

## 5. Расчет влияния качества на среднюю цену реализации

Сорт молока	Цена реализа- ции, руб.	Удельный вес, %			Изменение сред- ней цены реали- зации, руб.
		план	факт	факт к плану, (+)	
1	241	78	87	9	21,7
2	215	20	13	-7	-15,1
Несортовое	203	2	0	-2	-4
Всего	X	100	100	X	+2,6

Приведенные приоритеты повышения качества молока на уровне конкретного предприятия не являются исчерпывающими, однако их реализация является необходимой.

### Литература:

1. Гринвич, Креймес М. Что определяет качество молока // Животноводство. – 1993.- № 9. – С.18-19.
2. Дугин П.И., Шевцов В.П. Эффективность производства молока. – М.: Нива России. – 1992. – 110с.
3. Зыков Ю.А., Матвеев Л.А. Ориентация хозяйственного механизма на повышение качества продукции. – М.: Экономика. –1986. – 97с.
4. Олконен А.Г. Производство высококачественного молока. – М.: Колос.- 1982. –173с.

УДК 631.15 : 33

### КАЧЕСТВО, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Климова, кандидат экономических наук

В числе приоритетных мер и действий самих предприятий по укреплению экономического положения находится повышение качества продукции. Действительно, качество и эффективность функционирования агроформирований имеют прямо пропорциональную связь. Качество воздействует на значения экономических показателей: способствует снижению себестоимости единицы продукции, росту производительности труда, увеличению величины прибыли и т.д. (в схеме 1 приведена взаимосвязь между качеством и показателями эффективности). Однако адекватно сложившейся ситуации в российской экономике, у предприятия с производством продукции высокого качества финансовые резуль-

таты могут быть и ниже, чем у предприятия, выпускающего менее качественный товар. Эта диспропорция состоит в том, что затраты на повышение качества не окупаются. Диспаритет цен (неэквивалентность) на различные виды продуктов труда (в особенности сельскохозяйственную продукцию), инфляционные процессы не стимулируют вложение денежных средств в инвестиционные проекты «Качество продукции». Хотя в последнее время – и это положительный момент – товаропроизводитель все больше убеждается, что покупатель готов заплатить дополнительную цену за более качественный товар; ожидает дальнейшее повышение их качественных характеристик; является приверженцем конкретной продукции, если качество его удовлетворяет; чутко реагирует на изменения в технологическом процессе; предъявляет рекламацию на каждый дефект. Политика в области качества на этапе построения рыночной модели управления экономикой должна акцентировать внимание на потребителях, их нуждах и запросах.

Учитывая открытость внутреннего рынка, у потребителей повышается уровень запросов, и все больше он ориентируется на качество продукции. Это вызвано в первую очередь поддержанием состояния здоровья. Не для кого не секрет, что за период с 1995 года возрос ввоз почти всех продуктов питания. Более того, значительная часть этих продуктов некачественна. В 1999 г. забраковано и снижено в сортности, в процентах от общего объема проинспектированных товаров: 1) мясо импортное – 70,1 отечественное – 7,1; 2) масло сливочное и топленое: импортное – 71,1 отечественное – 16,9; 3) маргарин и майонез: импортное – 34,0 отечественное – 24,0; 4) крупа: импортная – 30,4 отечественная – 17,2.

Кроме того, за период с 1990-1999 гг. потребление молока и молокопродуктов на душу населения в России снизилось на 171 кг и составило в 1999 г. 215 кг. Одновременно снижается калорийность основных продуктов питания: овощей, фруктов, сахара, рыбы и рыбопродуктов, маргарина и других жиров, яиц, а в особенности молока и молокопродуктов (на 7,3%).

Удовлетворение интересов, пожеланий и растущих запросов граждан в сфере приобретения продукции высокого качества становится возможным в процессе взаимодействия товаропроизводителя и потребителя.

С точки зрения производителя производство товара декларированного уровня качества повышает конкурентоспособность продукции и самого предприятия, позволяет занимать устойчивое положение на рынке, стимулирует объемы продаж, поддерживает имидж. Руководителям, которые осознали, что качество один из реальных путей и гарантия выживания в возрастающей конкурентной среде удастся обеспечить надежный сбыт продукции, создать необходимую потребительскую сферу сер-

виса, а по некоторым по определенным позициям завоевать рынки ближнего зарубежья. Качественная продукция открывает экспортную дорогу на платежеспособные западные рынки.



### Схема взаимосвязанной системы качества продукции и результатов деятельности предприятия.

Важным методологическим вопросом являются подходы по определению экономических выгод в результате повышения качественных характеристик продукции независимо от сферы его производства. Экономическая оценка качества может быть охарактеризована уровнем качества. Для определения уровня качества (Ук) продукции молочного скотоводства используют следующие методики:

1. Средний коэффициент сортности = объем молока 1 сорта / общий объем проданного молока;
2. Уровень качества = средняя цена реализации / цена 1 сорта;
3. Уровень сортности = стоимость продукции всех сортов / возможная стоимость продукции по цене 1 сорта.

