

ЛЕКЦІЯ

ТЕМА: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ЯКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

МЕТА: ознайомлення з характером обліку продукції підприємства в залежності від стадії виробництва, показниками її якості та конкурентоспроможності.

ОСНАЩЕННЯ:

- конспект лекції;
- роздатковий матеріал;
- наглядний матеріал.

ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ ЛЕКЦІЇ:

1. Види продукції в залежності від стадії виробництва.
2. Види вартісного виразу обсягу продукції.
3. Показники якості продукції.
4. Основні елементи управління якістю на підприємстві.

ПИТАННЯ ДЛЯ ВХІДНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Дайте визначення поняттю науково-технічного прогресу.
2. Дайте визначення науково-технічної революції.
3. Дайте визначення поняттю інновацій та інноваційній діяльності підприємства.
4. Охарактеризуйте шляхи розвитку науково-технічного прогресу.

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ:

- розібрати приклади розв'язання задач за темою за підручником Харів П.С. Економіка підприємства: Збірник задач і тестів, К. – 2001р., ст. 128-130;
- розв'язати задачі за темою № 1, 2 за підручником Харів П.С. Економіка підприємства: Збірник задач і тестів, К. – 2001р., ст. 130.

Результат праці частіше виступає в матеріальній формі - у виді продукції. Продукція, що виготовляється на підприємстві, на різних стадіях технологічного процесу знаходиться у виді незавершеного виробництва, чи напівфабрикату готового виробу (продукції).

Готова продукція - це вироби промислового підприємства, що довершені виробництвом, відповідають державним чи стандартам технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю, постачені документами, що засвідчують якість і призначені для реалізації на сторону.

Напівфабрикати - це напівпродукти, технічна обробка яких закінчена в одному з виробництв (цехів) підприємства, але вимагає чи доробки переробки в суміжному виробництві (іншому цеху) цього ж чи підприємства, що можуть бути передані для подальшої обробки на інші підприємства.

Незавершене виробництво - це продукція, що не одержала закінченого виду в межах виробництва, а також продукція, не перевірена ОТК і не здана на склад готової продукції.

