

Продукция организации и её конкурентоспособность

***Продукция – это конечный
результат основной
деятельности предприятия***

- **Продукт** – изделие, получаемое из исходного сырья и материалов технологическим способом, в результате которого свойства исходного материала полностью исчезают, а продукт приобретает самостоятельную потребительскую ценность.
- **Услуга** – вид деятельности, который не меняет натурально-вещественной формы продукта, добавляет к его первоначальной стоимости(цене) определённую сумму, поскольку конечный потребитель продукта в ней заинтересован и согласен её оплачивать.

Выделяют услуги социальные и культурно-бытовые.

- Продукты в их натурально-вещественной форме учитываются в натуральных единицах измерения.
- Основой учёта продукции является денежный измеритель.
- В зависимости от полноты общественно необходимых затрат денежные измерители могут быть представлены по конкретным видам продукции себестоимостью её единицы или ценой.

- Для измерения объёма работы(услуги) может применяться трудовой измеритель, в затратах рабочего времени(часах).
- Вся продукция, производимая на предприятии должна соответствовать требованиям или стандартам и должна быть сертифицирована.

• *Качество продукции*

Это совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением, т.е степень пригодности продукции.

***Качество – величина не постоянная,
она зависит от:***

- Уровня применяемой техники;
- Уровня применяемой технологии;
- Уровня квалификации работников;
- Дисциплины труда.

**Показатели
качества –**

количественная
характеристика
свойств продукции,
составляющая её качество

Частные –

характеризуют технические
и потребительские
свойства продукции

Обобщающие –

характеризуют качество всей
продукции предприятий
независимо от её вида и
назначения

Основные направления деятельности в области качества

(в соответствии с международными стандартами ИСО 9000)

- Планирование качества;
- Управление качеством;
- Обеспечение качества;
- Улучшение качества.

Стандартизация – это:

- важный элемент системы управления качеством изделий;
- Нормотворческая деятельность, которая находит наиболее рациональные нормы и закрепляет их в нормативных документах (стандартах, инструкциях, методиках, требованиях к разработке продукции);

Процессы построения, изложения и распространения стандартов в России регламентирует Государственная система стандартизации Российской Федерации(ГСС).

Категории нормативных документов по стандартизации:

- Государственные стандарты РФ(ГОСТ);
- Отраслевые стандарты(ОСТ);
- Технические условия(ТУ);
- Стандарты предприятий и объединений предприятий (союзов, ассоциаций, концернов, АО, межотраслевых, региональных и других объединений)(СТП)
- Стандарты научно-технических обществ и инженерных союзов, ассоциаций и других общественных организаций(СТО).

- Сертификация в момент покупки позволяет проверить соответствие товара требованиям стандарта.
- **Сертификация** – это совокупность действий и процедур, подтверждающих соответствие фактических характеристик продукции требованиям стандартов или технических условий.

Классификация систем сертификации

- **По кругу участников сертификации** - это национальная, международная, региональная, многосторонняя, двухсторонняя;
- **По правовому признаку** – обязательная и добровольная;
- **По процедуре проведения** – самосертификация, которая по терминологии ИСО называется «заявлением о соответствии», и сертификация третьей стороны.

- В качестве национального органа по сертификации в РФ определён **Госстандарт России.**
- Сертификация третьей стороны может осуществляться как в рамках своей страны, так и в зарубежных центрах, имеющих высокий международный авторитет.

- При соответствии продукции требованиям нормативного документа выдаётся **сертификат**.
- Срок действия сертификата не более трёх лет;

- Конкуренция между предприятиями в основном развёртывается на поле качества продукции.
- Признание обществом затрат производителя реализуется через акт купли-продажи.
- Реализация продукции означает, что она удовлетворяет потребности общества в лице конкретных потребителей.

Конкурентоспособность-это:

- Совпадение свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка.

Товары должны обладать совокупностью химических, физических, эстетических, эргономических и иных свойств, отвечать требованиям и условиям их реализации (по цене, срокам, поставкам, сервису и т.д.).

- Товар должен постоянно проходить проверку на степень соответствия потребностям, которые диктуются вкусами, интересами, модой, предпочтениями определённых групп покупателей.**

- Конкурентоспособность зависит от степени удовлетворённости покупателя товаром.
- Один и тот же товар может быть конкурентоспособным на внутреннем рынке и неконкурентоспособным на внешнем.
- Конкурентоспособность товара меняется в зависимости от конъюнктуры рынка, рекламы и других факторов.
- Товар с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособен, если его стоимость значительно повысилась за счёт придания товару новых свойств, не затребованных группой потребителей, для которых он предназначен.

- Оценка способности товара конкурировать производится путём сопоставления свойств анализируемой продукции с аналогичными свойствами эталонного образца.
- За базу сравнения конкурентоспособной продукции принимают либо потребность покупателя, либо образец.
- Образец – это аналогичный товар , имеющий максимальный объём продаж и наилучшую перспективу сбыта в будущем.
- Качество и конкурентоспособность продукции являются основой выживаемости в условиях жёсткой конкуренции.

Программа выпуска и реализации продукции

- Основная цель предприятия реализуется в процессе выполнения программы выпуска продукции(работ, услуг);
- Производственная программа является ведущим разделом плана предприятия;
- Основанием для формирования программы и ассортимента продукции является изучение конъюнктуры рынка и сбыта изделий;
- Платёжеспособность предприятия зависит от скорости оборота оборотных средств и величины прибыли.

Группы совокупности факторов, определяющих спрос и программу выпуска и реализации продукции

- **Общэкономические**(уровень доходов, цен, сбережений, условий получения кредита, качества);
- **Демографические**(половозрастной состав населения, численность, количество семей, география распределения);
- **Социально-культурные**(уровень образования, профессиональный состав, обычаи, традиции).

- Под производственной программой понимается задание по объёму, номенклатуре, ассортименту, количеству, качеству, срокам изготовления и стоимости подлежащих к выпуску изделий, работ и услуг.

Ассортиментная политика

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы производитель своевременно предлагал определённую совокупность товаров, которые соответствуют профилю его производственной деятельности и удовлетворяют требованиям определённых категорий покупателей.

- Номенклатура – это перечень наименований изделий(работ, услуг, подлежащих выпуску.
- Ассортимент – это перечень наименований изделий по типам, размерам, сортам(категориям качества), маркам в определённых количественных соотношениях.

- При формировании ассортимента вначале определяется **ассортиментная концепция**.
- Основная цель ассортиментной концепции – сориентировать предприятие на выпуск товаров, которые по своей структуре, потребительским свойствам и качеству наиболее полно соответствуют потребностям покупателей.
- Ассортиментная концепция отражает ассортиментную структуру спроса и предложения.

-

Стоимостные результаты производства продукции(работ и услуг)

- Результатом процесса производства является продукция.
- Темпы роста объёма производства и реализации продукции, повышения качества влияют на величину издержек, прибыли и рентабельности.

- **Валовой выпуск** – это выраженная в денежной форме масса произведённых готовых изделий, законченных услуг и произведённых полуфабрикатов.
- **Валовой оборот** – это сумма всех готовых изделий, полуфабрикатов и остатков незавершённого производства во всех подразделениях.
- **Товарная продукция** характеризует объём производства по полностью законченным и подлежащим реализации изделиям, услугам и работам промышленного характера.

- **К незавершённому производству** относится продукция, которая не сдана на склад.
- **Реализованная продукция** характеризует объём готовых изделий, работ, услуг, реализованных и оплаченных в данном периоде, либо подлежащих оплате в данном периоде.