приближение качества продукции к оптимальному уровню означает повышение эффективности затрат общественного труда и позволяет при одинаковом уровне развития производительных сил лучше удовлетворять потребности населения.

Очень важным рычагом улучшения качества продукции является обеспечение в улучшении качества достаточной материальной заинтересованности работников. Материальную заинтересованность работников в результате их труда можно понять как познаваемую работниками связь между их трудовым вкладом и получаемым за это количеством материальных благ. Достаточной можно считать такую материальную заинтересованность работников в качестве производимой ими продукции, при которой работники познают строгую синхронную зависимость между динамикой уровня качества продукции и динамикой получаемого за это вознаграждения. Средством достижения достаточной материальной заинтересованности является материальное стимулирование работников, построенное строго в соответствии с требованиями закона распределения по труду (ведь качество труда отчасти находит выражение в качестве продукции).

В данное время работники далеко еще недостаточно заинтересованы в повышении качества продукции, особенно в уменьшении производственного брака и продукции пониженной сортности. В результате этого, обществу причиняется огромный материальный ущерб и затрудняется удовлетворение все более растущих потребностей населения.

Недостаточная материальная заинтересованность вызвана двумя причинами: во-первых, недостаточным вскрытием

нашей экономической теорией сущности категории "материальная заинтересованность" работников (материальную заинтересованность часть экономистов ошибочно еще связывают только с отношениями материального поощрения); во-вторых, исходя из теоретического заблуждения, в практике стимулирования повышения качества продукции применяются только (или почти только) средства материального поощрения. В результате получается ситуация, при которой работник по своей вине допускает нарушения требований, предъявляемых к качеству продукции, но за это фактически к нему применяются не меры материальной ответственности, а, бывает, даже средства поощрения. Такое стимулирование не отвечает требованиям закона распределения по труду, а является фактически уравнительным распределением. Достаточную материальную заинтересованность можно обеспечить только при помощи такого стимулирования, при котором параллельно применяются и средства материального поощрения и меры материальной ответственности.

ЦЕНА, КВАЗИПОТРЕБНОСТИ, КВАЗИДЕФИЦИТНОСТЬ

Л. Брутус

Таллинский политехнический институт

1. Рыночная цена товара – сложное явление конкретных отношений в экономической жизни. Ее величина в условиях социалистического расширенного воспроизводства определяется взаимодействием ряда экономических законов.

2. Важнейшим посредствующим звеном между абстрактной общественной стоимостью и конкретной рыночной ценой товара является социалистическая нормативная цена производства (– приведенные затраты). Она представляет собой критерий экономической эффективности применительно к товарно-денежным отношениям в условиях интенсивного расширенного воспроизводства. Определенная недооценка этой категории, наблюдаемая еще у части экономистов (как среди сторонников концепции цен оптимального плана, так и среди сторонников более традиционных концепций рыночных цен), сдерживает научное решение неотложных проблем усовершенствования механизма ценообразования.

3. Причиной недооценки роли цены производства служит, по-видимому, и несовершенство применяемой формулы цены производства (как и приведенных затрат). Представляется, что эта формула отстает от производственных отношений социалистического непосредственно общественного производства. В этой формуле, как и в хозрасчетном механизме определения себестоимости и прибыли, действие закона возмещения затрат простого воспроизводства учтено искаженно (постепенно возрастающая часть стоимости необходимого продукта входит – вместо себестоимости – в прибыль). Это ведет к тому, что искажается и количественная сторона связи прибыли и нормы рентабельности с законом социалистического накопления, формами проявления которого они прежде

всего должны быть; закону накопления вроде "приписывается" несвойственная ему дополнительная функция. Неполноценная себестоимость (как и прибыль) повлияет отрицательно на качество хозрасчетных нормативов поощрения, а цены и методика определения эффективности капитальных вложений склонны, из-за искаженной себестоимости, в некоторых пределах противодействовать техническому прогрессу (относительно более трудоемкие производства поставлены в льготные экономические условия).

4. Представляется, что требованиям закона накопления и закона возмещения затрат простого воспроизводства соответствует больше следующая формула^I социалистической нормативной цены производства и приведенных затрат:

$$C_{\text{пр.}} = c + v' (I + p') + E\Phi, \text{ где}$$

$c + v'$ - хозрасчетная себестоимость (существующая);

p' - норма платы за использование трудовых ресурсов;

$E\Phi$ - нормативная величина прибыли, пропорциональная величине производственных фондов (в формуле приведенных затрат член $E\Phi$ заменяется членом $E_n K$, поскольку $K \rightarrow \Phi$).

5. Планомерной пропорциональностью социалистической экономики соответствуют больше всего плановые рыночные цены равновесия спроса и предложения. Отклонения цен вниз от этого равновесия сопровождается проявлением дефицитности в отношении соответствующих товаров, отклонения же вверх сопровождается проявлениями залеживания данных товаров. Дефицитность по таким предметам потребления, которые не являются предметами первой необходимости, представляется искусственно созданной, т.е. квазидефицитностью (из-за неполного учета в рыночных ценах действия закона спроса и предложения).

Экономически вполне оправданной мерой, вытекающей из

I Приводится в упрощенном виде.

действия основного экономического закона социализма, является ограничение потребления товаров, удовлетворяющих не действительные, а вредные потребности (квазипотребности), путем постепенного повышения цен на такие товары. Совершенствование социально-экономического управления качеством производимой продукции и потреблением связано с надежностью критерия экономической эффективности, со степенью учета действия экономических законов.

КОМПЛЕКСНЫЙ ХАРАКТЕР ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Е. Задесенец

Всесоюзный НИИ технической эстетики

Технический прогресс является основой развития производства и улучшения качества товаров народного потребления. В то же время его темпы прямо зависят от степени удовлетворения потребностей населения в этих товарах. Отсюда с необходимостью вытекает важность разработки вопросов повышения качества и формирования ассортимента потребительских товаров.

