**Содержание**

Введение

1. Состояние рынка производства и рынка продаж стиральных машин в Республике Беларусь

1.1 Производство стиральных машин в Республике Беларусь

1.2 Состояние рынка продаж стиральных машин в Республике Беларусь

1. Формирование и анализ ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо

2.1 Классификация как основа формирования ассортимента стиральных машин

2.2 Характеристика современного ассортимента стиральных машин

2.3 Анализ структуры торгового ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 годы

1. Оценка качества и конкурентоспособности стиральных машин

3.1 Методика оценки стиральных машин

3.2 Экспертная оценка стиральных машин и пути ее совершенствования

# Краткая экономико-организационная характеристика Гродненского райпо. Роль и система хозяйственных связей и их правовое регулирование

## 4.1 Организационно-экономическая характеристика Гродненского райпо

4.2 Сущность и содержание хозяйственных связей торговли с промышленностью, их правовое регулирование и проблемы хозяйственных взаимоотношений торговых и промышленных предприятий в современных условиях

4.3 Поставщики стиральных машин, их характеристика. Организация договорной работы и её эффективность

4.4 Основные направления совершенствования хозяйственных связей с поставщиками товаров

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Нынешнее разнообразия стиральных машин может удовлетворить любого, даже самого привередливого покупателя. Но к сожалению в Республике Беларусь только в 2003 году стали выпускать автоматические стиральные машины. Для белорусских потребителей не изысканных хорошей отечественной бытовой техникой становится актуальным вопрос о приобретении качественной зарубежной техники, в частности стиральных машин. Эту нишу быстро заняли частные предприятие торговли, но в дальнейшем необходимо отвоевывать позиции на этом перспективном рынке. Для этого необходимо хорошо знать современный ассортимент стиральных машин, разбираться в марках и моделях, уметь правильно заключать договора.

Одним из направлений решения данной проблемы является совершенствование организации хозяйственных связей с поставщиками товаров. Организация договорной работы на уровне современных требований составляет одну из важнейших функций коммерческой службы торговли.

При этом необходимо чтобы хозяйственные связи поставщиков и покупателей строились на основе равноправия деловых отношений, строгой материальной и финансовой ответственности за выполнение принятых обязательств.

Необходимо умение выбрать оптимальную структуру хозяйственных связей, наладить хорошие взаимоотношения с поставщиками. Важно, чтобы эти взаимоотношение носили двусторонний характер, давали возможность воздействовать на ассортимент выпускаемой продукции, на установление оптимальных финансовых отношений между партнерами по хозяйственным связям. Качество работы с поставщиками зависит и от знания нормативной базы и умения применять ее в практике заключения договоров. Таким образом, в условиях наличия возможности самостоятельного регулирования хозяйственных отношений проблема совершенствования коммерческой работы с поставщиками является актуальной темой исследования.

Целью данной дипломной работы является анализ структуры торгового ассортимента, оценка качества, конкурентоспособности стиральных машин и организационно-правовые основы хозяйственных связей торговли с промышленностью, пути их совершенствования.

Задачами дипломной работы является:

1. Исследование состояния рынка стиральных машин в Республике Беларусь.
2. Изучение классификации и характеристики современного ассортимента стиральных машин.
3. Анализ торгового ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо.
4. Комплексная оценка качества и конкурентоспособности стиральных машин.
5. Рассмотрение роли и системы хозяйственных связей торговли с промышленностью, основных проблем этих взаимоотношений.
6. Изучение результатов деятельности Гродненского райпо и особенностей хозяйственных связей с поставщиками стиральных машин, анализ договорной работы и направлений ее совершенствования.

Объектом исследования является Гродненское райпо Гродненского облпотребсоюза, предмет исследования – ассортимент, качество, конкурентоспособность стиральных машин и организационно-правовые основы хозяйственных связей торговли с промышленностью.

При написании работы были использованы следующие методы: статистический при расчете основных финансово-экономических показателей, аналитический - при выявлении тенденций и закономерностей, комплексный - при формулировании выводов и предложений.

Теоретическая часть дипломной работы была выполнена на основе использования большого числа различных источников: учебников, нормативно-правовых актов, статей в периодической печати документов по развитию системы потребительской кооперации и др.

Работа состоит из введения, четырех глав, заключения. Содержит страниц текста, таблиц, литературных источника, приложений.

**Глава 1.** **Состояние рынка производства и рынка продаж стиральных машин в Республике Беларусь**

**1.1 Производство стиральных машин в Республике Беларусь**

Сегодня стиральные машины стали неотъемлемой частью домашнего обихода. Белорусский рынок стиральных машин отличается от других. Можно только порадоваться тому, насколько быстро современные машины изменяют повседневную жизнь. Отходит в прошлое ручная стирка, а автоматические стиральные машины становятся не только более совершенными. В Республике Беларусь есть несколько заводов по выпуску стиральных машин, а с 2003 года стали выпускаться и автоматические стиральные машины заводом Атлант, у остальных предприятий выпуск стиральных машин является не основной продукцией.

Одним из таких заводов является Станкостроительное ПО им. С.М. Кирова, расположенного в городе Гомеле. ПО им. С.М. Кирова выпускает стиральные машины марок СМ 1,5 Алеся, СМ 2 Алеся.

Минский авиаремонтный завод на заре перестройки не мог удерживать тех же позиций, поэтому предприятие решило наладить выпуск дополнительной продукции электробытовых приборов. Авиаремонтный завод выпускает единственную марку стиральных машин СМ 1,5 Вясёлка.

Также как и минский авиаремонтный завод выпуск наладили и ряд других предприятий. Производственное республиканское унитарное предприятие Минский завод Термопласт, который выпускает СМ 2,5 Мара. Это предприятие которое выпускает барабанную стиральную машину. Также стиральные машины выпускает ОАО Техноприбор которое находится в городе Могилев. Выпускает стиральные машины СМ 1 Пони. Выпуском стиральных машин занимается Борисовский завод автотранспортного оборудования, который наладил выпуск стиральных машин СМ 1,5 Витьба.

Необходимо отметить, что в последнее время выпуск стиральных машин в Республике Беларусь снижается Объем производства указан в таблице 1.1.1.

Таблица 1.1.1. Объемы производства стиральных машин в Республике Беларусь за 2003-2010 года.[ ] (тыс. шт)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Товар | Производство, годы | Темп изменения |
|  | 2003 | 2004 | 2005 | 2009 | 2010 | 2010 к 2009 | 2010 к 2005 | 2010 к 2004 | 2010 к 2003 |
| стиральные машины | 56,7 | 36,9 | 60,5 | 88,1 | 81 | 91,9 | 133,9 | 219,5 | 142,9 |

Рис 1.1 Объемы производства стиральных машин в Республике Беларусь за 2003-2010 года.

Исходя из данных таблицы 1.1, необходимо отметить, что производство в Республике Беларусь развивалось скачкообразно. Так, если провести расчет темпов роста можно отметить, что в 2010 году по сравнению с 2009 годом наблюдается спад, а по сравнению с остальными годами наоборот рост производства. Спад вызван тем, что в настоящее время происходит серьёзное проникновение зарубежных производителей стиральных машин на белорусский рынок, таких как Индезит, Электролюкс, Бош, Канди и других. Они предоставляют множество функций по сравнению не большим ценам, что качественно отличает их от отечественных марок. Также иностранные модели представлены широким ассортиментом автоматических машин. В тоже время необходимо отметить, что до 2009 года в республике была тенденция стабильного роста по отношению к прошлым годам. Это показывает, что государство оказывало сильнейшею поддержку отечественным производителям, в том, что сдерживало искусственно проникновение зарубежных производителей на наш рынок. Можно отметить, что население предпочитало по привычке покупать отечественные марки стиральных машин хорошо известных марок, а также сильнейшим фактором при производстве – отсутствие сырьевой базы, и при закупке комплектующих у иностранных партнеров за иностранную валюту, которой зачастую не хватает.

