

Уважаемые студенты!

Вам необходимо внимательно прочитать лекцию на тему: «Продукция: сущность, разновидность и конкурентоспособность», составить конспект данной лекции в своей рабочей тетради по дисциплине: «Основы экономики», выучить материал лекции, письменно в своей рабочей тетради по дисциплине ответить на предложенные ниже контрольные вопросы.

Изучение темы рассчитано на 6 академических часов, то есть на 3 занятия.

Результаты проведенной Вами работы предоставить в виде фото своей рабочей тетради по дисциплине преподавателю на его электронную почту (economylab@rambler.ru). В теме письма обязательно должна быть указана следующая информация: Ф. И. О. студента, группа, название дисциплины.

Обратите внимание!!! При возникновении вопросов по приведенному материалу для консультации обращаться к преподавателю по следующему номеру телефона: (072) 2046739, а также на электронную почту economylab@rambler.ru.

ЛЕКЦИЯ НА ТЕМУ: «ПРОДУКЦИЯ: СУЩНОСТЬ, РАЗНОВИДНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

Цель занятия: раскрыть сущность понятия «продукция», изучить ее разновидность, дать определения понятиям «качество продукции» и «конкурентоспособность продукции».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Сущность понятия «продукция» и ее разновидность
2. Суть, показатели и методы оценки качества продукции

3. Конкурентоспособность продукции

4. Экономическая эффективность качества и конкурентоспособности продукции. Способы ее повышения

1 СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ПРОДУКЦИЯ» И ЕЕ РАЗНОВИДНОСТЬ

Продукция – термин, характеризующий результат производственной, хозяйственной деятельности. Представляет собой совокупность продуктов, явившихся результатом производства отдельной организации (предприятия), отрасли промышленности, сельского хозяйства или всего народного хозяйства страны за определенный промежуток времени. *Номенклатура* – это перечень наименований отдельных видов продукции. *Номенклатура* бывает *централизованной* и *децентрализованной*. *Централизованная номенклатура* формируется путем составления государственных контрактов (финансируется за счет государственного бюджета страны) и государственных заказов (финансируется за счет собственных средств организации (предприятия) и кредитных ресурсов). *Децентрализованная номенклатура* формируется организацией (предприятием) самостоятельно на основе изучения рыночного спроса на свою продукцию и установления прямых контактов с потребителями путем заключения договоров поставок. *Ассортимент* – это разновидность изделий в пределах данной номенклатуры. Всю совокупность продуктов принято подразделять на *средства производства (средства труда и предметы труда)* и *предметы потребления (продовольственные и непродовольственные товары)*.

Показатель совокупного объема продукции дает обобщающую количественную характеристику результатов основной промышленно-производственной деятельности организации (предприятия). Однако эта деятельность настолько сложна, что возникает необходимость в нескольких показателях объема продукции. К таким измерителям конечных результатов производственной деятельности организации (предприятия) относятся:

валовая продукция; товарная продукция; реализованная продукция; чистая продукция.

Валовая продукция – показатель, характеризующий в денежном выражении общий объем производства отдельных организаций (предприятий), фирм, объединений, отраслей народного хозяйства. Исчисляется в действующих и в сопоставимых ценах. В валовую продукцию включаются: стоимость готовых изделий, произведенных за отчетный период в основных, вспомогательных, подсобных цехах; стоимость полуфабрикатов собственного производства и продукции вспомогательных цехов, отпущенных на сторону; стоимость работ промышленного характера, выполненных по заказам со стороны или непромышленных хозяйств и организаций своего предприятия (включая капитальный ремонт и модернизацию оборудования и транспортных средств своего предприятия); изменение остатков полуфабрикатов собственного производства и продукции вспомогательных цехов. В организациях (предприятиях) с длительным циклом в валовой продукции учитывается изменение остатков незавершенного производства. Показатель валовая продукция необходим: для планирования издержек производства; определения потребностей в сырье, топливе, для расчета численности рабочих и фонда заработной платы; установления динамики продукции; для расчета важных показателей, таких как фондоотдача, производительность труда.

Товарная продукция – это продукция, полученная в результате производственной деятельности организации (предприятия), реализованная или готовая для реализации на сторону. В промышленной организации (предприятии) в состав товарной продукции включают: стоимость готовых изделий, изготовленных основными, подсобными цехами, за исключением тех изделий, которые остаются в организации (предприятии) для личного потребления; стоимость полуфабрикатов собственного производства, отпущенных на сторону; стоимость работ промышленного характера, выполненных организацией (предприятием) по заказу со стороны. Этот

показатель применяется при составлении плана в оптовых ценах организации (предприятия), планировании себестоимости и рентабельности, для обоснования плана объемов по реализации.