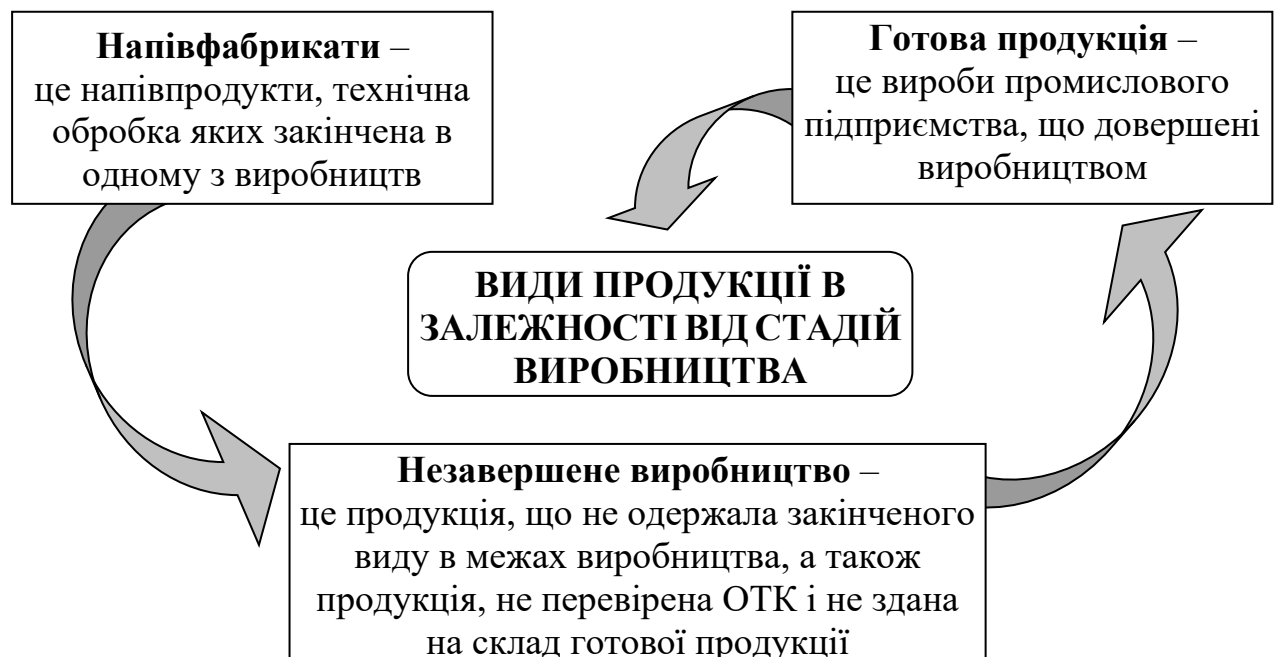


Рис. 1. Види продукції в залежності від стадій виробництва.

Планування й облік виготовлень продукції здійснюється в натуральних (фізичних) і вартісних (грошових) вимірниках. Вимірниками обсягу продукції в натуральному вираженні є фізичні одиниці (т, шт., м), умовно-натуральні (тисячі умовних банок, умовні аркуші шиферу і штуки цегли) і подвійні натуральні показники (виробництво труб - в т и м, тканин - м і кв. м).

Ступінь задоволення потреб ринку характеризує обсяг товарів визначеної номенклатури й асортименту.

Номенклатура - це укрупнений перелік продукції, що випускається підприємством, а **асортимент** - характеризує її склад по видах, типам, сортам і ін. ознакам.

Обсяг продукції у вартісному вираженні визначається показниками:

- *товарна продукція* - це вартість продукції, призначеної для реалізації (готової продукції, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру);
- *валова продукція* - це сума вартості усіх видів продукції, виробленої підприємством і крім елементів, що входять до складу товарної продукції, включає зміна залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість сировини і матеріалів замовника і деяких інших елементів;
- *чиста продукція* характеризує знову створену вартість у результаті промислово-виробничої діяльності підприємства за визначений період. Вона визначається вирахуванням з обсягу валової продукції матеріальних витрат і суми амортизаційних відрахувань;
- *реалізована продукція* - це вартість відпущеної на сторону продукції й оплаченої покупцем у звітному періоді.