1.2 Состояние рынка продаж стиральных машин в Республике Беларусь

Торговля является основным источником удовлетворения спроса населения. В последнее время потребитель большее внимание обращает на магазины, особенно при выборе сложной техники. Это связано с предоставлением ряда услуг по обслуживанию техники, а также гарантии на продаваемую бытовую технику. При этом необходимо отметить, что объемы реализации всех видов техники переходит из государственной и кооперативной торговли в частную. Анализ темпов роста продаж показана в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1. Продажа стиральных машин в Республике Беларусь (тыс.шт.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| товар | Продажа, годы | темп изменения |
|  | 2003 | 2004 | 2005 | 2009 | 2010 | 2010 к 2009 | 2010 к 2005 | 2010 к 2004 | 2010 к 2003 |
| стиральные машины | 274 | 32 | 46 | 76 | 86 | 113,2 | 187 | 269,8 | 31,39 |

Рисунок 2. Объемы продаж стиральных машин в Республике Беларусь

По данным таблицы видно, что в последнее годы заметна тенденция роста продаж стиральных машин, но к сожалению, торговая сеть ещё не вышла на уровень 2003 года. На рост объёмов продаж повлияло множество факторов:

* Старение бытовой техники, купленной ещё в 80-х годах;
* Увеличение объёмов производства автоматических стиральных машин, в следствие чего увеличился и объём их продаж;
* Появление на отечественном рынке большого количества иностранных стиральных машин;
* Увеличение потребности потребителей к покупаемой ими стиральных машин;
* Относительно небольшие цены на импортную технику;
* Большой ассортимент, который представлен для разных сегментов рынка.

Также необходимо отметить долю в объеме продаж стиральных машин через торговую сеть потребительской кооперации.

Таблица 1.2.2. Продажа стиральных машин через сеть потребительской кооперации(тыс.шт.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование товарной группы | Годы | Темп изменения, % |
| 2003 | 2004 | 2005 | 2009 | 2010 | 2010К 2003 | 2010К 2004 | 2010К 2005 | 2010 к 2009 |
| Стиральные машины | 113,7 | 3,8 | 10,1 | 17,2 | 15,5 | 90,1 | 153,5 | 407,9 | 13,6 |

Рисунок 1.2.2. Сравнительная характеристика продаж стиральных машин.

Из данных таблицы видно, что за последние годы наблюдается рост объемов продаж стиральных машин, но в 2010 году по сравнению с 2009 годом был спад и рост изменения составил 90,1%. Это связано с тем, что в последнее время наблюдалось снижение розничной сети по районам, поэтому продажа стиральных машин сократилась на 9,9%. Также снижение объёмов связано с уменьшением доходов населения, особенно в сельской местности.

Для сравнительной характеристики объемов продаж через розничную сеть всей республики и потребительской кооперации необходимо произвести анализ рисунка 3.

Необходимо отметить, что в последнее время наблюдается рост продаж стиральных машин всего, но доля продаж через розничную сеть потребительской кооперации снижается. Это связано с тем, что торговая сеть потребительской кооперации теряет свои позиции, сокращается розничная сеть, сдавая свои позиции конкурентам. Рост же в целом продаж связан с продвижением марок импортной бытовой техники. Если в начале 90-х годов потребитель слабо и только теоретически знал о импортной технике, то теперь она занимает существенную долю в секторе стиральных машин (около 80%) и пока небольшую (около30%) другой бытовой техники.

Таким образом, необходимо отметить, что в Республике Беларусь только в 2003 году появился завод который начал производство автоматических стиральных машин. Нет ни одного предприятия которое специализировался по выпуску стиральных машин. Современный потребитель предпочитает иностранные модели с максимум функций полностью автоматические. Потребительская кооперация теряет свои позиции на рынке стиральных машин и прежде всего за счет сокращения числа магазинов, а также из-за снижение уровня доходов населения, особенно сельского.

**2. Формирование и анализ ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо**

2.1 Классификация как основа формирования ассортимента стиральных машин

Существует несколько классификаций стиральных машин. Классификация по Государственному классификатору:

1. По способу активации стирального раствора:
	1. Активаторные – представляют собой бак для стирки с присоединенной к нему электроприводом, который приводит в движение активатор, установленный внутри бака. Активатор попеременно вращает воду с бельём то в одну сторону, то в другую. Водяные потоки при этом сталкиваются и, протекая через волокна, отстирывает ткань. Главный недостаток в таких машинах- бельё постоянно скручивается и попадает под удары лопастей активатора, кроме того потребителю необходимо находится рядом, чтобы контролировать процесс стирки и вовремя выключить машину.
	2. Барабанные – состоят из бака, к которому подключены системы подачи и слива воды. В баке вращается барабан с множеством отверстий и перфорированными ребрами внутри. В барабан загружают белье и частично заполняют водой. Он вращается, но при этом бельё подхватывается ребрами, поднимается вверх и падает в воду, помимо этого, перфорированные ребра зачерпывают воду снизу барабана и, повернувшись, выливают её сверху на бельё(система «дождь»). При таком перемешивании белье не скручивается, что выгодно отличает барабанные машины от активаторных. Кроме того, процессы стирки в них автоматизированы.
	3. Воздушно-пузырьковые – это активаторные машины с компрессором, который нагнетает в воде множество воздушных пузырьков. При стирке используется эффект навигации – когда воздушные пузырьки в воде лопаются, излучая при этом ударную волну, выбивающие грязь из волокон. У подобных машин нет нагревательной спирали, поэтому стирка происходит в холодной воде. Воздушно-пузырьковые машины сохранили недостатки активаторных – скручивание белья, большой расход воды, повышенный расход порошка.
	4. Ультразвуковые – избавляют бельё от грязи с помощью акустических колебаний. При этом ещё образуются микропузырьки, создающие навигационный эффект. Результат от подобной стирки примерно равен эффекту замачивания белья с порошком. Продающиеся миниатюрные стиральные машины имеют очень маленькую мощность.
	5. Вибрационные – имеют мембрану, которая вибрирует и эффективно прокачивает воду через ткань. Такие машины работают очень шумно, расходуют много воды и электроэнергии. По сути – это тупиковое направление в производстве стиральных машин, поэтому сейчас они почти не выпускаются.
2. По программе стирки:
	1. Для хлопчатобумажных тканей;
	2. Для шелковых и синтетических тканей, не требующих особого ухода;
	3. Бережная стирка для изделий из шерсти, шелка, тюля;
3. По степени автоматизации всех процессов:
	1. СМ – стиральные машины предназначенные только для стирки, без отжима;
	2. СМР – стиральные машины с ручным отжимом белья – специальное устройство в виде двух валиков, которые крепятся к корпусу стиральной машины;
	3. СМП – стиральные машины полуавтоматические имеют функцию отжима, полоскания в автоматическом режиме. В основном двухбарабанные;
	4. СМА – стиральные машины автомат, имеют все процессы стирки автоматизированные.

