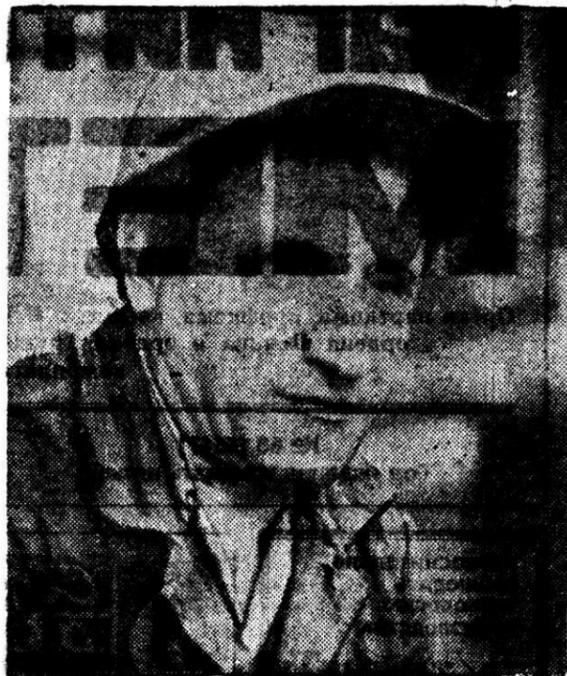


ПЕРЕДОВИКИ ПЯТИЛЕТКИ



В коллективе фасонно-вальце-сталелитейного цеха хорошая слава идет о формовщице участка ручной формовки Михаиле Андреевiche Антонове. Почти тридцать лет трудится он на этом участке. Один из лучших слесарей-ремонтников участка, он ежемесячно выполняет задания до 130 процентов.

Ударник коммунистического труда Михаил Андреевич Антонов награжден высокой правительственной наградой — орденом Трудового Красного Знамени.

НА СНИМКЕ: М. А. АНТОНОВ.

Фото Н. Нестеренко.

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

КАЧЕСТВО — ДЕЛО ПАРТИЙНОЕ

На современном этапе коммунистического строительства борьба за высокое качество является одной из важнейших условий повышения эффективности производства.

Промышленное производство в наши дни характеризуется высокой динамичностью, необходимостью оперативно осваивать выпуск новых изделий при обеспечении оптимального уровня их качества и надежности. В наибольшей мере такого рода требованиям и удовлетворяет система КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий), разработанная при активной поддержке партийных и общественных организаций на ряде предприятий г. Горького и области.

Эта система обеспечивает при частой смене объекта производства достижение уровня качества и надежности с первых же образцов. И достигается это в первую очередь за счет перенесения центра тяжести производственных работ на предпроизводственные этапы.

Комплекс мероприятий, ставший основой КАНАРСПИ, был разработан впервые на Горьковском авиационном заводе им. С. Орджоникидзе в 1958 г. В дальнейшем эти мероприятия обрабатывались и дополнялись на других предприятиях различного профиля. В результате к настоящему времени сложилась глубокая, действенная система управления качеством, отвечающая всем требованиям современного производства.

Многолетний опыт показал, что систему КАНАРСПИ можно успешно применять на предприятиях самых различных отраслей промышленности, транспорта. Сроки доводки новых изделий до заданного уровня качества этой системы позволяют сократить в 2—3 раза, производственный цикл — в 1,3—2 раза, затраты на эксплуатацию уменьшаются в 3 раза.

Система КАНАРСПИ непрерывно совершенствуется. В настоящее время ее использование способствует применению государственных и отраслевых стандартов, а также прогрессивных статистических методов оценки и контроля качества. Областной и городской комитеты КПСС совместно с Госстандартом СССР разрабатывают комплекс мероприятий, обеспечивающих опыт предприятий города и области по использованию и дальнейшему развитию системы КАНАРСПИ на основе комплексной стандартизации.

Успешное проведение этой работы повысит эффективность системы, создаст все условия для успешного решения задач, поставленных XXIV съездом КПСС по качеству выпускаемой продукции.

С. БИМОВ,
секретарь Горьковского обкома КПСС.

Полностью статью С. Ефимова, а также подборку материалов о системе КАНАРСПИ (сущность системы, современное состояние вопроса, экономическая эффективность и др.) — см. журнал «Стандарты и качество», № 3, 1974 г.

Пресс-центр Госстандарта СССР.