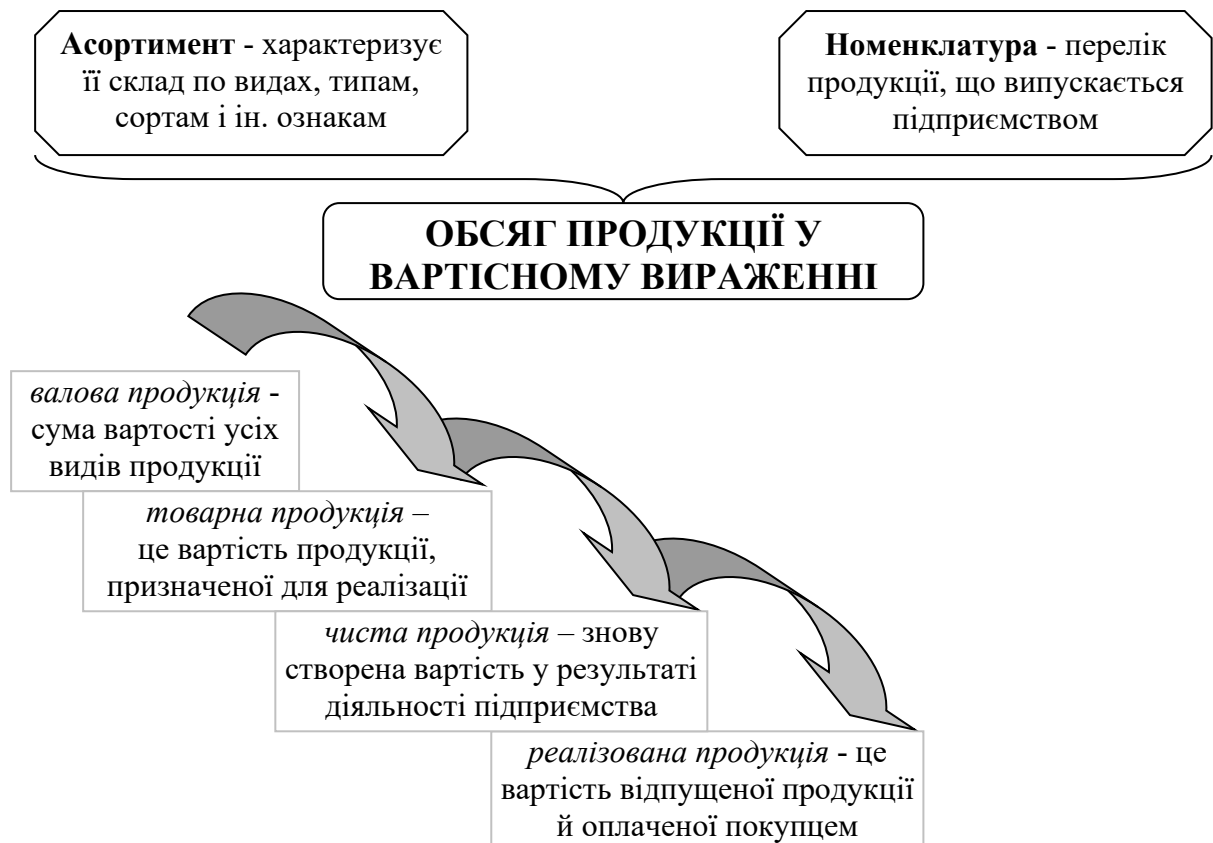


Рис. 2 Види вартісного вираження обсягу продукції.

Якість продукції відноситься до числа найважливіших показників діяльності підприємства. Підвищення якості продукції значною мірою визначає виживаність підприємства в умовах ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, ріст ефективності виробництва, економію усіх видів ресурсів, використовуваних на підприємстві. У сучасних умовах конкуренція між підприємствами розгортається головним чином на поле якості продукції, що випускається.

Якість - сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти визначені потреби у відповідностей з її призначенням.

Покупець вважає якісною ту продукцію, що відповідає умовам споживання незалежно від того, які специфічні потреби їй призначалося задовольняти.

Якість як економічна категорія - це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, що явно виражені чи потенційно закладені в товарі.

Потреби звичайно виражаються у властивостях, у їхньому порівнянні з аналогічними властивостями базового, чи еталонного, зразка. Такими властивостями можуть бути вага, габарити, продуктивність, колір, надійність, довговічність і ін. Усі **властивості продукції** виділені в групи показників:

- призначення (продуктивність, модність, діапазон виміру);
- надійність і технологічність;
- уніфікація і стандартизація;
- естетичності;
- ергономічність;
- транспортабельність;
- патентно-правові показники;
- екологічні показники та безпеки експлуатації.

Показники призначення характеризують основну функціональну величину корисного ефекту від експлуатації виробу. **Показники надійності** характеризують виріб з погляду надійності експлуатації - безвідмовність,

ремонтпридатність, довговічність і т.д. **Показники технологічності** - показники, що забезпечують раціональне використання матеріалів, засобів праці, і часу процесу технологічного циклу. **Показники стандартизації й уніфікації** характеризують насиченість продукції стандартними, уніфікованими й оригінальними складовими частинами, а також рівень уніфікації в порівнянні з іншими виробами. Усі вироби можуть бути підрозділені на стандартні, уніфіковані й оригінальні. Чим вище коефіцієнт стандартизації й уніфікації виробу, тим краще з погляду виробництва й експлуатації. **Ергономічні показники** відбивають зручність експлуатації виробу людиною. Взаємодія людини з виробом виражається через відповідність параметрів виробу комплексу антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини. **Естетичні показники** характеризують композиційна досконалість виробу (сполучення квітів, виразність форми). **Показники транспортабельності** відбивають ступінь можливості транспортування виробу різним транспортом без порушення його властивостей. **Патентно-правові показники** характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції. **Екологічні показники** відбивають ступінь впливу шкідливих впливів на навколишнє середовище, що виникають при збереженні, чи експлуатації споживанні продукції. **Показники безпеки** визначають ступінь безпеки експлуатації і збереження виробу, тобто забезпечують безпека при дотриманні умов експлуатації, ремонту, простою.



