

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ВЫПУСКАЕМОЙ  
ПРОДУКЦИИ ЗА СЧЕТ ВЫПУСКА  
НОВОГО ВИДА ПРОДУКЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬСКАЯ ФАБРИКА «ПРОГРЕСС»)**

**Ю. В. Полякова**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

В настоящее время, когда условием экономического развития предприятий является активная деятельность последних на рынке, жизненно важными становятся знание конечного потребителя, умение фирм гибко реагировать на все его требования. Иначе не может быть обеспечена продажа товара, повышена доходность предприятия.

Цель работы заключается в том, чтобы выявить, как можно оптимизировать ассортимент выпускаемой продукции за счет выпуска новых видов продукции на предприятии ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс».

Оценка ассортиментной политики предприятия как фактора, оказывающего непосредственное влияние на формирование прибыли, является важным условием эффективного управления процессом формирования финансовых результатов.

Ассортиментом называют набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке [1].

При формировании ассортимента выпускаемой продукции предприятие должно учитывать спрос на данный вид продукции и стремиться к наиболее эффективному использованию трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других видов ресурсов, находящихся в его распоряжении.

Ассортиментная политика – это формирование ассортимента продукции в зависимости от потребностей рынка, финансового состояния предприятия и его стратегических целей.

Цель ассортиментной политики – оптимизация ассортимента, т. е. определение такого состава выпускаемой продукции, который обеспечит получение наибольшей прибыли в прогнозном периоде [3].

Мебельная промышленность является одной из наиболее успешно развивающихся направлений в деревообрабатывающей отрасли республики.

Мебель в Беларуси выпускают свыше 300 предприятий. Оптимальное сочетание цены, качества и дизайна позволило Беларуси освоиться и занять лидирующие позиции на мировом и отечественном мебельном рынке. Здесь белорусская мебель представлена такими титанами мебельной промышленности, как ЗАО «Пинскдрев», ЗАО «Молодечномебель», ОАО «Мозырьдрев», ОАО «Гомельдрев», КУП «Лидская мебельная фабрика», ОАО «Гомельская фабрика «Прогресс», ОАО «Могилевдрев», ЗАО «Бобруйскмебель», ОАО «Минскпроектмебель», УП «Мебельная фабрика «Лагуна», а также многими частными мебельными компаниями [2].

ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» является одним из ведущих предприятий по производству мягкой мебели в Республике Беларусь. Это коммерческое предприятие с частной формой собственности, входящее в состав концерна «Беллебумпром».

ОАО «ГМФ «Прогресс» изготавливает следующие виды изделий: наборы мягкой мебели, тахты, диван-кровати, кресла, угловые тахты, банкетки. На предприятии проводятся работы по изучению новинок в сфере мебельного рынка как ближнего, так и дальнего зарубежья путем посещения важнейших отраслевых выставок с личным участием специалистов и представлением на них собственных разработок.

На сегодняшний день конкуренция на рынке мягкой мебели сильно обострена. Это связано, в первую очередь, с увеличением количества мебельных фабрик и фирм, выходом на рынок нашей страны зарубежных производителей мебели. Поэтому на предприятии постоянно проводится работа по обновлению ассортимента, освоению и внедрению новых моделей продукции, имеющих спрос у потребителя и отвечающих современным требованиям дизайна, комфорта и эргономики изделий мебели.

Для повышения эффективности работы ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» следует освоить производство кухонных уголков. Сегодня проблема недостатка свободной площади на кухне, не позволяющей комфортно разместить необходимую мебель и различную бытовую технику, является довольно распространенной. Отличным решением является кухонный уголок. Он занимает минимум площади и в то же время помогает удобно разместиться вокруг стола всем членам семьи.

Основное преимущество кухонного уголка – компактность и многофункциональность. Кухонный уголок может быть оборудован специальными ящиками, в которых удобно хранить редко используемую домашнюю утварь. Есть модели кухонных уголков и с дополнительным спальным местом.

Опишем предполагаемую модель нового изделия. Это будет кухонный диван со спальным местом (механизм трансформации «дельфин»), оборудованный специаль-

ным ящиком. Габаритные размеры образца (Д х Г х В) – 175 х 125 х 88. Для обивки будет использована практичная ткань из синтетических волокон, потребитель сможет при покупке выбрать цветовое решение, в котором должен быть выполнен кухонный уголок.

Определим затраты на выпуск нового изделия. Для этого составим калькуляцию себестоимости кухонного уголка (таблица).

#### Калькуляция себестоимости кухонного уголка

Калькуляционные статьи затрат	Затраты, тыс. р. на 1 шт.
Сырье и материалы	1640
Возвратные отходы (вычитаются)	4
Сушка древесных полуфабрикатов	9
Топливо и энергия на технологические цели	4
Основная заработная плата производственных рабочих	550
Отчисления на социальное страхование	198
Цеховые расходы	672
Общезаводские расходы	378
Прочие производственные расходы	5
Производственная себестоимость	3452
Коммерческие расходы	99
Полная себестоимость товарной продукции	3551

Анализ ценовой стратегии показал, что уровень рентабельности продукции, заложенный в цену, по предприятию составляет 18 %.

Найдем прибыль от реализации 1 ед. изделия продукции:

$$3551 \cdot 0,18 = 639,18 \text{ тыс. р.}$$

Определим отпускную цену предприятия без НДС:

$$639,18 + 3551 = 4190,18 \text{ тыс. р.}$$

НДС равно:

$$4190,18 \cdot 0,20 = 838,04 \text{ тыс. р.}$$

Отпускная цена с НДС составляет:

$$4190,18 + 838,04 = 5028,22 \text{ тыс. р.}$$

Это значит, что при реализации 100 ед. кухонных уголков, предприятие получит выручку в размере 502822 тыс. р.

Теперь определим прибыль от реализации 100 ед. изделия:

$$Пр = 639,18 \cdot 100 = 63918 \text{ тыс. р.}$$

Для того чтобы определить объем реализации, при котором окупятся все издержки на производство продукции, рассчитаем точку безубыточности по формуле (1):

$$N = \frac{FC}{P - VC}, \quad (1)$$

где  $FC$  – постоянные издержки;  $VC$  – средние переменные издержки (на единицу продукции);  $P$  – цена одного вида изделия.

Воспользовавшись данными из таблицы, определим постоянные издержки на производство 100 ед. кухонных уголков (они включают в себя общезаводские расходы, коммерческие расходы и прочие производственные расходы) и средние переменные издержки на производство единицы продукции. По этим данным рассчитаем точку безубыточности:

$$N = 48200 : (4190,18 - 3069) = 43 \text{ ед.}$$

Следовательно, реализация данного вида товара будет приносить предприятию прибыль уже после продажи 43 ед. продукции.

Постоянное обновление ассортимента, модификация существующих изделий является одним из важнейших факторов, оказывающих положительное влияние на успешную жизнедеятельность предприятия.

Таким образом, выпуск нового вида продукции на ОАО «Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» обеспечит получение предприятием дополнительной прибыли, повысит конкурентоспособность предприятия, позволит ему успешно позиционировать себя на рынке мягкой мебели Республики Беларусь.

#### Л и т е р а т у р а

1. Режим доступа: <http://investments.academic.ru/699>.
2. Белорусская мебель – разумное решение для современного интерьера // Гид по мебели. – Режим доступа: <http://www.format-mebel.com/guide/230>. – Дата доступа: 20.09.2013.
3. Режим доступа: <http://economy-ru.com/antikrizisnoe-upravlenie-besplatno/343-assortimentnaya-politika-predpriyatiya.html>.