Классификация по Государственному классификатору к сожалению не дает полного представления о классификации стиральных машин. Для более полного изучения классификации необходимо изучить классификацию по ГОСТу. Согласно ГОСТа стиральные машины делят на типы:

* СМ;
* СМР;
* СМП;
* СМА.

По номинальной нагрузке сухого белья, кг.:

* 1,0;
* 1,5;
* 2;
* 3;
* 4 и т.д.

По количеству баков:

* однобаковые;
* двухбаковые.

По способу загрузки белья:

* с вертикальной загрузкой;
* с фронтальной загрузкой.

По способу активации моющего раствора:

* активаторные;
* барабанные.

По способу управления:

* электрономеханические;
* электрические.

Самую полную характеристику дает учебная классификация:

1. По назначению:
* Для индивидуального пользования;
* Для общего пользования.
1. По способу активации моющего раствора:
* Активаторные:
* Без реверса – вращение белья происходит в одну сторону;
* С реверсом – устройство, которое поочередно контролирует процесс вращения белья влево, а затем вправо.
* Барабанные;
1. По степени автоматизации процесса стирки:
* СМ;
* СМР;
* СМП;
* СМА.
1. По размеру, определяется массой сухого белья рассчитанного на один процесс стирки:
* От 1 до 5,5 кг. и выше.

5. По способу загрузки белья:

* с вертикальной загрузкой;
* с фронтальной загрузкой.

6. По комфортности:

* Обычной – машины типа СМ и СМР;
* Повышенной – машины типа СМП и СМА.

Комфортность определяется наличием множества функций, таких как: возможность замачивания белья, возможность полоскания, возможность отложенной стирки и др.

7. По классу энергопотребления:

* Энергосберегающие – классы А и В;
* Средний расход электроэнергии – классы С и D;
* Высокий расход электроэнергии – классы Е и F.

8. По классу стирки:

* А – лучший;
* В – средний;
* С – низкий.

Класс стирки определяется при стирке в воде с температурой +40С с использованием универсального моющего средства.

9. По классу отжима белья:

* А – лучший;
* В – средний;
* С – низкий.

Степень отжима определяется количеством остаточной влаги в процентах, при отжиме хлопчатобумажной ткани при скорости вращения барабана 500 оборотов в минуту.

10. По маркам и моделям:

* Марка стиральной машины – это условное название фирмы выпускающие стиральную машину.
* Модель – буквенное и цифровое обозначение. Характеризуется степенью автоматизации, способом отжима белья, количеством загружаемого белья, особенностями конструкции.

**2.2 Характеристика современного ассортименте стиральных машин**

Белорусский рынок стиральных машин очень специфическийи отличается от рынков других стран. Большое место в данном сегменте занимают недорогие агрегаты Siltal, Ardo, Zanussi, Iberna, LG, Samsung. Также на белорусском рынке широко представлены стиральные машины более дорогих марок типа Ariston, Candy. Далее по ценовой шкале следуют машины более высокого класса: Bosch, Siemens, Electrolux и другие.

Для характеристики возьмем несколько стиральных машин различных марок. Все стиральные машины имеют фронтальную загрузку белья, рассчитаны на 4,5-6 кг. сухого белья, имеют функцию «половинная загрузка» или автоматический контроль за количеством белья, позволяющая экономить стиральный порошок и потребление воды. Все машины оборудованы четырьмя базовыми программами (белое белье при температуре 90 С, хлопок и цветное белье, стойкое к температуре 60 С, синтетика и цветное нежное белье при температуре 40 С, легкий текстиль шерсть при температуре 30-40 С). Кроме того, некоторые стиральные машины позволяют продлить или сократить время стирки (режимы стирки: грязное, очень грязное, экспресс и т.д.). Во всех стиральных машинах есть лотки с тремя отсеками для порошков (для предварительного замачивания, стирки и смягчения), а в некоторых - еще и ванночка для жидкого отбеливателя.

Охарактеризуем плюсы и минусы которые важны для потребительской модели.

1. Siemens - хороший результат стирки при 60 С, отличный отжим, малое потребление электроэнергии, очень хорошая защита от переполнения, простая в использовании, но в тоже время циклы довольно продолжительны, при работе машина немного шумит, нет ванночки для отбеливателя.
2. Indesit - эффективная стирка, отличный отжим, малое потребление энергии, работает тихо, очень хорошая защита от переполнения. Минусы: при 40 С стирает неважно, полоскание посредственное, слишком длинные циклы, нет ванночки для отбеливателя.
3. Bosch - эффективная стирка при 60 С, достаточно высокие показатели при 40 С, отличный отжим, малое потребление воды и энергии, работает тихо, очень хорошая защита от перелива и переполнения. Минусы: полощет плохо, очень чувствительна к дозировке моющих средств, нет ванночки для отбеливателя.
4. Brand - эффективная стирка при 60 С, отличный отжим, малое потребление энергии. Минусы: посредственная стирка при 40 С, плохое полоскание, слишком длинные циклы, чересчур большая чувствительность к дозировке моющих средств, машина шумная.
5. Whirool - эффективно стирает при 60 С, отличный режим отжима, малое потребление энергии, очень хорошая защита от переполнения. Минусы: плохо выполаскивает при 60 С, слишком большая чувствительность к дозировке моющих средств. Много шумит при работе.

Таким образом, эффективность стирки и отжима большинства моделей заслуживает высоких оценок. Лучше всего стирка и отжим у Siemens и Indesit. В тоже время все агрегаты при 40 С отстирывают хуже. Качество полоскания в некоторых моделях оставляют желать лучшего. Хуже всего отполаскивают белье модели Whirool, Bosch и Brand - чересчур чувствительны к количеству моющего средства, что может привести к выплескиванию пены. Но в целом эти модели отвечают всем требованиям предъявляемым к ним потребителями. Они рассчитаны на различного потребителя, имеют достаточно высокие показатели.

Главное назначение стиральной машины - это стирка. О качестве стирки говорит класс эффективности стирки - одна из главных характеристик стиральных машин.

Так класс стирки А обеспечивает высокое качество стирки и бережное отношение к вещам, класс В уступает ему незначительно, класс С - хорошее качество, класс D - удовлетворительное. Классы Е, F или G встречаются редко, единственным аргументом в пользу покупки такой машины может служить низкая цена, но лучше сэкономить на чем-то другом.

Любая современная стиральная машина должна иметь 3-4 основные программы:

• стирка хлопка и льна (до 95 градусов);

• стирка синтетики (60 градусов);

• стирка так называемых «деликатных тканей»: шелка, шерсти, тонких вещей из хлопка (40 градусов).

Увеличение количества программ означает добавление функций и подпрограмм. Следуя такому алгоритму, некоторые машины могут иметь десятки программ, а программируемые - несчетное количество.

Наиболее полезны следующие функции.

Ручная стирка шерсти («золотой кашемир» у Ariston) позволяет стирать в машине изделия с маркировкой «только ручная стирка». Щадящий режим обеспечивает минимальное механическое воздействие на вещи: при неполной загрузке и оптимальной дозировке воды барабан не вертится, а покачивает вещи.

Биофаза подразумевает стирку при температуре 40 градусов. Эта функция имеет смысл, если вы стираете порошком, содержащим энзимы, которые вступают в «работу» как раз при температуре в 40 градусов и эффективно справляются с белковыми загрязнениями (кровь, молоко и т.д.).

