

А.А. Бондаренко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.В. Сильченкова

ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ В ПРОЦЕССЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА

Основные этапы проектирования и разработки продукции в ОАО «Галантэя» включают: составление задания на моделирование; составление плана-задания на моделирование; создание и утверждение эскизов; утверждение опытного образца на рабочей комиссии; утверждение образца-эталона на художественном совете; апробация новой модели и заключение специалистов; разработка технологической документации; разработка технического описания.

Процесс разработки нового товара на предприятии начинается с маркетинговых исследований: изучаются рыночные тенденции, пожелания потребителей, действия конкурентов, модные течения, зарубежный опыт. По результатам исследований маркетологи сообщают центральной лаборатории, какие товары востребованы на рынке, чего хочет потребитель. Далее модельеры и дизайнеры центральной лаборатории приступают к творческому процессу создания новых моделей. Рисуются эскизы, которые потом выставляются для оценки комиссии, возглавляемой первым заместителем директора по маркетингу, финансам и экономике. По решению комиссии отбираются наиболее удачные модели, вносятся поправки. На следующем этапе осуществляется закрепление материалов за новыми моделями кожгалантерейных изделий, при этом анализируются возможные поставщики сырья и производится первичная оценка себестоимости изделий; рассчитывается проектируемая себестоимость новых товаров, а также примерная цена готового изделия; производится первичная оценка уровня рентабельности нового вида продукции. Параллельно происходит изготовление опытных образцов изделия, которые потом проходят испытания, предусмотренные стандартами. При необходимости в конструкцию или дизайн вносятся изменения (это происходит с помощью художественно-технологического совещания, где и решается перспективность изделия), оформляется в виде протокола и наглядного примера изделий и цветов. После получения изделия, удовлетворяющего всем первоначальным требованиям, делается заказ на производство опытной партии изделий. При этом ведется точный расчет затрат на производство, а также устраняются «узкие места» технологического процесса, если таковые имеются. Партия сдается в опытную эксплуатацию, часто сотрудникам предприятия. При отсутствии замечаний и пожеланий пользователей нового товара происходит выпуск его в массовое производство. Продукция должна быть обязательно сертифицирована в системе менеджмента качества на соответствие требованиям меж-

дународных стандартов ИСО 9001. В целом время от разработки изделия до его внедрения в производство может занять от двух недель до одного месяца.

ОАО «Галантэя» внедряет в производство около 330 новинок в год. Снятие товаров с производства на предприятии ОАО «Галантэя» происходит по следующим основным причинам: обновление модельного ряда; большие запасы определенной модели на складах (либо ввиду завышенного плана производства, либо из-за отсутствия спроса на модель); плохие показатели изделия при эксплуатации (в этом случае, как правило, производится модификация товара, например, замена материала изготовления или фурнитуры); в редких случаях, нехватка необходимой фурнитуры и заказанного материала.

К.В. Боровая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.Н. Лилишенцева, канд. техн. наук, доцент

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ОВСЯНОГО ПЕЧЕНЬЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Современный этап развития Республики Беларусь характеризуется достаточно большой насыщенностью рынка разнообразной товарной продукцией, выпускаемой различными организациями-изготовителями, число которых растет с каждым годом. Для полного удовлетворения потребностей населения необходимо, чтобы предприятия выполняли план не только по общему объему продукции, но и по ассортименту.

Цель работы — исследовать широту и глубину ассортимента овсяного печенья, провести анализ стоимости исследуемого продукта в нескольких торговых сетях розничной торговли, определить доли отечественной и импортной продукции. В ходе исследования был проведен анализ ассортимента печенья овсяного трех предприятий розничной торговой сети г. Минска по следующим показателям: средняя цена за 1 кг продукции; минимальная цена за 1 кг продукции; максимальная цена за 1 кг продукции; доля отечественной и импортной продукции; широта и глубина ассортимента.

Согласно полученным данным, ассортимент печенья овсяного на белорусском рынке в основном представлен отечественным производителем. Ценовая категория магазинов заметно отличается. Исходя из проведенного анализа ассортимента, можно сделать вывод, что универсаму «На Немиге» необходимо расширить свой ассортимент, поскольку чем он шире, тем лучше удовлетворяются потребности покупателя.