Решение этой проблемы в стране явно неудовлетворительно. Отсутствуют исследования теоретических основ формирования ассортимента, нет организационно-координирующего центра, не разработана система контроля и планирования, нет практических разработок в реальных условиях производства. В итоге — постоянный рост нереализованных товарных запасов, с одной стороны, и неиспользуемых сбережений населения, достигших рекордной цифры, — с другой.

Основной путь решения проблемы — создание комплексной системы управления качеством товаров народного потребления на основе межотраслевого проектирования. Эта система должна включать использование:

— сферы торговли, основная функция которой будет сведена к оперативному учету спроса, формированию ассортимента известных изделий на небольшой срок и регулированию текущего ассортимента с помощью ВНИИЭСа и оптового звена;

— сферы производства, **которая** на основе получаемых данных по текущему спросу, необходимых нормативных цифр и возможных вариантов новых изделий будет налаживать выпуск товаров и улучшение их качества;

- сфер планирования и проектирования, которые будут составлять комплексные эскизные проекты целостной среды, проекты новых вещей и типовой ассортимент товаров, необходимых населению.

Способом реализации указанных мероприятий должно явиться создание единого административного и координирующего центра, в подчинении которого будут находиться межведомственные и головные НИИ, которые путем создания комплексных проектов вещей, обслуживающих отдельные функциональные процессы быта, обеспечивали бы промышленность ассортиментом тех изделий, которые нужны населению.

Таким образом, совершенствование ассортимента и повышение качества товаров народного потребления рассматривается как комплексная проблема, решаемая на стыке производства и потребления, требующая объединения усилий различных сфер и координации этих усилий на уровне межведомственного органа.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДУКЦИЮ ПОВЫШЕННОГО КАЧЕСТВА И ПРОБЛЕМА СПРОСА

Л. А. Матвеев

Северо-западный заочный политехнический институт

Признавая основным тезисом ценообразования на продукцию повышенного качества тезис о том, что цена изделий и продуктов должна учитывать их качество, следует заметить, что качество при этом выступает не как стоимостеобразующий, а как ценообразующий фактор, который может отклонять цену от стоимости в ту или иную сторону.

Поскольку научно-технический прогресс непрерывно создает новые все более совершенные изделия, естественно было бы предположить, что это может привести к непрерывному росту цен. Для того, чтобы этого не произошло, на продукцию повышенного качества предполагается устанавливать последовательно снижающиеся ступенчатые цены. Эти цены могут устанавливаться в тех случаях, когда за период серийного или массового производства значительно снижается себестоимость продукции; на продукцию, подверженную сильному моральному износу, а также в случаях, когда в течение серийного или массового производства существенно меняется степень удовлетворения народного хозяйства данной продукцией. Последнее обстоятельство говорит о том, что установление ступенчатых цен может быть вызвано изменением спроса на продукцию данного вида.

Учет фактора спроса при установлении ступенчатых цен на продукцию повышенного качества приводит к плановому изменению цены, отклоняя ее от стоимости товара. Плановое отклонение цены от стоимости является результатом определенной проводимой государством политики цен, представляющей собой один из методов экономического регулирования народного хозяйства.

Хотя существующие методики не дают определенных рекомендаций по определению уровня ступенчатых цен в зависимости от спроса, в принципе, не вызывает сомнения, что ступенчатые цены, являясь экономическим регулятором рынка, должны приближаться к стоимости изделий по мере насыщения рынка продукцией данного вида. Так, по дефицитной продукции на известный срок до расширения объема производства ступенчатая цена может быть установлена на уровне близком к верхнему пределу цен. Такое повышение оптовых цен, при невозможности удовлетворения спроса на данный вид продукции в ближайшем будущем, определяет более высокую долю экономического эффекта от повышения качества, передаваемую предприятию-изготовителю продукции. Такой шаг, являющийся проявлением государственной политики цен с целью ограничить область применения продукции производственного потребления той сферой, где обеспечивается наибольшая эффективность ее использования для народного хозяйства, представляется нам оправданным. По мере снижения ступенчатых цен за счет уменьшения издержек производства следует ожидать расширения сферы использования данного вида продукции за счет включения в нее предприятий с более низкой эффективностью использования изделий. Что касается аналогичного повышения цен на товары широкого потребления (при невозможности удовлетворения спроса в данный момент), то мы затрудняемся привести для этого какое-либо научное обоснование.

Повышение цен на продукцию повышенного качества (а в более широком смысле и решение вопроса о целесообразности повышения качества) должно учитывать изменение величины платежеспособного спроса.

Изменение уровня платежеспособного спроса может быть вызвано самыми различными причинами. Так, если произошло повышение реальных доходов общества и, следовательно, повысился платежеспособный спрос, общество может позво-

лить себе удовлетворять свои потребности лучше и полнее, а в некоторых случаях вообще повысить уровень своих потребностей. И в том, и в другом случае обществом может использоваться более дорогая продукция повышенного качества.

Однако следует помнить, что при фиксированной величине платежеспособного спроса даже экономически эффективное повышение качества (затраты на единицу эффекта уменьшились) может в ряде случаев привести к уменьшению спроса на данный вид продукции и к худшему удовлетворению потребностей общества. Это может произойти в том случае, когда повышение цены на более качественную продукцию приводит к тому, что потребитель вынужден отказаться от этой продукции в пользу более дешевой продукции низкого качества.

Подобная картина часто бывает связана также с различными конъюнктурными обстоятельствами, толкающими предприятия-изготовители на повышение цен изменением структуры предложения путем ограничения выпуска менее дорогих изделий и соответствующего увеличения производства более дорогих взаимозаменяемых изделий.

Не вызывает сомнения, что основной причиной подобных явлений, могущих привести к ухудшению удовлетворения народнохозяйственных потребностей, является опережающий рост цен по отношению к росту платежеспособного спроса.