Рис. 3 Показники якості продукції.

Зазначені показники якості в сукупності є основою комплексної системи керування якістю. **Принцип комплексності** означає, що досягнення цілей системи якості можливо лише при створенні необхідних умов і включенні усіх факторів, що впливають на якість.

В умовах ринку задоволеність конкретного споживача сукупністю пропонованих йому властивостей у товарі знаходить вираження в акті купівлі-продажу. Такий збіг властивостей, характеристик товару і вимог споживача, при якому дотримуються інтереси виробника і споживача, що означає повну відповідність товару умовам ринку, називається його конкурентноздатністю.

Конкурентноздатність продукції визначається комплексом споживчих (якісних і кількісних) характеристик, що дозволяють задовольняти особливі умови ринку. **Конкурентноздатність товару визначається** (на відміну від якості) тільки тією сукупністю властивостей, що становлять безсумнівний інтерес для визначеної групи покупців і забезпечує задоволення даної потреби. Інші характеристики і властивості продукції в увагу не приймаються. Товар з більш високим рівнем якості може бути менш конкурентноздатний, якщо його вартість значно підвищилася за рахунок додання товару нових властивостей, не викликаних групою споживачів, для яких він призначений. Крім того, той

самий продукт може бути конкурентноздатний на внутрішньому ринку і неконкурентоспроможний на зовнішньому, і навпаки.

У ринковій економіці існує безліч показників конкурентноздатності і методів їхнього визначення. Найбільший інтерес для економістів представляють розрахунок групових показників по економічних параметрах.

Показники якості продукції важливі для визначення всієї сукупності властивостей і характеристик виробу. Будучи продуктом праці, якість товару нерозривно зв'язано як з вартістю, так і з споживчою вартістю. Споживача цікавить не природа продукту, а те, що продукт стає товаром, володіє споживчою вартістю. У момент здійснення акта купівлі-продажу покупець підтверджує відповідність даного товару умовам ринку. Чим більша кількість покупців підтвердило таку відповідність, тим вище буде конкурентноздатність продукції.

Перехід, що відбувається в Україні, до ринку змушує по-новому глянути на проблему якості і конкурентноздатності продукції. Якщо не сьогодні, то завтра розвинутий конкурентний ринок буде диктувати рівень і динаміку розвитку якості продукції. У зв'язку з цим перед виробниками продукції виникають задачі планування і керування якістю, обліку витрат, вибору більш економічного варіанта досягнення визначеного його рівня в умовах мінімізації інвестування і прискореного розвитку науково-технічного прогресу.

Основними елементами механізму керування якістю продукції на підприємстві є: стандартизація і сертифікація продукції; внутрішні системи якості; державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил; внутрівиробничий і технічний контроль якості.

Стандартизація - це встановлення і застосування правил з метою упорядкування діяльності у визначеній галузі.

Стандартизація охоплює встановлення:

- одиниць вимірів, термінів і позначень;
- вимог до якості продукції, сировини, матеріалів і виробничих процесів;
- єдиної системи показників якості продукції, методів її іспиту і контролю;

- вимог, що забезпечують безпеку праці і життя людей, а також схоронність матеріальних цінностей;
- єдиних систем класифікації і кодування продукції, носіїв інформації, форм і методів організації виробництва і т.п.

Основою стандартизацією є стандарти і технічні умови.

Стандартом називається нормативно-технічний документ, що установлює вимоги до груп однорідної продукції, а в необхідних випадках до конкретної продукції, правила, що забезпечують її розробку, виробництво і застосування.

У залежності від сфери дії, змісту і рівня твердження нормативно-технічні документи підрозділяються на: державні стандарти (ДСТ), галузеві стандарти (ОСТ), стандарти науково-технічних і інженерних товариств, стандарти підприємств (СП), а також міжнародні стандарти.

Технічні умови - нормативно-технічний документ, що установлює вимоги до конкретної продукції (моделям, маркам).

