

## ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СМК

Традиционно участники нашей СМК, после проведения анализа и оценки результативности своих процессов (или процедур) приступают к планированию их развития и улучшения процесса, в первую очередь, с точки зрения повышения их результативности. Предложения участников СМК по улучшению своих процессов, процедур, системы в целом на текущий год уже сведены в единый документ (проект) «Цели в области качества на 2015 год». После окончательных согласований и внесения уточнений формулировок он будет утвержден представителем руководства и приобретет статус «документа СМК», определяющего основные направления развития системы на текущий год.

В этом году было дано больше времени на подготовку документа, что обеспечило более тщательное и активное его обсуждение. Поступило больше предложений по проведению мероприятий, внесению изменений в СТО и процедуры. Дополнительные сложности при составлении документа определялись объективными сложностями при формировании производственной программы на первое полугодие, обусловленные кризисным состоянием коммерческого обувного рынка. Неопределенность рыночной обстановки не давали участникам СМК сразу спланировать целый ряд мероприятий. Однако документ был сформирован, все участники СМК, владельцы процессов определили цели в зоне своей компетенции, согласовали с владельцами соседних процессов. Активно обсудили созданный документ, что потребовало дополнительного времени тоже.

В процессе создания «Целей» от ряда владельцев процессов поступали предложения, чтобы пункты конкретных мероприятий, вошедших в «Цели на 2015 год», и стали тем реальным мерилем результативности процесса, а не те формальные и абстрактные, не меняющиеся годами показатели результативности локально – нормативного акта А.1-02. Хотя в 2014 году мы подробно рассматривали этот документ и многое изменили. Но, видимо, у опытных владельцев процессов эти изменения все равно удовлетворения не вызвали. И уже позже при подготовке «Целей» на 2015 год эта инициатива прозвучала и была услышана. В этом году мы рассмотрим это новое предложение и, очень вероятно, его узаконим.

Сама инициатива представляется вполне целесообразной, она сильно упрощает процедуру оценки результативности процесса, дает возможность нам отказаться от устаревшего и громоздкого локально-нормативного акта А.1-02. В дальнейшем такой подход позволит значительно усовершенствовать отбор мероприятий, намечаемых в качестве самих улучшений и целей в области качества.

Бесспорно, возможности улучшения качества являются абсолютно неисчерпаемыми, а «Цели в области качества» - очень важным документом, показывающим посредством чего это достигается.

**А.В. Куренков,**  
представитель руководства,  
**Е.В. Ивкина,**  
менеджер по качеству.



## • На международной выставке "Мосшуз"

Экспозиция 63-й международной специализированной выставки обуви, сумок и аксессуаров «Мосшуз», проходившей в марте в МВЦ «Крокус Экспо» на этот раз располагалась на площади заметно меньшей, чем обычно, и это сразу бросалось в глаза ее участникам и посетителям. Множество фирм, которые каждый раз из года в год демонстрировали здесь свой товар, вынуждены были сегодня отказаться представлять его на этой крупнейшей в Восточной Европе выставке обуви.

Финансово-экономический кризис ощутимо отразился и на оформлении стендов практически всех обувных компаний, которые выглядели проще и скромнее.

Наша площадка Торгового дома «ПК-«Заря» тоже занимала пространство на 50 квадратных метров меньше, чем всегда. Однако при этом коллекция «Осень-зима 2015-2016 гг.» была размещена более рационально и компактно и представлена полно. Так что чисто визуально для большинства посетителей, сосредоточенных прежде всего на содержании стенда, а не на его размерах, сокращение оказалось незаметным.

- Это была непростая для нас задача – показать полно всю коллекцию к моменту открытия «Мосшуз», - подчеркнула начальник отдела сбыта Торгового дома «ПК-«Заря» Оксана Ивановна СУХОВА, - ведь срок проведения мартовской выставки в нынешнем году сдвинулся назад примерно на полмесяца. Эта ситуация создала для нас всех: Торгового дома, ЦМиТ, экспериментального цеха - немалые трудности. Обычно при подготовке осенней коллекции приоритетной является школьная. Потому что розничная торговля начинает работать с ней еще летом в июле. Естественно, в начале марта все образцы школьной коллекции были сделаны, и с них мы начали готовить экспозицию для «Мосшуз». С образцами сезонной обуви для выставки, детской и взрослой, занимались, испытывая жесткий цейтнот, а часть образцов новой коллекции подвозили из экспериментального цеха сразу непосредственно в «Крокус Экспо». Ясно, что в такой обстановке, мы работали на стенде без печатного каталога. Это произошло впервые, было непривычно для нас и поначалу вызывало опасения.