Реализованная продукция – продукция организации (предприятия), отпущенная заказчику и оплаченная им. В объем реализованной продукции включается стоимость сделанных и реализованных на сторону, своему капитальному строительству и непромышленным хозяйствам своей организации (предприятия) готовых изделий, полуфабрикатов и продукции вспомогательных цехов. В этот показатель включается также стоимость реализованных работ промышленного характера (выполненных как по заказу со стороны, так и на заказ непромышленных хозяйств своей организации (предприятия)), стоимость капитального ремонта оборудования и транспортных средств своей организации (предприятия), стоимость оборудования своего производства, включенного в состав основных фондов организации (предприятия). В составе реализованной продукции учитываются и изменения остатков продукции на складе. Не включается в реализованную продукцию стоимость внутризаводского оборота, то есть стоимость изделий собственного производства, предназначенных для дальнейшей переработки внутри организации (предприятия). Объем реализации определяется в оптовых ценах организаций (предприятий). Показатель реализованной продукции как оценочный показатель тесно связан с качеством продукции, побуждает заниматься изучением спроса и предложения на рынке.

Чистая продукция – экономический показатель, характеризующий вновь созданную стоимость в результате деятельности организации (предприятия) за определенный период. В чистую продукцию воплощаются затраты живого труда данного производственного коллектива. Чистая продукция определяется путем исключения из валовой продукции организации (предприятия) материальных затрат на ее производство (стоимость сырья, материалов, покупных полуфабрикатов, топлива, энергии,

износ основных фондов). При измерении в оптовых ценах организаций (предприятий) чистая продукция включает в себя заработную плату и прибыль. Показатель чистой продукции широко применяется в аналитических целях, главным образом для изучения эффективности производства.

2 СУТЬ, ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Качество – это совокупность свойств продукции, обуславливающих меру ее способности удовлетворять потребности человека в соответствии с ее назначением.

На ряду с качеством существует понятие *технического уровня отдельных видов продукции* – это совокупность только технико-эксплуатационных характеристик.

Уровень качества продукции – это количественная характеристика меры способности того или иного вида продукции удовлетворять конкретный спрос на нее в сравнении с соответствующими базовыми показателями в определенных условиях потребления.

Различают *абсолютный уровень качества*. Находят исчисления выбранных для его определения показателей, не сравнивая их с соответствующими показателями аналогичных изделий.

Относительный уровень качества – сравниваются показатели качества конкретного вида продукции с показателями качества лучших отечественных и зарубежных аналогов продукции.

Перспективный уровень качества – учитывает приоритетные направления и темпы развития науки и техники.

Оптимальный уровень качества – это такой уровень, при котором общая величина общественных затрат на производство и использование продукции в определенных условиях будет минимальной.

В зависимости от назначения определенные виды продукции имеют специфические показатели качества. Наряду с этим используются показатели для оценки большинства видов продукции (изделий).

Показатели качества продукции подразделяются на две группы:

- 1) *дифференцированные показатели (или единичные);*
- 2) *общие показатели качества всего объема продукции, который изготавливает организация (предприятие).*

Показатели назначения характеризуют полезную работу или выполняемую функцию (производительность, мощность, содержание полезных веществ, калорийность).

Показатели надежности – это способность изделия выполнять свои функции с сохранением эксплуатационных показателей (характеристик) на протяжении соответствующего промежутка времени (безотказность работы).

Показатели долговечности – это способность продукции продолжительное время сохранять свою работоспособность в тех или иных условиях эксплуатации (срок службы и технический ресурс).

Показатели ремонтпригодности – это возможность быстро выявлять и исправлять неисправности в технике.

Экологические показатели характеризуют степень вредного влияния на здоровье человека и на окружающую среду (токсичность продукции, содержание вредных веществ).

Экономические показатели отображают меру экономической выгоды производства продукции и приобретения покупателем (цена за единицу изделия, прибыль с одного изделия, уровень эксплуатационных затрат времени и денежных средств).

Эргономические показатели – соответствие технико-эксплуатационных параметров изделия физиологическим и психологическим требованиям работника и потребителя (удобство использования этого изделия, удобство управления, возможность одновременного охвата контролируемых эксплуатационных показателей).

Эстетические показатели определяют эстетические свойства или дизайн изделия (выразительность, цветовое оформление).

Патентно-правовые показатели отображают меру использования новых изобретений при проектировании изделий (коэффициент патентной защиты, коэффициент патентной чистоты).

Методы оценки качества продукции. Для определения уровня качества изделий применяются несколько методов:

1) *объективный* – состоит в оценке уровня качества продукции при помощи стендовых испытаний и контрольных измерений, а также лабораторного анализа (абсолютный уровень качества определяется при помощи этого метода);

2) *органолептический* – основывается на восприятии свойств продукта с помощью органов чувств человека (зрение, слух, вкус) без применения технических измерительных регистрирующих средств. Применяется балльная система оценки показателей исходя из стандартного перечня признаков или свойств, которые наиболее полно охватывают качественные характеристики изделия. Каждой оценке (отлично, хорошо и т. д.) соответствует определенное количество баллов.

3) *дифференцированный метод* предполагает сравнение единичных показателей изделий с соответствующими показателями изделий-эталонов или базовыми показателями технических условий;

4) *комплексный* – определение обобщающего показателя качества оцениваемого изделия. Одним из таких показателей может быть интегральный показатель, который исчисляется через сравнение полезного эффекта от потребления (эксплуатации) определенного продукта (изделия) и общей величины затрат на его создание и использование.