Важнейшим следствием необходимости учета фактора спроса в цене продукции повышенного качества является тот факт, что для многих видов продукции и услуг проблема оптимизации качества ставится в прямую зависимость от результатов исследования вопросов формирования спроса. Экономически оптимальный уровень качества в этом случае должен рассчитываться с учетом предельных значений цен, определяемых величиной возможных потерь потребителя, вызванных отказом от удовлетворения данной потребности с помощью рассматриваемых изделий.

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СТИМУЛИРОВАНИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

М. Ташкин

Тартуский государственный университет

Повышение качества продукции является актуальной проблемой современности.

Вопрос становится еще более важным в связи с появлением наряду с новыми качественными товарами на рынке под этикеткой "новых", товаров обычного или даже ниже среднего уровня качества.

Такие явления обусловлены недостатками в системе административного управления и экономического стимулирования качества продукции.

Проблему необходимо рассматривать в двух аспектах: во-первых, стимулирование работы предприятия для обеспечения утвержденного уровня качества; во-вторых, стимулирование повышения качества продукции.

Часто эти понятия не различают и под экономическим стимулированием повышения качества продукции понимают по существу стимулирование улучшения качества работы предприятий.

Последнее учитывается в действующих положениях премирования. На таком же принципе основывается саратовская система бездефектного производства и передачи продукции.

В настоящее время качество продукции находит отражение в цене в такой степени, в какой продукция соответствует требованиям стандартов и технических условий. Выполнение этих требований означает оценку качества работы предприятий, а не качества продукции.

По нашему мнению цены должны стимулировать производство новых товаров, улучшение качества и совершенствование продукции. Новая цена должна быть приемлемой как для

производителя, так и для потребителя.

Решение этих вопросов предполагает:

во-первых, привести ценообразование в зависимость от уровня качества, прогрессивности товара, обеспечивая большую рентабельность товарам, пользующимся большим спросом; во-вторых, применение материальных и моральных стимулов так, чтобы стимулировалось обновление ассортимента; в-третьих, уравновешивание спроса и предложения.

У нового изделия, обычно, имеются определенные преимущества по сравнению со старой продукцией. Эти преимущества отражаются, во-первых, в большей полезности новых товаров (более надежны, износостойчивы), причем, затраты труда на единицу продукции такие же, или меньше, или, во-вторых, в большей экономичности при потреблении новой продукции. Например, для средств производства уменьшается или себестоимость, или капиталовложения в сфере производства. Если имеем дело с предметами потребления, то соответственно уменьшаются затраты личного потребления. Безусловно, необходимо учитывать моральный износ предметов потребления.

Эти преимущества новых товаров реализуются, в основном, через цены. Производитель оценивает преимущества новых товаров по дополнительному доходу, который он получит. Потребитель согласен платить большую цену за товар более высокого качества, если он уверен в совершенстве этого товара.

Если у нового изделия отсутствуют какие-либо преимущества по сравнению с существующими, то они не являются полезными ни для производителя, ни для потребителя.

Если производство какого-либо товара современного качества насыщает рынок, то постепенно должна снижаться и его цена.

Отсюда следует необходимость экономического механизма, обеспечивающего материальную заинтересованность в снижении цен на продукцию. Этот механизм должен дать нам полную информацию об интересах и потребностях потребителя. Таким

механизмом может быть тесно связанный с условиями реализации механизм хозрасчета. Такой механизм будет эффективным при определенном соотношении спроса и предложения.

Если спрос превышает предложение, то потребитель вынужден покупать товары независимо от их качества и новизны. Если же положение противоположное, то потребитель воздействует на производителя через рынок, и производитель вынужден производить только качественные товары.

По этому поводу в Отчетном докладе XXIV съезда КПСС указывается, что "особое значение приобретает сегодня также задача обеспечения растущего платежеспособного спроса населения продовольственными и промышленными товарами, а также услугами. Производство товаров народного потребления должно расти более высокими темпами, чем денежные доходы советских людей"¹.

¹ Л.И.Брежнев. Отчетный доклад Центрального Комитета КПСС XXIV съезду Коммунистической Партии Советского Союза, М., 1971, стр.54.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

А.А.Герасимова

Московский технологический институт
легкой промышленности

С ростом масштабов социалистического производства и все более полным насыщением спроса на товары народного потребления непрерывно возрастают требования к качеству продукции. На XXIV съезде КПСС была поставлена задача повышения эффективности общественного производства на основе научно-технического прогресса и более полного использования всех резервов. На современном этапе развития экономики одним из слагаемых повышения эффективности производства является планомерное улучшение качества сырья, материалов и орудий труда.

Особенно важно решение вопроса о повышении качества продукции для предприятий легкой промышленности, так как они все еще не удовлетворяют спрос населения на добротные и красивые изделия; медленно совершенствуется, например, внешняя отделка и эстетические свойства обуви, допускаются отклонения от государственных стандартов.

Первостепенное значение здесь имеет разработка системы мер, обеспечивающих управление качеством продукции. Поиски ведутся по двум направлениям. С одной стороны, принимаются меры к созданию комплексной универсальной системы государственной аттестации качества продукции. В последние 20-30 лет государственная аттестация введена в 32-х странах мира, в том числе и в Советском Союзе. Лучшей продукции национальной экономики присваивают государственный Знак качества. Критерием присвоения Знака качества является соответствие данной продукции современному научно-техническому уровню, требованиям мирового

рынка и потребностям населения. В Москве, например, уже 709 столичных изделий удостоены государственного Знака качества, а всего по стране таких видов более 4-х тысяч.

Второе направление - разработка системы управления качеством продукции в процессе производства. Это управление качеством продукции должно начинаться со стадии проектирования и проходить по всем этапам создания продукции до выпуска готовых изделий.