**- Расскажите, пожалуйста, о том, как восприняли посетители коллекцию, как отразился кризис на их предпочтениях, насколько сложнее сейчас работать на выставке?**

- Очень аккуратно делали заказы, вдумчиво, расчетливо. Долго присматривались, прикидывали, уходили-возвращались. Даже если что-то очень понравилось сразу, как например, наши новые школьные фасоны для девочек на каблучке, которых от нас ждали, и тут сразу много не брали – думали. Но, в целом, на эти туфельки клиенты прекрасно

У нас на «Парижской коммуне» состоялась встреча заместителя генерального директора А.В. Куренкова, начальника отдела информационных технологий С.А. Аникина, начальника ЦМиТ Л.А. Вихровой с учеными МГУДТ, во время которой обсуждались возможности сотрудничества университета и фабрики в области отработки и внедрения прикладных маркетинговых программных продуктов в условиях высокотехнологичного массового производства детской обуви на основе импортозамещающих конструкций и технологий.

**На снимке (слева направо): аспирант кафедры художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи МГУДТ Е.Е. Смирнов; заведующий кафедрой информационных технологий, кандидат технических наук, доцент И.Б. Разин; доктор технических наук, профессор И.С. Зак; заведующая кафедрой художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи, доктор технических наук, профессор В.В. Костылева.**



## МНОГО НАХОДОК В МОЛОДЕЖНОМ РАЗДЕЛЕ ЖЕНСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ «RICONTE» И В ДЕВИЧЬЕЙ «ELEGAMI»

отреагировали, и по ним собрался неплохой объем заказа. Также как и по новым фасонам для мальчиков – классические полуботинки из черной замши. Мы ожидали этого, конечно, но клиенты восприняли их так, что это даже несколько превзошло наши ожидания, особенно если делать поправку на кризис. Хотя, несмотря на сложное положение на рынке, интересные новинки готовить обязательно надо. И у нас

они были и в детском разделе, и в женской и мужской обуви. В такие непростые периоды, когда объемы торговли резко снижаются, нужно, как никогда, непременно чем-то удивить покупателя, расшевелить, продемонстрировать то, от чего было бы жаль отказаться, чего явно нет в остатках, которые накапливаются во время кризиса, являются его приметой. И нам удалось предложить то, от чего клиентам было жаль от-

казаться. Ну, и при этом, конечно, было важно не отпугнуть ценой, не обидеть. Елена Владимировна Куренкова, генеральный директор нашего Торгового дома, пристальное внимание, сейчас буквально по каждому фасону и модели, уделяет цене. Совместно с ЦМиТ, с планово-экономическим отделом постоянно, целенаправленно работает над возможностями удешевить без ущерба качеству и дизайну. Это к вопросу о сложности момента. Если заранее тщательно все продумывать при подготовке коллекции, то непосредственная работа на выставке не будет очень трудной, по крайней мере, неожиданностей неприятных не принесет. Наоборот, выставка дала нам определенный оптимизм, уверенность, что правильно выбираем приоритеты. Много удачных находок было предложено модельерами в молодежном разделе женской коллекции «RICONTE» и в девичьей «ELEGAMI», много интересных цветовых решений, которые явно понравились нашим покупателям. Конечно, кризис расставляет приоритеты, заставляет людей экономить и, понятно, что на первый план выходят практичные вещи. Предпочтение отдается обуви более универсальной, подходящей по цвету и фасону ко всем случаям. Вновь становится наиболее популярным черный цвет обуви, непризательный в носке, легкий в уходе. Наши дизайнеры сейчас очень интересно комбинируют черную кожу, лак, замшу с «принтами», это замечают, отмечают и ценят наши покупатели.



**Выставка «Мосшуз» - место встреч с коллегами. На нашем стенде побывал генеральный директор Егорьевской обувной фабрики Сергей Николаевич СОРОКИН. Состоялась беседа, обмен мнениями с нашим генеральным директором ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» Александром Александровичем НИКИТИНЫМ, генеральным директором торгового дома «ПК-«Заря» Еленой Владимировной КУРЕНКОВОЙ о состоянии обувного рынка, о ситуации на производстве в непростой для всех кризисный период.**

## • Гражданская оборона: это должен знать и уметь каждый



12 марта 2015 года с личным составом санитарной дружины проводилось практико-теоретическое занятие по оказанию первой медицинской помощи.

Сандружинницы фабрики приобрели навыки по проведению простейших мероприятий, не терпящих отлагательства, с использованием индивидуальных и подручных средств.

Занятие проводил преподаватель учебно-методического центра ЦАО Москвы Белоусов Алексей Алексеевич. Усвоение учебного материала сопровождалось показом слайдов и отработкой практических приемов по восстановлению дыхания и сердечной деятельности на манекене.