Необходимо отметить, что определение уровня качества через цену реализации не совсем адекватно, поскольку наблюдается значимое несовершенство ценового механизма. В таблице приведен индекс цен 2 сорта и несортной продукции к цене первосортного молока.

**Индекс цен реализации по сортам**

Сорт	1997 г.	1998 г.	1999 г.
1	1	1	1
2	0,90	0,91	0,89
Несортное	0,83	0,82	0,84

Данные таблицы показывают, что между ценами незначительная разница. В 1999 году цена на второсортную продукцию снижена, но одновременно уменьшается разница между ценами на молоко 2 сорта и несортное. Такая ситуация не стимулирует повышение качества.

Формирование ценовой политики – проблемный вопрос, решение которого требует достаточно много времени и средств, так как определение качественных характеристик того или иного продукта упирается в отсутствие необходимого оборудования, информационной базы. Тем не менее целесообразно предложить следующую методику формирования цен на молоко с учетом качества продукции на момент реализации: отменить цены по сортам, а использовать среднюю цену за стандартную продукцию, к цене дополнительные надбавки за превышение базисных показателей по жиру и белку (и наоборот). Пример, базисная величина жира – 3,6%, белка – 3,4%. Фактическая величина жира – 3,8%, белка – 3,12%. Корректировка цены:

1. Цена реализации стандартного молока - 5 руб./кг

2. Корректировка по жиру:  $+0,2\% \times 0,8 \text{ руб./кг}$  (надбавка за каждый % превышения нормы) = 0,16 руб./кг.

3. Корректировка по белку:  $-0,28\% \times 1 \text{ руб./кг.} = -0,28 \text{ руб./кг.}$

Итого корректировка по качеству:  $+0,16 + (-)0,28 = -0,12 \text{ руб./кг.}$

Расчетная цена для предприятия:  $5 + (-)0,12 = 4,88 \text{ руб./кг.}$

Стандартной продукцией признавать ту, которая соответствует санитарно-гигиеническим показателям (кислотность, бактериальная обсемененность, механическая загрязненность) первосортного молока, согласно действующему ГОСТу 13264-70. Все молоко должно быть охлажденным.

В соответствии с этим возникает потребность в совершенствовании методики сертификации и стандартизации продукции, обоснования ее законодательной и нормативной баз, требующие отдельного глубокого изучения.

## Литература

1. Моисеев А.И., Рыжков Г.Р. Основы стандартизации и управление качеством продукции. – М.: Колос. – 1993. –301с.
2. Сосницкий В.В. Управление конкурентоспособностью – основа эффективной деятельностью сельскохозяйственных предприятий. – Тезисы докл. междуна. конференции.- Орел. – ГАУ. 2000. – С.22-24.
3. Толстова А. Определение качества и стоимости молока в Финляндии. // Молочное и мясное скотоводство. – 1992. -№4. – С.28-30.
4. Шнейдер Н.М. Учет качества в закупочных ценах на молоко. Тезисы докл. Всесоюзн. науч. конференции «Развитие кооперации и совершенствование хозяйственного механизма в АПК». – М. –1990. – С.107-109.

УДК 637.5

### ПЕРЕРАБОТКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.А.Навасардян, аспирантка

В период реформ ситуация в животноводстве Ульяновской области остается нестабильной. Хозяйства по-прежнему не имеют достаточных финансовых средств для приобретения высокопродуктивного скота, комбикормов и кормовых добавок, испытывают острый недостаток концентрированных кормов собственного производства. В результате продолжает снижаться производство продукции животноводства, в том числе и продукция его переработки.

Основным сырьем для производства мяса и мясопродуктов является крупный рогатый скот, свиньи и овцы. Кроме них, в переработку поступают на мясо кролики, козы, буйволы и лошади, мясо которых составляет небольшой удельный вес в общем производстве мяса и используется, главным образом, для выработки колбасных изделий.

Переработка мясной товарной продукции в Ульяновской области, главным образом, ведется на специализированных промышленных предприятиях-комбинатах. Таких предприятий в области насчитывается семь. Это АООТ "Лесная дача" Барышского района, мясокомбинат "Ульяновский" г.Ульяновска, "Сервелат" – р.п. Новоспасское, "Бекетовский" Вешкаймского района, "Димитровградский комбинат мясных продуктов" – г.Димитровград, "Инза" – г.Инза, "Чердаклинский" – р.п. Чердаклы.

Большинство перерабатывающих предприятий области находится в сложном финансовом положении: увеличивается количество нереализо-