Нами совместно с работниками Московского производственного объединения "Заря" разрабатывается и применяется в планировании связь таких экономических категорий как удельная себестоимость и качество изделия в целом и отдельных его параметров, удельная трудоемкость и удельная рентабельность. Совершенствование и применение в практике названных выше и ряда других показателей позволяет более тесно связать заработную плату и особенно премиальную систему с качественными показателями изделия в процессе его изготовления, т.е. на основных операциях.

Управление качеством продукции массового производства, как показывают наши исследования, может быть эффективным только в том случае, если оно будет удовлетворять следующим требованиям:

- 1) оно должно осуществляться не как разрозненные элементы, а как система, обеспечивающая достижение заранее запланированных результатов;
- 2) система управления качеством продукции должна охватывать элементы, имеющие корреляционную связь с научно-техническим прогрессом и социальными факторами, составляющими основу производственного коллектива;
- 3) система управления качеством должна органически входить в глобальную систему управления производством;
- 4) система управления качеством должна базироваться на перспективном планировании и прогнозировании качества.

По этим вопросам накоплен опыт Московского объединения "Заря", который может быть изложен в докладе.

Разработка планов повышения качества продукции должна начинаться с установления оптимальных параметров для различных видов промышленной продукции. Крупнейшие производственные объединения обувной, меховой и кожевенной промышленности располагают квалифицированными кадрами, тесно связанными с научными институтами, им под силу создать у себя оптимальную систему планирования и регулирования качества продукции.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС

А. Вихалем

Тартуский государственный университет

1. Между стандартизацией и научно-техническим прогрессом существует неразрывная связь, которая развивается и усиливается по мере наращивания его темпов. Стандартизация по своей природе обеспечивает, с одной стороны, значительное ускорение освоения новой техники и улучшение качества продукции и, с другой стороны, создает предпосылки для развития массового производства. От уровня показателей, закладываемых в стандарт, зависит уровень качества выпускаемой продукции. Вместе с тем темпы повышения этого уровня зависят от сроков разработки, внедрения и продолжительности действия стандартов. В этой взаимозависимости состоит механизм влияния стандартизации на темпы технического прогресса. При полном использовании этого механизма эффективность стандартизации достигает максимального значения.

2. Стандарты должны учитывать как передовой отечественный и мировой опыт, последние достижения науки и техники, так и перспективу, тенденцию развития качества, создания новых видов изделий. Стандарты обязательны для всех предприятий, выпускаемых однородную продукцию, поэтому показатели стандартов должны быть выполнимыми не только в лучших условиях, но отвечать возможностям всех предприятий.

3. Верно ли утверждение о том, что в государственные стандарты следует включать уже освоенные промышленностью и обеспечиваемые налаженным массовым производством показатели качества? Для того, чтобы государствен-

ные стандарты были рычагом технического прогресса, их показатели должны носить перспективный характер.

4. Требованиям научно-технического прогресса соответствуют больше всего стандарты на аттестованную продукцию. Они закрепляют высший уровень качества, достигнутого при производстве аттестованной продукции. Они имеют обязательную силу только для предприятий, выпускающих продукцию, отмеченную государственным "знаком качества", но для других стандарты на аттестованную продукцию являются своеобразным эталоном качества, к которому **нужно** стремиться.

ОБ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОМ МОДЕЛИРОВАНИИ В ИССЛЕДОВАНИИ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

А.Цирк

Эстонская сельскохозяйственная академия

"Совершенствование системы планирования и управления народным хозяйством в современных условиях, - указывалось на XXIV съезде КПСС, - требует широкого применения экономико-математических методов"¹.

Экономико-математическое моделирование является одним из основных методов применения математики в экономических исследованиях. Экономико-математическая модель - это научная абстракция, отражающая функциональные зависимости экономической деятельности в математической форме, это вспомогательный объект, замещающий в определенных условиях экономический процесс².

Применение метода экономико-математического моделирования при исследовании экономических проблем качества продукции ставит основной целью, обычно, достижение оптимального уровня качества продукции.

Экономико-математическое моделирование представляет собой единство качественного и количественного анализа и состоит из нескольких этапов. Рассмотрим их.

I. Экономико-математическое моделирование не есть самоцель. Исследование с помощью моделей обязательным условием ставит четкую формулировку цели, достижению которой должно быть подчинено построение и изучение этих моделей. В рассматриваемом случае ставим целью определение оптимального уровня качества продукции, т.е. такого уровня, при котором народнохозяйственные затраты на удовлетворе-

1 Материалы XXIV съезда КПСС, М., 1971, стр.174.

2 В.С.Дунаева "Применение математических методов в политической экономии" М., 1969, стр.49.

ние определенной потребности данной продукцией будут минимальны.

2. При построении экономико-математических моделей необходим выбор факторов и условий, учитываемых в модели, т.е. выделение, так называемых, существенных параметров. В моделях оптимизации уровня качества продукции в число таких параметров, в первую очередь, должны войти показатели, характеризующие затраты производства и эксплуатации (потребления) исследуемого продукта, определяющие эффективность продукции в потреблении.

3. Необходимым моментом экономико-математического моделирования является выяснение и нахождение количественных, функциональных зависимостей между существенными параметрами. Наиболее важными функциональными зависимостями в рассматриваемом случае будут зависимость между уровнем качества продукции и затратами производства, а также - между уровнем качества и величиной эффекта в потреблении.

4. В процессе исследования экономико-математической модели необходимо выделение управляющих параметров, что сводится к выяснению причинных связей между факторами, **учитываемыми в модели.** Например, при исследовании величины эффекта в потреблении продукта управляющим параметром будет уровень качества, изменение потребительского эффекта является следствием изменения уровня качества продукции. В процессе же производства (изготовления) затраты по отношению к уровню качества продукции будут управляющим параметром, изменение производственных затрат влечет за собой изменение качества продукции. Рассматривая модель оптимизации целиком (включая вместе производство и потребление продукта), управляющими параметрами будут показатели производственных затрат, воздействуя на последние, изменяются в конечном счете и эксплуатационные затраты в

потреблении продукта. Показатели качества продукции в этом случае выступают как промежуточное звено в управлении.