3 КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

Конкурентоспособность организации (предприятия) означает ее способность к эффективной хозяйственной деятельности и обеспечению прибыльности в условиях конкурентного рынка; это способность обеспечивать выпуск и реализацию конкурентоспособной продукции.

Конкурентоспособность продукции – это совокупность ее свойств, отображающих меру удовлетворения конкретной потребности по сравнению с предложенной на рынке аналогичной продукцией. Она означает способность выдерживать конкуренцию на рынке, то есть иметь определенные существенные преимущества над изделиями других товаропроизводителей. Конкурентоспособность товаров закладывается на стадии проектирования, в процессе производства материализуются важнейшие элементы конкурентоспособности изделий: качество и затраты.

Для определения конкурентоспособности продукции необходимо знать:

- 1) конкретные требования потенциальных потребителей к предлагаемому на рынке товару;
- 2) возможные размеры и динамику спроса на продукцию;
- 3) расчетный уровень рыночной цены товара;
- 4) ожидаемый уровень конкуренции на рынке соответствующих товаров;
- 5) определяющие параметры продукции основных конкурентов;
- 6) наиболее перспективные рынки и этапы закрепления на них;
- 7) срок окупаемости совокупных затрат, связанных с проектированием, производством и продвижением на рынок нового товара.

Для управления уровнем конкурентоспособности конкретной продукции необходима информация, характеризующая полезный эффект данной продукции и продукции конкурентов за нормативный срок ее службы и совокупные затраты на протяжении жизненного цикла продукции.

Полезный эффект – это отдача продукции; интегральный показатель, который рассчитывается на основе отдельных объективных показателей качества продукции, удовлетворяющих ту или иную конкретную потребность. Его можно измерять в натуральных единицах, в денежном выражении, в условных баллах.

Совокупные затраты на протяжении жизненного цикла – это такие затраты, которые обязательно необходимо осуществить, чтобы получить от продукции соответствующий полезный эффект.

Количественная оценка конкурентоспособности однопараметрических объектов (например, машин и оборудования):

$$K_{\text{продукции}} = \mathcal{E}_{on} / \mathcal{E}_{nk} * k'_1 * k'_2 * k'_n,$$

где \mathcal{E}_{on} и \mathcal{E}_{nk} – эффективность соответственно оцениваемой продукции и продукции конкурента, единица полезного эффекта / единица валюты;

k'_1 , k'_2 и k'_n – корректирующие коэффициенты, которые учитывают конкурентные преимущества.

4 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ. СПОСОБЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Социально-экономическая эффективность повышения уровня качества и конкурентоспособности продукции состоит в следующем:

1) высококачественная и конкурентоспособная продукция всегда наиболее полно и лучше удовлетворяет общественно-социальные потребности в ней;

2) повышение уровня качества и конкурентоспособности продукции является специфической формой проявления закона экономии рабочего времени: общая сумма затрат общественного труда на изготовление и

использование продукции более высокого качества, даже если достижение такого связано с дополнительными затратами, существенно уменьшается;

3) конкурентоспособная продукция обеспечивает постоянную финансовую устойчивость организации (предприятия), а также получение максимально возможной прибыли;

4) влияние повышения качества продукции оказывается на имидж и конкурентоспособность организации (предприятия).

На уровень качества и конкурентоспособности продукции влияют множество разноплановых факторов. По содержанию и направленности их можно объединить в 4 взаимосвязанные группы:

- 1) *технические;*
- 2) *организационные;*
- 3) *экономические;*
- 4) *социальные.*

Технические – это использование достижений науки и техники в процессе проектирования изделий; внедрение новейшей технологии производства и строгое соблюдение технологической дисциплины; обеспечение надлежащей технической оснащённости производства; совершенствование технических условий.

Организационные – это внедрение современных форм и методов организации производства и управления; совершенствование методов контроля и развития массового самоконтроля на всех стадиях изготовления продукции; расширение прямых хозяйственных связей между производителями и потребителями; обобщение и использование передового опыта в области повышения конкурентоспособности продукции.

Экономические и социальные – это применение согласованной системы прогнозирования и планирования необходимого уровня качества изделий; определение принятых для производителей и потребителей цен на отдельные виды товаров; использование эффективной мотивации труда всех категорий персонала организации (предприятия); всесторонняя активизация

человеческого фактора и проведение кадровой политики, адаптированной к рыночным условиям хозяйствования.

Контрольные вопросы:

1. Изложить сущность понятия «продукция».
2. Назвать и охарактеризовать виды продукции по различным классификационным признакам.
3. Дать определение понятию «качество продукции».
4. Уровень качества продукции: сущность, виды и их характеристика.
5. Перечислить показатели оценки качества продукции и дать им характеристику.
6. Назвать методы оценки качества продукции и охарактеризовать каждый из них.
7. Раскрыть сущность понятия «конкурентоспособность продукции».
8. В чем состоит экономическая эффективность повышения уровня качества и конкурентоспособности продукции?
9. Перечислить факторы, влияющие на уровень качества и конкурентоспособности продукции.