Сертифікація - це установлення відповідності продукції конкретним стандартам (в основному міжнародним - ІСО серії 9000) чи технічним умовам і видача відповідного документа (сертифіката).

Сертифікація - найважливіший фактор поліпшення продукції, діючий механізм керування її якістю, що дає можливість об'єктивної оцінки її конкурентноздатності, придатності, відповідності вимогам екологічної чистоти.

Державний нагляд за якістю здійснює Державний комітет України по стандартизації, метрології і сертифікації і його територіальні органи - центри стандартизації, метрології і сертифікації.

Внутрівиробничий технічний контроль на підприємстві здійснює відділ технічного контролю (ОТК), головною задачею якого є забезпечення необхідного рівня якості, зафіксованого в нормативно-технічних документах, шляхом безпосередньої перевірки кожного виробу і цілеспрямованого впливу на умови і фактори, що формують його.

Основними задачами керування якістю продукції на підприємстві на сучасному етапі є:

- систематичне приведення рівня якості продукції до існуючого, що зароджуються чи прогнозним потребам ринку, а також цілеспрямований вплив на розвиток потреб;
- забезпечення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- визначення завдань по модернізації продукції, що випускається, і створенню нових видів продукції;
- визначення складу цільових програм якості й ін.



Рис. 4 Основні елементи управління якістю на підприємстві.

Система якості охоплює всі життєві цикли продукції. Типові етапи життєвого циклу у своїй сукупності утворюють **"петлю якості"**.

Функції керування якістю притаманні кожному етапу "петлі якості". Однак, що узагальнюють і направляють показниками керування якістю є економічні проблеми. Економічні проблеми визначають орієнтацію систем керування якістю, як і усієї виробничої діяльності на їхню високу ефективність на всіх етапах життєвого циклу продукції. **Обмеженості** впровадження систем якості носять уже не методологічний, а економічний і чисто практичний характер, **причинами** яких є:

- обмеженість організаційно-технічної і матеріальної бази підприємства,

- відсутність (чи недостатність) кваліфікованих кадрів,
- відставання в автоматизації технологічних і управлінських процесів.

Сучасна політика передових вітчизняних і закордонних підприємств в **області якості** полягає у взаємозв'язку і невіддільності її від загальної політики підприємства. Технічна, економічна і соціальна політика розглядаються як природний результат чи засіб успішного рішення **задач якості**:

- розширення чи завоювання нових ринків;
- досягнення технічного рівня продукції, що перевищує рівень ведучих підприємств;
- поліпшення найважливіших показників якості продукції;
- зниження рівня дефектності виготовленої продукції;
- розвиток мережі сервісних послуг;
- збільшення термінів гарантії на продукцію, що випускається.

Для успішної реалізації цих задач необхідно виділити основні напрямки і визначитися в загальних принципах дій в області якості.