И ВОТ в начале этого года — решение: на местах и в общекорпоративном масштабе каждый день подводить итоги трудового соперничества коллективов в борьбе за выполнение плана и социалистических обязательств. Это была новая на нашем предприятии форма гласности в соревновании. С энтузиазмом взялись в цехах за интересное и полезное дело. В доменном цехе, в горно-обогатительном производстве и ряде других зажгли световые табло, цифровые индикаторы, которые стали извещать о достигнутом за рабочие сутки. Иногда целыми делегациями ходили смотреть новинку. Но то ли из-за неумения, а может, по другим каким-то причинам многие цехи так и не внедрили в оной производственный быт современное средство оперативной информации. Но чтобы пальцем не указывали на отсталость, все же имеющиеся на вооружении стенды и доски показателей обновили: пусть будет поскромнее, пусть вместо электричества — меловая записка, а все-таки итоги работы подводятся ежедневно. И то ладно.

Пройдите по цехам главного механика. Не сравните их между со-

нии колокола от громкоговорящей связи.

А в том, что сколько существует на комбинате цехов и участков, столько живет потребностей и вкусов, не схожих меж собой, как небо и земля.

Разностилье буквально захлебнуло комбинат. А на таком зыбком фундаменте уют создавать, что камень в гору катить — силы расходуются, а цель не достигается. В этом году это стало особенно ясно. За наведение чистоты и порядка на территории и внутри цехов взялись решительно все. Но каждый по принципу: чем богаты, тем и рады. Более всего это проявляется в оформлении и содержании «языка» наглядной агитации.

На самом деле, как должен быть оформлен красный уголок? Есть ли правила и нормы, следовать которым можно и должно, творчески, конечно?

«Что ни комиссия в цехе, то свои замечания и рекомендации» — резонно заметил однажды секретарь партийной организации мартеновского цеха № 3 П. Д. Ширинов. И не потому ли, чтобы уж раз и навсегда удовлетворить вкусы всех, красный уголок третьего мартена (как впрочем и первого, и

но подобраны краски. Попробуйте, чья наглядная агитация в прокатных цехах, узнать, как борются прокатчики за приближение долгожданного дня — производства последних тонн проката в счет 200 000 000. И не пробуйте — не узнаете. В лучшем случае можно увидеть лишь лозунги, говорящие о красных датах. И все.

Это нужно — чтоб знали в цехах о главном направлении в социалистическом соревновании. А о дне сегодняшнем? Подвижные, емкие, былые всегда в цель «малые» формы наглядной агитации («молнии», «боевые листки», «тревоги» и т. д.), предназначенные запечатлеть наши будни, повсеместно преданы забвению. О них вспоминают лишь в период строительства новых объектов, в дни крупных ремонтов, реконструкций. Как, например, в 1970 году, когда реконструировался слябинг, или сейчас, когда стоит на ремонте доменная печь № 10. В обычные дни «молнии» — явление, резко отличное от своего «прародителя» — электрического разряда в воздухе. Недавно в одном из основных цехов «молния» «спрыгнула» по случаю события, происшедшего месяц назад. Факт, имевший большой эмоциональный заряд, не прозвучал так, как мог бы прозвучать в свое время...

Не должно быть даже двух красных уголков, похожих, как близнецы, одинаково оформленных кабинетов политического просвещения, коммат секретарей партбюро, цеховых интерьеров, бытовых помещений, пешеходных туннелей, эстакад. Каждый цех вправе самостоятельно решать, как выразить себя наиболее полно, как сделать, чтобы цеховая территория и все, что на ней находится, радовало глаз, привлекало. Решать — значит думать, а не слепо копировать образцы у соседа. Значит, заботиться о своем цехе или участке, не как об уделном уголке, а как о самостоятельной единице, входящей в дружную семью цехов, носящих одно имя — комбинат, естественно обязанных подчиняться единым требованиям производственной эстетики.

Есть ли такие требования на нашем комбинате? Есть. Еще никогда так много не делается для того, чтобы наш гигант стал удобнее, уютнее, краше, как делается в последнее время. Наверное, многие с этим согласятся. Теперь и мы можем кое-что показать любому гостю. Хотя бы — монолитные монумены, воздвигнутые в честь производства первых тонн чугуна, кокса, стали, проката. Хотя бы — душевые цеха подготовки составов, столовую в кожосахимическом производстве. А пройдет совсем немного времени, и «гостевая» зона намного расширится.

Переживает своеобразный этап возрождения и наглядная агитация. Сегодня готовы и готовятся эскизы, призванные украсить облик комбината, устранить кустарщины и самостоятельность в оформлении зданий цехов и территории, подчинить наглядную агитацию единому художественному вкусу, общей цели. По замыслу между пешеходными мостиками, пересекающими дорогу вдоль доменного цеха от проходной № 5 до цеха водоснабжения, будут помещены световые лозунги, все главные транспортные магистрали, высотные здания украсятся тематическими панно. На торце листопроектного цеха № 5, например, расположится оромный стенд (до 60 метров), где будет отражена история нашего комбината и нашей страны.