5. Практическое использование моделей ставит проблему информационной совместимости модели и существующей информационной базы. Это наболевший вопрос при внедрении многих экономико-математических моделей в практику. Модель не может практически использоваться, если информация, необходимая для переработки в модели, отсутствует. С другой стороны, если при моделировании будем ориентироваться на существующую информацию, то невозможно будет достичь цели исследования.

Большое значение в экономических проблемах качества продукции придается задаче организации системы сбора и обработки эксплуатационной статистики, характеризующей фактический уровень качества выпускаемой продукции, ее фактическую эффективность в потреблении. Экономико-математические модели помогут в этом случае определить конкретные требования в такой системе, например, какую информацию, в каком количестве следует собирать, как ее перерабатывать и другие требования.

ПРОБЛЕМА МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОЧИХ
(на примерах промышленности Эстонской ССР)

В. Т ю р к

Тартуский государственный университет

Одной из характерных черт современной научно-технической революции является неуклонное повышение квалификации трудящихся и, в частности, повышение квалификации рабочих. Это непосредственно обусловливается прогрессом науки и техники.

В период комплексной механизации и автоматизации производства, полное и наиболее эффективное использование имеющихся производственных мощностей, а также повышение качества продукции, под силу в большей степени высококвалифицированным рабочим. Они должны обладать достаточным общеобразовательным уровнем, чтобы уметь применять на практике все то новое, что дает обществу развитие науки и техники.

Квалификация рабочих необходима для выполнения сложного труда. И чем сложнее становится труд, тем актуальнее становится повышение квалификации рабочих.

Затраты на воспроизводство квалифицированной рабочей силы значительно превосходят затраты на воспроизводство неквалифицированной рабочей силы. Для подготовки, например, инженера в современных условиях требуется в два раза больше времени, чем для подготовки рабочего средней квалификации.

Поскольку квалифицированный труд способен произвести за единицу времени больше стоимости, чем простой труд, постольку это следует учитывать при дифференцировании оплаты труда рабочих.

Квалификация рабочих учитывается при дифференциации заработной платы посредством тарифной сетки. В течение последних десяти лет проводилось постепенное совершенствование тарифной сетки. Но, однако, действующая тарифная сетка еще не соответствует нынешним производственным условиям. По данным некоторых промышленных предприятий Эстонской ССР фактические межразрядные соотношения не соответствуют тарифной сетки, хотя соотношение средней зарплаты рабочих высшего и низшего разряда соответствует крайним соотношениям разрядов (диапазону) тарифной сетки.

Для повышения эффективности применения тарифной сетки на промышленных предприятиях необходимо: во-первых, повышать периодически тарифные ставки; во-вторых, постоянно совершенствовать тарифно-квалификационные справочники, и, в-третьих, регулировать диапазоны тарифной сетки. Для успешного разрешения данной проблемы следовало бы установить единую тарифную сетку и определенные тарифные ставки на весь плановый период (например, на пять лет) с предоставлением прав предприятиям для ежегодного корректирования тарифных ставок в соответствии с ростом производительности труда.

Для этого было бы необходимо предоставить каждому промышленному предприятию индексы по росту производительности труда и росту средней заработной платы на весь пятилетний период с разбивкой по годам. В соответствии с ними проводилось бы повышение тарифных ставок, повышалась бы средняя заработная плата, сохранился бы нужный удельный вес тарифной ставки в фактической зарплате, действовали бы технически обоснованные нормы выработки и соблюдались бы научные основы в организации зарплаты.

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В СВЯЗИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭКСПЕРТНОГО МЕТОДА

Х. Рейсенбук
Институт экономики АН ЭССР

1. Экспертный метод является одним из методов оценки качества товаров народного потребления. Но поскольку в очень многих случаях качество промышленной продукции определяется не количественными, а качественными параметрами, то в связи с необходимостью управления качеством важность и перспективность этого метода возрастает. В зависимости от объекта оценки выбираются критерии. Объектами экспертной оценки могут быть как качество в целом, так и отдельные параметры качества, не поддающиеся количественному измерению, или удельный вес отдельных параметров.

2. Оценка всех параметров качества экспертным путем предполагает перенесение технических и физико-механических параметров в балльную систему. Для этого используется система т.н. коэффициентов ценности, главным достоинством которых является возможность учета характера влияния отдельных параметров на качество как целое и различий в диапазоне числовых значений параметров.

3. На практике чаще всего используются экспертные оценки эстетических свойств продукции. Возможности использования и перспективы совершенствования экспертного метода в этой области зависят от: 1) специфики эстетической ценности; 2) соотношения между эстетической ценностью и ее общественной оценкой.

При оценке эстетических свойств изделий необходимо исходить из функции предмета в системе общественных отношений.

Учет балльных оценок эстетических свойств в общем показателе качества в различных методиках осуществляется по-разному. В методиках комплексной оценки качества промышленной продукции общий показатель качества складывается из т.н. оценок качества, под которыми подразумеваются относительные числа — коэффициенты, полученные путем деления числовых значений отдельных параметров на соответствующие числовые значения эталонов. К общему коэффициенту прибавляется и коэффициент эстетичности, полученный делением числа баллов оцениваемого изделия на число баллов эталона.

При государственной аттестации продукции легкой промышленности соответствие физико-механических показателей стандартам и техническим условиям или превышение последних учитывается в определении категории качества (высшая, первая или вторая) по техническим инструкциям. Оценка эстетических свойств проводится отдельно. Результаты оценки эстетических свойств учитываются как обязательное условие при установлении одной из трех категорий качества.