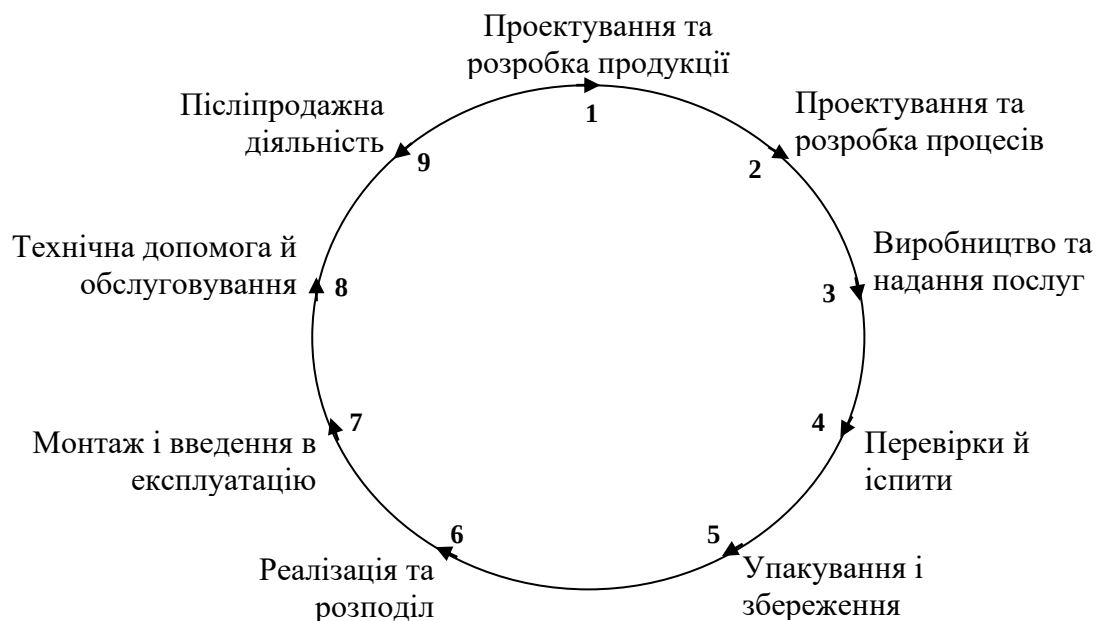


Рис. 5 «Петля якості»

Напрямки в області якості власне кажучи і є стратегією розвитку, розробка якої дасть можливість підприємству добре зважити реальні можливості в здійсненні своїх планів.

Визначення напрямків має на увазі виділення пріоритетних напрямків діяльності і розміщення акцентів у додатку зусиль працівників підприємства

при рішенні раніше позначених задач. Їхня розробка здійснюється на основі альтернативних (прогнозних) варіантів розрахунку прибутку, можливих витрат по кожному з напрямків і вибору оптимального з урахуванням позитивних моментів. З позицій підприємства існує два підходи для досягнення визначеного рівня якості. Перший підхід полягає в можливості досягнення заданого рівня якості за один цикл, чи етап. Другий підхід - поетапне фінансування підвищення рівня якості в міру нагромадження фінансових засобів на ці мети. В умовах ринкової економіки кожної з розглянутих походів може бути тактично виправданим.

В умовах обмеженості засобів підприємство не в змозі виділити необхідні ресурси для проведення великомасштабних акцій по поліпшенню якості. Тому першочерговою задачею підприємство вважає підвищення якості продукції за рахунок упровадження нововведень і віднесення витрат на чи собівартість за рахунок інноваційних відрахувань.

Створення **високої якості** продукції завжди зв'язано з додатковими витратами часу, необхідного для нагромадження фінансових засобів і здійснення нового витка якості на більш високому рівні. Така **стратегія** у формуванні необхідного рівня якості за рахунок капіталоутворюючих інвестицій містить елемент "запізнювання" і використовується далеко не завжди. В останні роки перший підхід стає більш актуальним, тому що має досить вагомі **переваги**.

По-перше, він забезпечує велику централізацію і координацію всіх стадій проектування і виробництва виробів. По-друге, цей підхід виводить підприємство на рубежі світового рівня чи якості його випередження. У зв'язку з цим підприємство може користатися всіма перевагами глобальної інтеграції:

- зниженням витрат, зв'язаних з використанням міжнародного поділу праці;
- прискореними термінами впровадження на ринок;
- можливістю застосування інформаційних технологій;
- доступністю джерел сировини;
- використанням зроблених технологій, винаходів і т.д.

По-третє, досягається "стрибок" рівня якості, що забезпечує підприємству переваги вищого порядку в більш тривалому тимчасовому інтервалі.

Великі фірми можуть застосовувати також і змішану стратегію, діючи глобально, де це можливо, і локально, де необхідно. На державному рівні практика фінансування і кредитування повинна бути спрямована на добір високоефективних проектів, розробку й освоєння нової прогресивної продукції, надання підприємствам пільг по платежах у бюджет у випадку освоєння високоефективної продукції.

Сучасна стратегія фінансування полягає в тім, що висока якість і задоволення споживача повинне супроводжуватися зниженням витрат виробництва при зниженні ступеня ризику і підвищенні ефективності вкладень засобів на ці мети.

Реалізація політики в області якості відбувається через сформовану систему якості, головною функцією якої є керування якістю в умовах ринкової економіки.