Интенсивная стирка предусмотрена для сильнозагрязненного белья. Проходит при повышенной температуре, следовательно, применима для хлопчатобумажных и льняных вещей.

Быстрая или ускоренная стирка эффективна в случае слабозагрязненного белья или при неполной загрузке. Машина сокращает продолжительность стирки на 30%.

Ежедневная стирка, мини-программа или mix предназначена для освежения белья, занимает 30-40 минут и проводится при температуре 30 градусов, а это значит, что вы можете загрузить в машину одежду разных цветов и фактуры тканей. Не перестарайтесь - программа подразумевает неполную загрузку барабана.

Замачивание и предварительная стирка влияют на качество отстирывания застарелых пятен, функция больше воды способствует более качественному полосканию вещей, дополнительное (идеальное) полоскание - полному удаление частичек порошка с одежды.

Производители стиральных машин стараются максимально оптимизировать свои модели, поэтому они наделяют машину «интеллектом», «6-м чувством» и прочими, свойственными человеку особенностями, так что современные машины многое могут сделать самостоятельно, без вашего вмешательства.

Наилучшим образом это демонстрируют стиральные машины с электронным управлением, которое осуществляется при помощи электронного программатора: вы задаете программу, а он автоматически подбирает все необходимые параметры: этапы стирки, длительность и температуру на каждом этапе стирки, количество полосканий, интенсивность отжима и т.д. Помимо программатора может быть предусмотрен дисплей с индикацией выполнения программы или с текстовой информацией, клавиши, позволяющие добавить в цикл дополнительные функции. В некоторых случаях достаточно лишь нажать кнопку «старт», и машина все сделает сама.

Механическое управление дает возможность установить все необходимые параметры вручную. В вашем распоряжении поворотные переключатели для выбора программы стирки (механический программатор), установки температуры и скорости отжима. На панели управления могут быть изображены пиктограммы, из которых можно заключить, какому белью какой режим стирки соответствует.

При покупке машины необходимо оценить размер дисплея, выбор сигналов окончания работы (световой/звуковой) и прочие важные «мелочи».

Даже если машина не наделена «искусственным интеллектом», она может уметь делать некоторые вещи, которые экономят время, уменьшают расход воды и электроэнергии.

Автовзвешивание или автоматическая дозировка воды. Машина не взвешивает белье в прямом смысле, а анализирует степень впитывания влаги при данной загрузке, в соответствии с чем обеспечивает оптимальный расход воды, что, в свою очередь, сокращает время стирки и затраты электроэнергии. Это удобно.

Контроль пенообразования включает дополнительный цикл полоскания при обильном образовании пены (например, из-за передозировки порошка) и недостаточной прозрачности воды. Это экологично.

Автоматическая балансировка барабана или контроль дисбаланса обеспечивает равномерное распределение белья в барабане во время отжима. Система контроля дисбаланса предусмотрена во всех машинах, максимальная скорость отжима в которых превышает 800 об./мин., система уменьшает шум и вибрацию при отжиме, повышает срок службы машины. Это безопасно.

Таймер запуска позволяет отложить запуск программы на некоторое время (до 24 часов). Вы можете оставить грязное белье в машине, уходя утром на работу, а по приходу домой - получите свежевыстиранное. За границей, где разница тарифов стирки в разное время значительна, эту функцию используют для стирки ночью. Это практично.

Половинная загрузка позволяет стирать вдвое меньший объем, имитируя функцию малогабаритной машинки. При этом опять-таки экономит моющие средства, воду и электроэнергию. Это экономно.

Экономичная стирка проходит при более низкой температуре (уменьшается расход электроэнергии на нагрев воды), но экономия электроэнергии увеличивает время стирки. Это выгодно.

Остановка с водой в барабане защищает белье от чрезмерного сминания, по окончании цикла белье остается в воде, и вы можете вынуть его немятым. Время глажки уменьшается. Это приятно.

**2.3 Анализ структуры торгового ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010годы**

Значительное место в обслуживании населения Гродненского района занимает Гродненское райпо. Он было создано 16 февраля 1940 года. Свою деятельность райпо осуществляет на основании Устава Гродненского районного потребительского общества.

Источниками поступления товаров в Гродненское райпо являются как предприятия - изготовители так и предприятия - посредники, частной формы собственности.

Согласно изученным классификационным признакам изучим ассортимент стиральных машин поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010года.

Таблица 2.3.1. Структура ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 гг. по способу активации моющего раствора.

****

В своем большинстве поступившие стиральные машины являются барабанного типа, так как эти машины являются наиболее удобными для потребителей: они не скручивают бельё, меньший шум при работе, меньший расход моющего средства, процессы стирки автоматизированы. В активаторных стиральных машинах главным недостатком является то, что бельё почти всегда скручивается и попадает под удары лопастей активатора, из-за этого качество стирки невысокое, быстро изнашивается ткань, кроме того, хозяйке нужно находиться рядом, чтобы контролировать процесс стирки и вовремя выключить машину. Необходимо отметить, что по сравнению с 2010годом в 2010 произошел спад на 1,8%, но в по сравнению с 2009годом возрос на 0,9%.

Таблица 2.3.2. Структура ассортимента стиральных машин, поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 гг. по типам.

Как видно из таблицы 2.3.2 наибольшим спросом у потребителей пользуются стиральные машины типа СМА. Эти машины обладают повышенным качеством, так как все их процессы в этих агрегатах автоматизированы, чем выгодно отличает от машин типа СМ, где нету ни одной автоматической функции. Наименьший удельный вес занимают стиральные машины типа СМ-42,1% в 2009 году, 38,9в 2010, 41,2в 2010. Однако данные показывают, что данный тип стиральных машин еще пользуется устойчивым спросом, а также потребитель покупает стиральные машины типа СМ еще и потому, что долгое время на белорусском рынке не было других и у потребителей выработалась привычка покупать эти машины. Необходимо отметить, что не маловажным фактором для белорусского потребителя является цена, очень малое количество населения, особенно в сельской местности может позволить себе купить стиральные машины типа СМА.

Таблица 2.3.3. Структура ассортимента стиральных машин поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 гг. по массе загрузке сухого белья.

По данным таблицы видно, что наибольший удельный вес занимают стиральные машины с объемом загрузки 1,5 и 5 кг. по 42,1%. Это оптимальные объемы загрузки для среднестатистической семьи. Стиральные машины с объемом загрузки 1,5 кг. сухого белья занимают большой удельный вес в общем объеме продаж за счет того, что еще высок уровень продаж стиральных машин СМ 1,5 Вясёлка. Это оптимальная загрузка для небольшой семьи, особенно молодой, когда в семье еще нет детей, и не хватает денег на покупку стиральной машины типа СМА. Высокий удельный вес занимают стиральные машины с массой загрузки 5 кг. это оптимальный объем для среднестатистической семьи из 3-4 человек, со средним и выше среднего достатка на душу населения.

Изучим внутригрупповой ассортимент стиральных машин по способу загрузки белья.

Таблица 2.3.4. Структура ассортимента стиральных машин по способу загрузки белья поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.

По данным таблицы видно, что наибольший удельный вес занимает стиральные машины с фронтальной загрузкой белья и составляет в 2009 – 57,9%, в 2010 – 61,1%, в 2010 – 58,8%. Потребитель выбирает эти машины из-за того, что:

* Это самая многочисленная группа машин (занимает до 70-80 % рынка);
* Больший объем загрузки (от 5 до 7 кг.);
* Возможность встраивания и использования в качестве тумбочки;
* Интересный дизайн;
* Относительно недорогая стоимость.