Основные недостатки такого метода заключаются в трудностях сопоставления показателей морального и физического старения этих продуктов. Проблема встает в связи с тем, что чем быстрее происходит моральное старение, тем меньше должен быть и срок службы предметов народного потребления. В **противном** случае мы имеем дело с растратами общественного труда.

4. Качество продукции представляет собой единую систему, структуру которой составляют определенные потребительские свойства. В этой единой системе доля отдельных элементов не постоянна. На изменение доли потребительских свойств во времени оказывает влияние целый ряд факторов, среди которых большое значение имеют те, которые воздействуют на оценки общественной полезности продукта как общественной потребительной стоимости.

Одним из главных факторов, влияющих на оценку общественной полезности, служит увеличение дохода, в результате чего в структуре качества продукции происходят определенные изменения. В этой связи для более объективного определения удельного веса отдельных параметров качества экспертным путем необходимо исследовать структуру и изменения мотивов предпочтения у потребителей.

Исследование мотивов предпочтения в разных доходных группах населения представляет данные, интерпретирование которых во времени характеризует увеличение удельного веса эстетических свойств продукции. Эти данные должны быть учтены при экспертной оценке удельного веса отдельных параметров качества. Это в большой мере способствовало бы объективизации экспертных оценок.

5. Использование экспертного метода при оценке качества продукции требует уточнения и совершенствования как в теоретическом, так и в практическом плане. С теоретической точки зрения должны быть решены вопросы соединения отдельных оценок (выбор статистического среднего); вопросы, связанные с использованием теории вероятностей для достижения такой оценки, которая отражала бы с большей точностью объективную ценность какого-либо потребительского свойства.

В практическом плане требуют решения вопросы компетентности и состава экспертных комиссий, применения эталонных рядов и др. средств информации, облегчающих процесс оценки и способствующих объективизации оценок.

Итак, на наш взгляд, экспертный метод оценки качества товаров народного потребления является вполне приемлемым и перспективным. Перспективность экспертного метода подчеркивается также использованием его для прогнозирования качества промышленной продукции.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКСПЕРТНЫХ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ЗАДАЧАХ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Э.П.Райхман

Всесоюзный НИИ стандартизации

Определение уровня качества заключается в установлении насколько конкретный продукт труда с некоторыми значениями показателей качества способен удовлетворить потребности.

В зависимости от целей и условий потребления потребности могут отличаться, что приводит к классификации продукции по назначению. (Например, мужские наручные часы можно условно разделить на универсальные, специализированные и вечерние).

Требования потребителей к продукции одного назначения, как правило, также различны. (Для часов это относится к таким свойствам как эстетические, информационности, точности и защищенности).

Поскольку один и тот же продукт труда по-разному удовлетворяет потребности различных групп потребителей, то он получит различные оценки в зависимости от того, потребности какой группы он удовлетворяет.

Анализ алгоритма комплексной оценки показывает, что для оценки качества товаров народного потребления могут использоваться две группы методов: экспертные и социологические. Представляется, что хотя эти методы имеют много общего, между ними существуют принципиальные различия, которые позволяют считать их, в определенной степени, самостоятельными методами. Эти различия носят как качественный, так и количественный характер и состоят в следующем. Основу экспертного метода составляет направленный отбор экспертов, а социологического – случайный отбор опрошиваемых лиц: экспертную оценку производит небольшой

коллектив (порядка 7-30 человек), а при социологическом опросе выявляется мнение большой группы людей.

Социологические методы имеют по сравнению с экспертными ряд недостатков. Во-первых, трудоемкость организации опроса значительного количества потребителей. Во-вторых, в условиях ограниченности номенклатуры потребитель нередко не может высказать мнение о многих важных свойствах продукции. В-третьих, и это наиболее важно, оценка принципиально новых, еще не опробованных в потреблении свойств, вообще недоступна потребителю.

Главный недостаток экспертных методов заключается в том, что эксперты отбираются, в основном, из высококвалифицированных специалистов в области проектирования и производства, так как они должны хорошо разбираться во взаимосвязи свойств качества, тенденциях развития продукции, быть информированными об основных характеристиках различных видов и модификаций продукции, выпускаемых в нашей стране и за рубежом. Однако они недостаточно информированы о требованиях потребителей и конъюнктуре рынка. Поэтому при анализе и оценке качества целесообразно пользоваться обеими группами методов, которые взаимно дополняют друг друга.

Для сопоставления и анализа оценок качества, выносимых экспертами и потребителями, целесообразно использовать математические модели комплексных показателей качества, полученные с помощью аппарата регрессивного анализа. Необходимая информация получается "Экспресс методом". Он заключается в определении комплексного показателя качества непосредственно из анализа значений отдельных показателей качества, а также эстетических и эргономических показателей (без предварительной оценки показателей и определения их коэффициентов весомости). Другой путь формализации процесса оценки качества основан на

методе опроса.

Проведение опроса экспертов – важнейшая процедура экспертных методов. От точности и однозначности поставленных вопросов в значительной степени зависит объективность получаемых оценок. Организация процедуры опроса базируется на принципах и методах, разработанных в социологии. Опыт получения экспертных оценок показывает, что для опроса экспертов наиболее эффективно применять метод "анкета-интервью". Перед началом работы эксперт должен ознакомиться с подробной пояснительной запиской.

Весьма перспективным направлением в экспертных методах представляется анализ экспертной группы как малой социальной группы. Это позволит использовать аппарат социологии для формирования экспертной группы и организации ее работы на серьезной научной основе.

Вывод : в экспертных методах анализа и оценки качества могут широко использоваться принципы и инструментарий социологии.

