

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 организации», выучить материал лекции, письменно в своей рабочей тетради по дисциплине ответить на предложенные ниже контрольные вопросы.

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 определение понятию «конкурентоспособность продукции».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Сущность понятия «продукция» и ее разновидность
2. Конкурентоспособность продукции

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 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.

Контрольные вопросы:

1. Изложить сущность понятия «продукция».
2. Назвать и охарактеризовать виды продукции по различным классификационным признакам.
3. Раскрыть сущность понятия «конкурентоспособность продукции».