Изучим поставщиков стиральных машин поставлявших в Гродненское райпо в 2009-2010 гг.

Таблица 2.3.5. Поставщики стиральных машин в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.



Данные таблицы 2.3.5. показывают неравномерность поставок стиральных машин в Гродненское райпо. Так в 2009 году было поставлено 76 шт., в 2010 – 54, в 2010 – 97. Это связано с тем, что в магазины Гродненского райпо в 2010 году были поставлены стиральные машины импортного производства конфискованные белорусской таможенной службой. За счет этого увеличился удельный вес ООО "Электроника и техника", которое поставило на 14,9% больше, чем в предыдущем году. Но в тоже время наибольший удельный вес имеет РУП Минский авиаремонтный завод, который поставляет стиральную машину "Вяселка" 1,5 СМ. также большой удельный вес имеет УП Крамэл, который составляет 30,9%.

Каждое предприятие поставляющее стиральные машины в Гродненское райпо поставляет свой ассортимент. Это показано в таблице 2.3.6.

Таблица 2.3.6. Структура ассортимента стиральных машин по маркам и моделям, поступивших в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.



Данные таблицы 2.3.6. отражают весь ассортимент стиральных машин поступивших в Гродненское райпо. РУП Минский авиаремонтный завод поставляет стиральную машину собственного производства СМ 1.5 Вяселка. Это стиральная машина типа СМ. без каких-либо дополнительных функций, максимум простоты. Но в тоже время для белорусского потребителя важным фактором остается цена. Стоимость данной машины сильно отличается от стоимости стиральных машин других типов, за счет этого эта марка стиральной машины занимает наибольший удельный вес в общем объеме поставок 41,2%.

Широкий ассортимент представлен стиральными машинами типа СМА: Indesit, Bosch, Candy, Electrolux, LG различных моделей. Данные стиральные машины также пользуются широким спросом у населения, т.к. в данных машинах предусмотрены различные функции и опции. Данные стиральные машины пользуются изменчивым спросом, поэтому их поставки не равномерны. Эти перепады говорят о том, что на данные товары спрос не постоянен, так как стиральные машины являются товарами длительного пользования и рассчитаны на 5-10 лет.

**3. Оценка качества и конкурентоспособности стиральных машин**

ассортимент конкурентоспособность поставщик качество

###### 3.1 Методика оценки стиральных машин

Качество товара – это совокупность его свойств и характеристик, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности покупателя. Если отдельное свойство или группа свойств характеризуют какую-то одну сторону товара, то качество выражает целостную его характеристику.

Оценка уровня качества изделий является сложным процессом и происходит в следующей последовательности:

* Разработка модели исходной ситуации потребления товара. Оценка уровня качества может проводиться на стадии разработки изделия, стадии изготовления, стадии реализации изделий (товара), на стадии эксплуатации (потребления) изделий. Устанавливаются цели оценки, методы оценки.

Целью оценки является определение качества и уровня конкурентоспособности телевизоров. Использовался комплексный метод оценки качества.

* Выбор номенклатуры потребительских свойств товара, необходимых и достаточных для оценки. На этом этапе устанавливается перечень основных качественных и количественных характеристик потребительских свойств изделий. формирующих их качество. Основным методом выбора номенклатуры потребительских показателей качества товаров является экспертный метод.

Выбор номенклатуры показателей для оценки отобранных образцов. Отбор производится на основе учебной литературы, опроса покупателей и научно-технической документации. В результате отбора установили, что номенклатура показателей значительна. Потребительские свойства и показатели качества стиральных машин представлены в таблице 3.1.1.

Таблица 3.1.1. Потребительские свойства и показатели качества стиральных машин.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групповые свойства | подгруппы свойств | показатели качества |
| 1 | 2 | 3 |
| социальные |  | престижность |
|  |  | комфортность |
|  |  | имидж марки |
| функциональные | основные функции | отстирываемость |
|  | дополнительные функции | полоскание |
|  |  | сушка |
| эргономические | антропометрические | удобство пользования |
|  |  | удобство загрузки белья |
|  |  | удобство заполнения бака раствором |
|  |  | габаритные размеры |
|  | физиологические | масса стиральной машины |
|  |  | уровень шума при работе |
| эстетические | информационная выразительность | оригинальность |
|  |  | знаковость |
|  | рациональность форм | компактность |
|  | совершенство производственного исполнения | отделка |
|  |  | маркировка |
|  |  | фирменные знаки |
|  |  | читаемость условных обозначений |
|  |  | вид условных обозначений |
| надежность | долговечность | прочность деталей |
|  |  |  | срок службы |
|  | ремонтопригодность | время ремонта |
|  |  | затраты на ремонт |
|  |  | трудоемкость ремонта |
|  | безотказность | гарантийный срок |
| экологические | экологическая чистота | безвредность материалов. |
|  | безотказность | гарантийный срок |
| экологические | экологическая чистота | безвредность материалов. |

Выбор базовых показателей и образцов для сравнения. При этом базовый образец должен быть товаром повышенного спроса, оцениваемые – умеренного и не пользующиеся спросом. При выборе базового образца следует исходить из того, что совокупность значений его качества должна быть реально достижимой, характеризовать оптимальный уровень качества продукции.

За базовый образец принимает стиральную машину Bocsh WF 02060FF. Показатели данной стиральной машины одни из самых высоких, эта машина пользуется постоянным устойчивым спросом.

Для оценки выберем базовые показатели:

1. Класс стирки;
2. Отстирываемость;
3. Читаемость условных обозначений;
4. Скорость отжима;
5. Условные обозначения;
6. Класс энергопотребления;
7. Уровень шума;
8. Масса загрузки сухого белья;
9. Потребление воды;
10. Масса.

Эти свойства наиболее полно и подробно характеризуют стиральные машины. Также эти требования выдвигают потребители при покупке стиральной машины. Причем необходимо отметить, что чем выше класс стирки, тем лучше стиральная машина. Также высокие требования предъявляются к отстирываемости, чем выше тем лучше. Но в тоже время необходимо отметить, что чем ниже такие показатели как остаточная влажность, потребление воды, класс энергопотребления, уровень шума и масса стиральной машины, тем лучше.

Немаловажным является и требование к читаемости условных обозначений. Они должны быть разборчивыми, красноречивы, не давать двоякого толкования и хорошо читаемы. Лучше условные обозначения у тех стиральных машин у которых они нанесены символами, т.е. условные обозначения. Также на читаемость влияет их количество (чем меньше, тем лучше).

В современных условиях потребитель предъявляет серьезные требования к массе загрузки сухого белья. Современные стиральные машины рассчитаны на одновременную обработку 3-5 кг. сухого белья, что вполне устраивает среднестатистическую семью из 3-4 человек. Поэтому при оценке конкурентоспособности необходимо включать все показатели, которые наиболее важны для потребителя.

3.2 Экспертная оценка стиральных машин и пути ее совершенствования

Конкурентоспособность - основной критерий и главный ориентир в условиях становления рыночных отношений. Она является основополагающей моментом для функционирования и развития на рынке в условиях конкуренции. Достижение высокого уровня конкурентоспособности для большинства хозяйствующих субъектов не только стратегическая, но и перспективная социально - экономическая цель их развития.

В литературе выделяют различные показатели и методы оценки конкурентоспособности стиральных машин в зависимости от того, в каком аспекте необходимо ее определить.