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПРЕДПОЧТЕНИЯ КОНСЕРВОВ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ ЭССР

И. Петтай

Тартуский государственный университет

1. В питании населения довольно большое значение имеют консервы. Если в 1965 г. их производилось на каждого жителя ЭССР 74 условных банок, то в 1970г. — уже III условных банок (Народное хозяйство ЭССР в 1970г., Таллин, 1971г., стр.19, 123). В целом по СССР каждый житель расходует в год на консервы в среднем 14,9 рублей, что составляет 3% от денежных расходов на продовольственные товары (Народное хозяйство СССР в 1970 году. Москва, 1972г., стр.13, 260, 584).

Потребление консервов в увеличенном количестве создает для производителей благоприятные условия всестороннего развития производства. При этом производители должны точно знать требования и объем рынка. Для более полного удовлетворения спроса потребителей, необходимо расширить ассортимент и улучшить качество продукции.

2. До появления в продажу многие продукты питания неизбежно проходят стадию консервирования, что дает потребителям возможность значительно сэкономить время. Консервы доступны круглый год. Особенно большое значение имеют консервированные продукты питания зимой (заменяющие фрукты, ягоды). Консервы сохраняются длительное время в обычных условиях и удобны в употреблении.

3. Пищевая ценность консервов — актуальный вопрос. Производитель должен организовать производство так, чтобы производственные условия позволяли максимально сохранить пищевую ценность исходного материала. Производство должно благоприятствовать потреблению, приводить потребителя к использованию наиболее ценного пищевого продукта.

Эффективность ГОСТ-ов повысилась бы, если бы в них учитывали минимальное содержание минеральных веществ и витаминов.

4. Существенное значение имеет и качество сырья. Консервная промышленность не имеет стационарной базы. Добыча некоторых видов сырья зависит от природных условий.

5. Для подтверждения всего вышесказанного в 1971-72 гг. в лаборатории социологии ТГУ по заявке пищевой промышленности Эстонской ССР было проведено изучение предпочтения потребления консервов в крупных городах республики: в Таллине, Тарту, Кохтла-Ярве, Лягну и в Тартуском районе. Целью исследования было выяснение факторов, влияющих на потребление и спрос, а также на предпочитаемые консервы. Методами были: анкетный опрос, интервью с производителями и работниками торговли, дегустирование с пятью группами: мужчины и женщины, занимающиеся тяжелой физической работой, сельскохозяйственные работники, контролеры, студенты.

ЗНАЧЕНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ДОГОВОРОВ В ДЕЛЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОПТИМАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

С. Эренди
Институт экономики АН ЭССР

1. В настоящей работе проанализированы хозяйственные договоры, заключенные текстильными предприятиями Министерства легкой промышленности ЭССР за период 1965-1971 гг. и сделана попытка выявить значение хозяйственных договоров в управлении качества текстильной продукции.

2. Утверждение поставщиков в централизованном порядке непосредственно перед периодом поставки исключает возможность предварительных переговоров с поставщиками о подготовке и поставке продукции с повышенными показателями качества.

3. Стандарты и технические условия тканей характеризуют только техническое качество продукции. Предварительные договоры о поставке тканей в централизованном порядке на основании групп тканей и технических нормативов иногда дезориентируют потребителя, так как в большинстве случаев пригодность ткани для той или иной цели определяют ее художественно-эстетические свойства, а также цена. Поэтому у потребителя должно быть право, особенно у тех, кто выпускает высококачественную продукцию, при заказе тканей указать и желательного поставщика, с которым уже налажено сотрудничество как в отношении качества поставки, цены, так и сроков.

4. В положении о поставках производственно-технических изделий и в положении поставок товаров народного потребления разрешено включать в хозяйственный договор и показатели повышенного качества. Несмотря на такую возможность, за рассматриваемый период не заключено ни одно-

го договора, в котором использовались бы названные показатели. В то же время как текстильные предприятия, так и предприятия, потребляющие ткани, выражают недовольство многими существующими нормативами качества. В ходе исследования выяснилось, что компенсацию затрат в виде надбавки к цене связанных с реализацией продукции более высокого качества, невозможно во время заключения договора уточнить, так как это не входит в задачи договаривающихся сторон. Это невозможно определить и раньше, так как договаривающиеся стороны встречаются слишком поздно, непосредственно перед периодом поставки.

5. Действующие нормативы качества тканей, их сырья и материалов и методы контроля при приеме не всегда гарантируют изготовление продукции стабильного качества на обрабатывающем предприятии, так как часть дефектов обнаруживается порой лишь при обработке. Дополнительную информацию потребляющему предприятию дало бы ознакомление с работой предприятия поставщика на основании соответствующего договора о сотрудничестве. В настоящее время подобный метод не используется, так как потребляющее предприятие не имеет права оценки и выбора поставщика до договора. При изготовлении продукции оптимального качества небезразлично, какой степенью взаимозаменяемости обладают прибывающие материалы в техническом, эстетическом, экономическом и организационном смысле.

6. Особые условия поставки тканей, текстильного сырья и материалов фиксируют требования по части ассортимента, в которых следует добиться договоренности обеих сторон.

В особых условиях поставки тканей перечислены показатели ассортимента и указано, по каким показателям следует обеим сторонам договориться. Особые условия поставки материалов и сырья перечисляют, правда, показатели

ассортимента, но не уточняют по каким показателям необходимо добиться договоренности. Подобное положение ставит текстильное предприятие в тяжелые условия, так как оно обязано детально договориться со своими потребителями по всем показателям ассортимента, не имея гарантии (со стороны поставщиков сырья и материалов), что оно сможет придерживаться этих показателей. Когда отсутствует возможность выбора поставщика, текстильные предприятия находятся в неравном положении со своими потребителями и поставщиками. Уточнение названного ассортимента особенно важно с точки зрения оптимального качества, так как разные виды текстильного сырья имеют очень разные цены и расходы по обработке на потребляющем предприятии.