Руководит всей этой работой партийный комитет. Сейчас в партию широко обсуждаются рекомендации и по оформлению наглядной агитации в красных уголках, в комнатах оменно-встречных собраний и т. д. Будут выработаны основные направления в будущем, нелегко, но нужном деле. И тогда только появятся все условия для успеха начатого. Но потребуются органическая заинтересованность в нем коллективов всех цехов и участков, их творческая выдумка, опыт, знания ради одного — ММК в списках образцовых предприятий должен значиться. И наглядная агитация прежде всего определяет его лицо.

В. КУЧЕР.

В списках должен значиться

ЗА КУЛЬТУРУ И ЭСТЕТИКУ ПРОИЗВОДСТВА

бой ни по характеру производства, ни по чистоте. Но в одном они схожи: вход в каждый цех украшен вывеской, называющей его «имя». Подобных «опознавательных знаков» не удастся увидеть ни в одном из цехов и участков комбината. Написанные от руки, сделанные на эмали, под стеклом и без него, любой формы и цвета — разные, но только не акриловые дюралюминиевые отливки, которые научились года два тому назад делать в фасонно-чунолитейном цехе. Поставив производство вывесок, так сказать, на поток, в цехе надеялись, что желающих заполучить литое изделие будет немало. Ошиблись — заказчики не объявились.

На стенах цеха технологической диспетчеризации, кажется, нет «живого» места — всюду пестрят красные, зеленые таблички с названиями участков, с различными предостережениями, а то и просто обозначающие, на сколько вольт рассчитана розетка. Несмотря на их обилие, таблички эти коряво смотрятся, потому что сделаны профессионально: фотоспособом на тонкой белой жести. Кроме ЦТД, таких указателей нигде не встретишь. Если в коридорах бытовых помещений цехов, возможно, не придется блуждать в поисках нужного кабинета (самодельные таблички есть везде), то непосредственно в цехах указатели — вещь исключительная. Хотя цех технологической диспетчеризации, наверное, смог бы удовлетворить потребительский спрос на них.

О культуре предприятия судят не по состоянию одного или даже нескольких его подразделений, как бы ни были они со вкусом оформлены. Лишь из совокупности многих черт и штрихов складывается его лицо. Если с этой точки зрения посмотреть на наш комбинат, то придется еще раз повторить известное: ММК в списках образцовых предприятий по культуре и эстетике производства не значится.

И не в том дело, что во втором обжимном цехе есть электротабло, а в копровом цехе № 1 его нет, что в механическом цехе есть вывеска, а на стане «500» ее никогда не было, что на пешеходных мостиках висят эмалированные урны, а в цехе технологической диспетчеризации для этой цели приспособили бывшие в употребле-

второго) напоминает рекламный бум, где есть все, начиная от интересно оформленных стендов с обращением ЦК КПСС к партии, к советскому народу, и кончая объявлениями, напех прикрепленными к стене кнопками.

А вот в листопроектном цехе № 6, кроме фотовыставки, в красном уголке другого ничего нет. И не нужно, утверждают руководители цеха.

Вроде бы тоже резонно: помещенные светлые, чистые, архитектурный рисунок его исполнен настолько четко, что нет, казалось бы, нужды привносить в него сторонние элементы, которые не украсят красный уголок, а лишь расцветят его. Отчасти поэтому, наверное, наглядная агитация вынесена в коридоры бытового помещения и в пролеты цеха.

Шестой листопроектный в смысле оформления красного уголка, пожалуй, единственный в своем роде. Красный уголок не «украшен» плакатами по убеждению руководства, которое, правда, можно оспаривать. Но полемика исключается в тех случаях, когда красные уголки зашпунены, недооформлены или перегружены безвкусными плакатами и стендами, мозаичными панно, или архаичны в них сцены, трибуна и прочие нужные в общем-то атрибуты. Как, например, в производстве товаров народного потребления, где красный уголок — точный слепок времен кинофильма «Волга-Волга».

Форме и содержанию наглядной агитации претят пресловутые модные течения, но и она подвластна духу сегодняшних требований к наглядной агитации, как к важному орудию общественно-политического воздействия на сознание трудящихся.

Но все еще приходится сталкиваться с недооценкой, а то и просто с непониманием важности и необходимости умения владеть «языком плаката». Не потому ли во многих случаях наглядная агитация не раскрывает хода борьбы за повышение производительности труда, внедрение новой техники и технологии, повышение качества продукции, редко обновляется и зачастую носит общий, декларативный характер.

Безраздельно, неконкретность наглядной агитации резко снижает ее действенность, даже если удач-