Оценка уровня конкурентоспособности на основе теории качества проводится с использованием двух методов: комплексного и дифференцированного.

При оценке качества была сформирована группа экспертов. В качестве экспертов выступали студенты групп Тс-44. По выбраны ими свойствам наиболее важными для потребителей были расставлены балльные оценки в зависимости от разработанных шкал оценки.

Для оценки конкурентоспособности стиральных машин по заданным свойствам необходимо разработать примерные шкалы оценки для нескольких выбранных свойств.

Таблица 3.2.1. Шкала оценки стиральных машин в зависимости от класса стирки.



Таблица 3.2.2. Шкала оценки стиральных машин в зависимости от отстирывания

Таблица 3.2.3. Шкала оценки скорости отжима стиральных машин.

Таблица 3.2.4. Шкала оценки класса энергопотребления.



Таблица 3.2.5. Шкала оценки стиральных машин в зависимости от массы загрузки сухого белья, кг.

##

Исходя из требований предъявляемых потребителями эксперты проранжировали 10 наиболее важных свойств. Расчет коэффициентов весомости представлен в таблице 3.2.6.

Таблица 3.2.6. Определение коэффициентов весомости свойств.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| код свойства | ранги, проставленные экспертами |  | Сумма рангов | Мi |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | 8 | 9 | 10 | 8 | 7 | 42 | 0,153 |
| 2 | 10 | 10 | 8 | 9 | 10 | 47 | 0,171 |
| 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 19 | 0,069 |
| 4 | 9 | 8 | 7 | 10 | 8 | 42 | 0,153 |
| 5 | 7 | 7 | 9 | 7 | 9 | 39 | 0,142 |
| 6 | 6 | 5 | 2 | 4 | 6 | 23 | 0,084 |
| 7 | 5 | 6 | 6 | 6 | 4 | 27 | 0,098 |
| 8 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 11 | 0,040 |
| 9 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 17 | 0,062 |
| 10 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 8 | 0,029 |
| ИТОГО: | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 275 | 1 |

Наиболее важным свойством эксперты признали такое свойство как отстирываемость, коэффициент которого равен 0,171. При оценки класса стирки эксперты оценивали такие показатели как перемешивание белья, продолжительность стирки, эффективность полоскания. Также высокий коэффициент у такого функционального свойства как скорость отжима. Этот показатель важен для более быстрой сушки белья. От этого свойства зависит такой показатель как остаточная влажность, коэффициент весомости которого равен 0,142. Этот показатель важен для потребителя, так как , чем он ниже тем быстрее высохнет бельё. Следующим по значению эксперты поставили класс энергопотребления – коэффициент весомости 0,098. Этот показатель важен, так как он позволяет потребителю экономить электроэнергию, что важно для потребителя. Также к экономии затрат приводит и меньшее потребление воды, что существенно сказывается на кошельке потребителя. Наименее важными по мнению экспертов является такие показатели как уровень шума, его коэффициент весомости 0,04, так как белорусские потребители привыкли к старым отечественным моделям, в которых этот показатель не учитывался, также невысокий коэффициент весомости имеет такое свойство как масса стиральной машины – 0,0291.

Помимо функциональных свойств не менее важны и эстетические, такие как читаемость условных обозначений, коэффициент весомости составил 0,069. Этот показатель важен, так как потребитель должен разбираться в надписях, чтобы правильно запрограммировать все процессы стирки. Для оценки конкурентоспособности отберем 10 образцов стиральных машин. Оценим по всем показателям качества и установим уровень качества каждой стиральной машины и его конкурентоспособность.

Определим показатели качества для каждой стиральной машины.

Таблица 3.2.8. Определение показателей качества для стиральной машины Bosch WF02060FF.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| код свойства | оценки, проставленные экспертами, баллы |  | Сумма баллов | Pi |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |  |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4,2 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4,2 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4,2 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4,8 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |

Стиральная машина Bosch WF02060FF имеет класс стирки А. Система Aqua-spar с асимметричными захватами, имеет высокую отстирываемость до 90%. Скорость отжима до 1000 оборотов/мин., что позволяет постиранному белью быть высушенному за 3-4 часа, остаточная влажность после отжима составляет 68%. Стиральная машина имеет функцию разрыхления белья после отжима. Стиральная машина 1 экономична – класс энергопотребления – А, расход воды за один цикл стирки – 49 литров, продолжительность стирки составляет 120 минут. Уровень шума при стирке составляет 58 дБ. Для управления используется программатор, поворотный переключатель скорости отжима, клавиши специальных функций: легко гладить, быстрая стирка, дополнительное полоскание. Индикация этапов стирки (3 индикатора, 2 режима), световой сигнал завершения работы. Бак из нержавеющей стали. Подключение к холодной воде, имеется возможность встраивания. Загрузка сухого белья 5 кг. Цена составляет 480 у.е.

Таблица 3.2.9. Определение показателей качества для стиральной машины Electrolux EW1010F.



Стиральная машина Electrolux EW1010F имеет класс стирки – А, душ-система стирки. дополнительные программы: стирка шерсти, «ручная стирка», освежение белья, интенсивная стирка для 1-2 вещей, предварительная стирка. Отстирываемость до 90 %. Скорость отжима составляет 900 оборотов в минуту с шагом 150 оборотов. разрыхление белья после отжима, остаточная 55%. Промежуточный отжим, система против сминания. Класс энергопотребления – В, относительно высокий расход воды до 54 литров за один цикл стирки. Управление электронное, 2 цифровых дисплея, звуковая и световая индикация этапов программы и окончание работы. Автоматическая регулировка, экосистема (порошок используется без остатка). Уровень шума при работе 68 дБ. Бак и барабан из нержавеющей стали, корпус оцинкованный и лакированная сталь, двойное стекло дверцы, предохранитель дверцы, защита от перелива и протечек, фильтр. Самый большой недостаток – это слишком большая масса – 78 кг. Стоимость 550 у.е.

Таблица 3.2.10. Определение показателей качества для стиральной машины СМ Вяселка.

При оценки машины СМ Вяселка эксперты проставили низкие оценки по классу стирки, так как он – С, не имеет никаких дополнительных функций. Отстирываемость 52%, что и привело к низким оценкам по этому показателю. При оценке читаемости условных обозначений получили низкие оценки из-за того, что на ней нанесены условные обозначения в виде точек но им не дано пояснение. А такой показатель как скорость отжима вообще нельзя оценить, так как данной функции в стиральной машине не предусмотрена. Также нельзя оценить и эффективность полоскания, так как это машина только стирает. Низкие оценки получила стиральная машина и при оценки остаточной влажности составляет 115%. В тоже время необходимо отметить, что эта стиральная машина имеет невысокое количество потребление воды – 34 литра, за что получила самые высокие оценки. Однако небольшая масса загрузки, всего 1,5 кг. снижает показатели качества. Класс энергопотребления – С. Стоимость 230 у.е.

Таблица 3.1.11. Определения показателей качества для стиральной машины Indesit W84TX.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| код свойства | оценки, проставленные экспертами, баллы |  | Сумма баллов | Pi |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |  |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 3,6 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3,0 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4,6 |
| 6 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 3,4 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 20 | 4,0 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3,8 |

При оценке свойств стиральной машины Indesit W84TX эксперты проставили высокие оценки по классу стирки, так как класс стирки – А. Отстирываемость до 86%, что обеспечивает высокое качество стирки. Имеются 19 программ стирки для различного вида белья и различных видов стирки. Читаемость условных обозначений снижается из-за того, что на стиральной машине нанесены множество различных обозначений и потребитель теряется, поэтому оценки снижены. Скорость отжима 850 оборотов в минуту, что позволяет снижать влажность до 60%. Одним из недостатков данной стиральной машины является большое потребление воды (до 62 литров). При работе данной стиральной машины нормируемый шум в 68 дБ., что незначительно для человеческого уха. Положительно повлияло на оценку качества данной стиральной машины защита от перелива и класс энергопотребления – А. Стоимость данной стиральной машины 450 у.е.