7. Базы оптовой торговли, которые заключают с поставщиками договоры, недостаточно знают номенклатуру продукции потребляющих предприятий и показатели ее качества, а также его экономическое положение, и поэтому не могут защищать интересы потребителей при заключении хозяйственных договоров. Также эти базы до тех пор пассивны при требовании уплаты штрафов и убытков поставщиков нарушителей, пока эти суммы не отразятся в прибыли базы и экономические затруднения предприятия не окажут воздействие на результаты работы базы. Для улучшения положения следует расширить прямые связи между предприятиями, а также повысить экономическую заинтересованность этих баз при защите интересов предприятий. Часть поступающих штрафов и уплат за убытки следует начислять в остаточную прибыль базы.

8. В ходе данного исследования выяснилось, что только одно текстильное предприятие предъявило поставщику иск для возмещения убытков, вследствие поставки некачественной продукции, который был удовлетворен. Претензии из-за некачественной продукции предъявляются только в виде штрафов, но это противоречит "Положению о поставках това-

ров народного потребления, пункт 90 и "Положению о поставках изделий производственно-технического назначения", пункт 88, в которых указано, что в случае поставки некачественной продукции поставщик должен кроме штрафа возместить весь убыток. Однако это не выполняется по многим причинам:

- отсутствует методика исчисления убытков;
- на текстильных предприятиях отсутствует информация для составления соответствующих расчетов;
- в ведомственном арбитраже имеет место "амнистирование", которое снижает инициативу потребителя в выяснении и предъявлении убытков.

СОДЕРЖАНИЕ



I

- А. Яблонский. Улучшение качества продукции - фактор роста экономических связей 3
- Г. Реккер. О потребительной стоимости при социализме 7
- Х. Метса. Качество продукции и потребление 9
- Н. Перекалина. Качество как отношение производства и потребления 15
- И. Ларин. Некоторые проблемы признания общественной потребительной стоимости при социализме 18
- М. Мильян. Некоторые проблемы качества и потребления продовольственных товаров 22
- М. Федоров. Прогнозирование ассортимента промышленных изделий и вопросы потребления 24
- Р. Ристлаан. Социальная эффективность повышения качества бытового обслуживания 27
- А. Аппак. О социальных и экономических проблемах повышения качества пассажирских перевозок 31
- А. Томсен, С. Смирнова. К вопросу об оценке потребительских свойств жилых домов 34
- В. Педимаа. Об оценке качества продукции своего предприятия инженерно-техническим и руководящим персоналом 37

II

- В. Остицкий. Некоторые тенденции развития потребностей семьи в социалистических странах в условиях современной научно-технической революции ... 40
- О. Вооглайд. Социальные проблемы массового потребления .. 43

К. Платонов, А. Мараховский, Н. Тавер.	некоторые вопросы социально-психологического аспекта художественного конструирования предметно-знаковых систем массовых коммуникаций.....	45
Л. Иванько.	Социологические аспекты изучения культурного потребления трудящихся	48
Г. Азгальдов.	Квалиметрию - на службу народному хозяйству. 51	
Л. Коган, Р. Иванова.	Опыт прогнозирования развития духовных потребностей населения индустриального центра	55
Т. Райтвийр.	Некоторые социально-демографические характеристики потребителей жилища в городе /на примере г. Тарту/	58
П. Андрукович, Л. Гордон, Э. Клопов, А. Терехин.	Опыт выделения типов потребления и типов потребителей с помощью методов многомерной статистики	61
С. Крик де Матео.	Об исследовании потребительского предпочтения хлебо-булочных изделий в крупных городах ЭССР	64
Н. Бажов.	Социологические аспекты исследования аудитории книжного магазина	67
III		
А. Квёрна.	Качество продукции и хозрасчет	70
К. Когер.	К проблеме исследования и использования соревнования в процессе повышения качества продукции	72
Ю. Зыков, А. Рубинштейн.	Социально-экономическая оценка эффективности повышения качества планово-убыточных услуг населению	80
М. Лепп.	Качество труда как фактор качества продукции	84
В. Коалов.	Регулирование производства и качество продукции	86

Ю.Крафт.	О моральном и материальном стимулировании качества продукции	90
Р.Отсепп.	Материальная заинтересованность работников и качество продукции	92
Л.Брутус.	Цена, квазипотребности, квазидефицитность .	94
Е.Задесенец.	Комплексный характер проблемы формирования ассортимента товаров народного потребления.	97
Л.Матвеев.	Ценообразование на продукцию повышенного качества и проблема спроса	99
М.Ташкин.	Об экономическом стимулировании повышения качества продукции	102
А.Герасимова.	Проблемы управления качеством продукции на предприятиях легкой промышленности	105
А.Вихалем.	Стандартизация и научно-технический прогресс	108
А.Цирк.	Об экономико-математическом моделировании в исследовании проблемы качества продукции.	110
В.Тюрк.	Проблема материального стимулирования повышения квалификации рабочих	113
Х.Рейсенбук.	О некоторых проблемах оценки качества товаров народного потребления в связи с использованием экспертного метода	115
Э.Райхман.	Взаимосвязь экспертных и социологических методов в задачах оценки качества продукции	118
И.Петтай.	Об исследовании потребительского предпочтения консервов в крупных городах ЭССР	121
С.Эренди.	Значение хозяйственных договоров в деле обеспечения оптимального качества продукции....	123

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тезисы докладов
республиканского научного симпозиума,
посвященного 50-летию образования СССР
Тартуский государственный университет
СССР, г. Тарту, ул. Вликооди, 18

Ротапринт ТГУ 1972. Подписано к печати 12/У 1972 г.
Печ. листов 8,25 (условных 7,69). Учетн.-издат. лис-
тов 6,6. Тираж 300 экз. Бумага 30x42.1/4.

МВ 12238. Заказ № 588.

Цена 60 коп.

Цена 60 коп.