

приятно дает крупный эффект. В таблице представлена динамика изменения материальных затрат на 1 руб. товарной продукции по предприятию в целом и по фабрикам за 2007-2008 годы.

Таблица – Анализ деятельности материальных затрат на 1 руб. товарной продукции с учетом структуры производства ОАО «Витебские ковры»\*

квартал	Фабрика прошивных ковровых изделий			Фабрика нетканых материалов			Предприятие		
	2007	2008	Темп роста, %	2007	2008	Темп роста, %	2007	2008	Темп роста, %
I	75,42	73,96	-1,94	66,79	65,17	-2,43	71,31	68,37	-3,9
II	68,89	66,71	-3,16	64,13	64,91	1,22	67,93	65,35	-3,8
III	74,26	68,97	-7,12	60,65	62,75	3,46	71,18	70,36	-1,13
IV	76,85	66,80	-13,08	65,03	68,56	5,43	69,49	67,66	-2,63
год	74,29	68,72	-7,50	64,30	65,57	1,98	69,96	67,99	-2,82

\*Источник: составлено автором по данным предприятия

Таким образом, материальные затраты на 1 руб. товарной продукции по предприятию в целом уменьшились на 2,82%, что говорит о том, что организация направляет свою деятельность на сокращение издержек, а следовательно, на увеличение эффекта от производственно-хозяйственной деятельности.

#### Список использованных источников

1. Головачев, А.С. Экономика предприятия : учеб. пособие ч.1 / А. С. Головачев. – Минск : Вышэйшая школа, 2008 – 447 с.
2. Ермалович, Л. Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятий : учеб. пособие / Л. Л. Ермалович. – Минск : Современная школа, 2006 – 736 с.
3. Ильин, А. И. Экономика предприятия : краткий курс / А. И. Ильин. – Минск : Новое знание. 2007. – 236 с.

УДК 658.5 (476.5)

## ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «ЗНАМЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ»

**О.В. Корень, А.П. Суворов**

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции организация должна учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой, — наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении.

Продукция, производимая ОАО «Знамя индустриализации», пользуется постоянным спросом. За последние годы ассортимент предприятия значительно расширился за счет запуска в производство новых моделей и использования перспективных видов сырья от отечественных и зарубежных производителей.

Анализ структуры ассортимента показал, что в 2009 году стало выпускаться больше изделий мужских, женских шерстяных пальто, полупальто и курток. В связи с увеличением выпуска изделий из шерстяных и натуральных тканей уменьшился выпуск изделий из смесовых тканей, а также пиджаков и мужских брюк,

женских юбок и жакетов. Продукция предприятия сертифицирована товарными знаками качества РБ, РФ, соответствует требованиям системы менеджмента качества ИСО 9001. При разработке моделей учитываются тенденции мировой моды, а также пожелания покупателей и торгующих организаций.

ОАО «Знамя индустриализации» формирует объем продаж в следующей последовательности: рынки стран СНГ, продажа в РФ, продажи на внутреннем рынке.

Поставка товара на внутренний рынок имеет ряд недостатков и преимуществ. Положительным является достаточная рентабельность, гарантированная оплата продукции по инкассовой форме расчёта. Недостатком – ограниченные финансовые возможности покупателей республики, и связанная с этим сложность в формировании товарного рынка РБ, а также необходимость валютных средств для закупки импортного сырья и комплектующих для выполнения заказов торговли.

Анализ выполнения плана по ассортименту по методу среднего процента представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ ассортимента продукции ОАО «Знамя индустриализации»

Ассортимент	2007 год		2008 год		2009 год		Выполнение плана, %	Засчитывается в план
	Выпуск продукции, тыс. шт.							
	план	факт	план	факт	план	факт		
Пальто	237,13	222,993	215,426	206,82	217,5	211,58	97,29	211,58
Костюмы	-	-	0,513	0,513	3,95	4	101,27	3,95
Плащи	2,795	2,024	13,823	13,355	6,01	2,04	33,94	2,04
Пиджаки	9,351	9,466	10,646	10,755	9,5	4,357	45,86	4,357
Брюки	24,027	22,831	19,660	19,793	20,71	20,98	101,3	20,71
Юбки	6,372	6,675	2,642	2,700	4,85	5,36	110,52	4,85
Куртки	18,170	17,613	11,620	12,154	10,65	4,17	39,15	4,17
Жилет	68,227	63,453	78,316	83,714	103	105	101,94	103
Китель	0,3	0,310	0	0,012	0	0	-	-
Прочие	0,76	0,778	9,406	10,237	10	10	100	10
ИТОГО	367,139	346,143	362,052	360,053	386,17	385,49	99,82	364,65 7

Источник: составлено авторами по данным предприятия

Для обеспечения устойчивого положения на рынке предприятие должно постоянно совершенствовать ассортимент производимых товаров.

Коэффициент выполнения плана по ассортименту составил 0,944; коэффициент выполнения плана по номенклатуре – 0,26. В целом за анализируемый период план по ассортименту недовыполнен, отклонение составило 0,18 процентных пункта. Выпуск продукции в 2009 году равен 385,49 тыс. единиц против 386,17 тыс. единиц запланированных на этот же период. Разница составила 0,68 тыс. шт. изделий. Изучение внутреннего рынка сбыта продукции показало, что основная продажа изделий в 2009 году приходится на Витебскую область (25%) и Минск (25%). Остальные 50% распределились по городам Могилёв (10%), Гродно (12%), Брест (10%), Гомель (11%), и Минская область (7%). Существенным фактором,

определяющим уровень конкурентоспособности продукции, является обновление ассортимента, освоение новых видов изделий.

Таблица 2 – Обновление ассортимента продукции на ОАО «Знамя индустриализации»

Период	Разработано моделей, ед.	Запущено моделей в производство, ед.	Из них новых моделей, ед.	% обновления ассортимента
2007	646	616	524	85,1
2008	592	630	456	63,0

Составлено авторами по данным предприятия

Представленные данные позволяют сделать вывод, что обновление ассортимента в 2008 г. проходило менее интенсивно, чем в 2007 году, т. к. процент обновления ассортимента снизился на 22,1% (с 85,1% в 2007 году до 63,0% в 2008 году). Для дальнейшего повышения конкурентоспособности ОАО «Знамя Индустриализации» должно обновлять и расширять ассортимент мужской, женской одежды, одежды для молодежи за счет выпуска изделий с использованием современных высокотехнологичных тканей и материалов, различных отделок, улучшать качество изделий, осваивать и внедрять новые прогрессивные технологии и правильно формировать ассортиментную политику.

УДК 658. (476.5)

## О НЕКОТОРЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*И.П. Сысоев, Н.И. Горюшкина*

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

В современных условиях коммерческие организации гораздо больше времени должны уделять таким областям деятельности, как реализация и сбыт продукции, увеличение доходов и улучшение своего финансового состояния, чем собственно управлению производством с целью снижения издержек. Поэтому главным является способность произвести продукцию, пользующуюся спросом и продать ее по доступной цене заинтересованному потребителю.

В настоящее время, наряду с реализацией на внутреннем рынке, поставки продукции ОАО «Витебские ковры» осуществляются на внешние рынки России, Украины, Казахстана, Туркменистана, Молдовы и стран Балтии. Имеются также контракты на поставки продукции в дальнее зарубежье.