Таблица 3.2.12. Определение показателей качества для стиральной машины Indesit WS92X.



При анализе стиральной машины Indesit WS92X необходимо отметить, что качество стирки достаточно высокий, отстирываемость до 80%. В стиральной машине имеется программы для толстых и тонких тканей, предусмотрен режим «ручной стирки» изделий из шерсти. При отжиме в этой стиральной машине со скоростью 1000 оборотов в минуту позволяет снижать влажность до 50%. Похвальная особенность – обороты плавно можно уменьшать до нуля, что актуально для шерстяных изделий из «деликатных тканей». Необходимо отметить, что эта машина с классом энергопотребления – А и уровнем шума 58 дБ. Недостаточно высокие показатели по удобству эксплуатации, так как электронный программатор работает лишь по заданной программе, что не позволяет прекратить и остановить процесс стирки в любой момент. Расход воды за один цикл стирки всего 39 литров, что позволяет ей получить самые высокие оценки по данному показателю. Стоимость данной стиральной машины 490 у.е.

Таблица 3.2.13. Определение показателей качества стиральной машины Indesit WE8X .



При оценке показателей качества стиральной машины Indesit WE8X эксперты отметили, что класс стирки данной машины – В, который достигается лишь благодаря использованию системы прямого впрыскивания. Важны критерием оценки машины – наличие специальных программ для изделий из деликатных тканей. Модель оснащена программой «Ласковая волна», во время которой барабан вращается реверсивно, раскручиваясь то в одну сторону то в другую, что обеспечивает бережную и эффективную стирку белья. В данной стиральной машине предусмотрено 3 скорости отжима – 1000, 650 и 300 оборотов в минуту и можно выбирать наиболее подходящие для различны видов ткани. Одно из преимуществ данной стиральной машины является ее небольшая глубина, благодаря чему она может разместиться даже в малогабаритной ванной комнате. Данная модель оснащена системой интеллектуального управления. К недостаткам можно отнести средний класс отжима, класс энергопотребления – В, потребление воды – 51 литр. Стоимость 450 у.е.

Таблица 3.2.14. Определение показателей качества стиральной машины LG WD6011.

При анализе показателей качества стиральной машины LG WD6011 эксперты отметили, что система стирки данной стиральной машины обеспечивает непрерывную пропитку белья моющим раствором. В результате моющее средство лучше пропитывают ткань, отстирываемость до 80%, обеспечивается наивысший класс стирки – А. Электронная панель с цифровым дисплеем, световые индикаторы выполнения программ стирки. В данной стиральной машине можно одновременно стирать лен, хлопок и синтетику. Машина обеспечивает оптимальную скорость вращения барабана 900 оборотов в минуту, что позволяет белью высыхать через 3-4 часа. К достоинствам данной стиральной машины можно отнести низкий класс энергопотребления – А, небольшая продолжительность стирки (96 минут) небольшое потребление воды, удобный люк загрузки. К недостаткам – скорость отжима недостаточна высока. Стоимость 460 у.е.

Таблица 3.2.15. Определение показателей качества для стиральной машины Candy6T.



При анализе таблицы 3.2.15 можно сделать выводы, что стиральная машина Candy6T получила высшие оценки по классу стирки – А, отстирываемость – 88%. Система 3 D-aquatronic обеспечивает постепенную подачу воды в барабан, благодаря чему белье увлажняются с 3-х сторон. Постоянное смачивание белья моющим раствором улучшает качество стирки. Машина предлагает многообразие программ. К основным недостатком этой машины можно отнести низкую скорость отжима – 600 оборотов в минуту, что оставляет белье с влажностью до 80%. Функция защита от сминания уменьшает образование складок на белье. Машина управляется электроникой, интерактивный русифицированный дисплей отображает всю необходимую информацию. К основным достоинствам можно отнести невысокое потребление воды – 43 литра, класс энергопотребления – А, большой набор функций и подпрограмм, широкий открывающийся на 180 градусов люк загрузки белья, который блокируется на время стирки. Стоимость данной стиральной машины 430 у.е.

Таблица 3.2.16. Определение показателей качества стиральной машины Bosch WF 01660.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| код свойства | оценки, проставленные экспертами, баллы |  | Сумма баллов | Pi |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 3,2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 6 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3,2 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 8 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4,4 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4,8 |

При оценке стиральной машины Bosch WF 01660 эксперты высоко оценили достаточно высокий класс стирки – В, который обеспечивает «душ-система» - гребни барабана обрызгивают бельё моющим раствором, создавая эффект душа и обеспечивает достаточно высокую отстирываемость до 84%. Помимо стандартных программ есть и специальные. Благодаря высокой скорости отжима (900 оборотов в минуту) остаточная влажность белья остается 64%. Машина оснащена не очень удобным информативным программаторам: одной ручкой необходимо выбирать тип ткани, температуру стирки и дозировку моющих средств. Два дисплея на панели управления отображают скорость вращения центрифуги, остаточная влажность, остаточную влажность, потребление воды. К достоинствам этой стиральной машины можно отнести широчайший выбор функций и программ, класс энергопотребления – А, маленькую массу – 37 килограмм. Стоимость 480 у.е.

Таблица 3.2.17. Определение показателей качества для стиральной машины Electrolux EW 1259W.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| код свойства | оценки, проставленные экспертами, баллы | Сумма баллов | Pi |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |  |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 | 4,0 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4,8 |
| 6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3,8 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5,0 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4,0 |
| 10 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 8 | 1,6 |

Стиральная машина Electrolux EW 1259W удостоена экспертами высоких оценок за эффективность стирки – класс А. Программы для любых видов белья, а вещи с маркировкой «только для ручной стирки» она стирает безупречно. Машина оснащена программами для всех видов белья, а также предусмотрено обновление программ. Широкий диапазон скорости вращения центрифуги, плавный разгон обеспечивает крайне бережный отжим для изделий любых видов ткани. Остаточная влажность составляет 48%. Машина анализирует загрузку белья и выдает на дисплей необходимое количества моющего средства. Уровень шума 61 дБ. К достоинствам можно отнести класс энергопотребление – А, высокую отстирываемость – 92%, невысокую остаточную влажность – 48%, огромное количество программ, электронное управление. Большими недостатками данной стиральной машины является ее большая масса – 92 кг. и стоимость –580 у.е.

Определение комплексного обобщающего показателя качества. Для каждого оцениваемого образца, включая базовый, рассчитывается комплексный средний взвешенный арифметический показатель (Q) по формуле:

,

где Pi – средний арифметический показатель качества,

mi- коэффициент весомости этого показателя.

Интегральный показатель товара (И) определяется в виде отношения комплексного обобщающего показателя качества (Q) и суммарных затрат на товар, выражаемых в виде цены потребления (С), по формуле:



Цену потребления в нашем случае определим как розничную цену товара.

Уровень конкурентоспособности каждого образца товаров (К) рассчитывают как отношение интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого образца к аналогичному интегральному показателю базового образца по формуле:



где I, Iб – интегральные показатели конкурентоспособности оцениваемого и базового образцов;

Q, Qб – Комплексные обобщающие показатели оцениваемого и базового образцов;

С, Сб – цена потребления оцениваемого и базового образцов.

Таблица 3.2.18. Комплексный показатель качества и оценка конкурентоспособности стиральных машин.

По итогам показателей качества наибольшим комплексным показателем обладает стиральная машина Bosch WF02060FF. Этот показатель показывает, что данная машина обладает наилучшими показателями качества, получила самые высокие оценки экспертов. На втором месте стиральная машина Electrolux EW 1259W, ее комплексный показательный равен 4,52 балла. Эта стиральная машина имеет также высокие показатели качества, но уступает по такому показателю как остаточная влажность. Наименьший комплексный показатель имеет стиральная машина СМ 1,5 Вяселка.

Для определения конкурентоспособности оцениваемого образца используются интегральные показатели конкурентоспособности оцениваемых и базового образцов.

Из проведённого анализа необходимо отметить, что оцениваемые образцы менее конкурентоспособны по сравнению с базовым.

Для оценки качества применяется следующая оценочная шкала:

5,00 – 4,50 – отличное качество;

4,49 – 4,00 – хорошее качество;

3,99 – 3,00 – удовлетворительное качество;

2,99 – 2,00 – низкое качество;

1,99 –1,00 – очень плохое качество.

Для оценки уровня конкурентоспособности была предложена следующая оценочная шкала:

1 – 0,99 – очень высокое качество и уровень конкурентоспособности

0,98 – 0,90 – отличное качество и уровень конкурентоспособности

0,89 – 0,70 – хорошее качество и уровень конкурентоспособности

0,69 – 0,50 – удовлетворительное качество и уровень конкурентоспособности

0,49 – 0,10 – низкое качество и уровень конкурентоспособности.

По приведенным шкалам можно сделать вывод, что наивысшему уровню качества соответствуют стиральныемашиныElectrolux EW 1259W и Bosch WF02060FF, хорошому уровню Electrolux EW1010F, Indesit W84TX, Indesit WS92X, Indesit WE8X и LG WD6011. Удовлетворительному соответствуют машины Candy6T и Bosch WF 01660. Низкому качеству соответсвуе стиральная машина СМ 1,5 Вяселка. Но на уровень конкурентоспособности повлияла цена поэтому наивысшему уровню качества соответствует только базовый образец Bosch WF02060FF. Высокому уровню - СМ 1,5 Вяселка, , Indesit W84TX, Indesit WS92X, Indesit WE8X, LG WD6011. Хорошее качество и средний уровень Electrolux EW1010F, Electrolux EW 1259W, Candy6T и Bosch WF 01660.

4. Краткая экономико-организационная характеристика Гродненского райпо. Роль и система хозяйственных связей и их правовое регулирование

## 4.1 Организационно-экономическая характеристика Гродненского райпо

Гродненский район образован 12 января 1940г. Размещается на северо-западе Гродненской области, около государственной границы Республики Беларусь с Польшей и Литвой, и объединяет территорию 2,6 тыс.кв.км. Центр района – г. Гродно.

В настоящее время население района насчитывает 68,05 тыс.чел. В том числе в сельской местности 55,02 тыс.чел. Живут в нем представители разных национальностей: белорусы – 49,8%; поляки – 40,1%; русские – 7,8%; другие национальности – 1,9%.

В состав района входит один город, 14 сельских советов, один поселок городского типа, который объединяет 383 населенных пункта с количеством дворов 20980.

В районе 17 медицинских учреждений, в том числе 7 больниц, 8 амбулаторий, 3 поликлиники.

Народное образование представлено 52 школами, где обучается 9344 чел. Из них средних – 23, школ-интернатов – 3. Имеется детский юношеский центр и среднее профессионально-техническое училище г.Скиделя.

К услугам тружеников Гродненщины – 102 учреждения культуры, 49 библиотек, 9 детских музыкальных школ. Имеется районный Дом ремесел.

Кооперативное движение на Гродненщине зародилось еще в 30-е годы. По настоящему развиваться стало уже в послевоенный период.

Гродненское райпо было основано в 1944 году и является добровольным объединением граждан и в соответствии с требованиями Гражданского кодекса Республики Беларусь, юридически оформивших свое членство в райпо путем подписания учредительного договора о создании и деятельности райпо. Райпо создано в соответствии с решением Собрания уполномоченных, по территориальному признаку на основе объединения его членами имущественных, паевых взносов для торговой деятельности, заготовительной, производственной и другой в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Гродненское райпо является юридическим лицом, имеет в собственности имущество, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в судах. Райпо на добровольной основе входит в Гродненский областной союз потребительских обществ с сохранением своей хозяйственной самостоятельности и статуса юридического лица.

Органом управления райпо является Общее собрание, а орган контроля – ревизионная комиссия.

Гродненское райпо создано в целях управления и координации деятельности своих членов, удовлетворения нужд членов потребительского общества и обслуживаемого населения в товарах и услугах через организацию торгового обслуживания, общественного питания, производственно-заготовительную и другие виды деятельности.

Организационная структура управления в потребительской кооперации отличается сложностью и многообразием, что обусловлено многозвенностью и многоотраслевым характером деятельности.

Структура аппарата управления Гродненского райпо представлена на схеме; она представляет собой совокупность функциональных подразделений.

Функции коммерческого характера в Гродненском райпо выполняет торговый отдел. Он является важным оперативным звеном и возглавляет его заместитель председателя по торговле и общепиту. Товароведы являются ответственными исполнителями торгового отдела, изучают спрос покупателей, составляют заказы на товары, принимают участие в установлении хозяйственных связей с поставщиками, ведут оперативный учет выполненных договоров и следят за наличием и движением товарных запасов. Товароведы систематически посещают магазины, проверяют в них соответствие фактического ассортимента обязательным ассортиментным перечням товаров, оказывает помощь в улучшении торговли и внедрению прогрессивных методов продажи товаров.

Важными задачами коммерческой службы в кооперативной торговле являются изучение и прогнозирование емкости товарного рынка, развития и совершенствования рекламно-информационной деятельности, координации закупочной работы среди поставщиков и покупателей.

Производственная деятельность райпо представлена: комбинатом кооперативной промышленности, имеются колбасные цеха, один хлебозавод, хлебопекарня, цех по переработке рыбы. Так за 2010 год произведено товаров народного потребления на 2010,9 млн.руб., темп роста составил 100,6%. Рентабельность производства составила за 2010 год 4,.4%. Заготовительная деятельность райпо в 2010 году убыточна. Допущено снижение по 11 видам заготовок, выполнено только по5 видам: дикорастущие, лом черных металлов, полиэтилен, кожсырье и мед.

Розничная сеть является составной частью материально-технической базы торговли. В ней завершается процесс обращения товаров. В районе осуществляют деятельность предприятия государственной торговли, потребительская кооперация, частные торговые предприятия и предприниматели, промышленные предприятия и даже почтовые отделения Министерства связи. В тоже время торговой деятельностью занимаются 9 колхозов, которые имеют свои магазины, где продают в основном продукцию своих подсобных цехов.

Торговое обслуживание населения района осуществляется потребительской кооперацией, которая насчитывает на 01.01.2003г. 133 торговых предприятия. Поэтому целесообразно рассмотреть, какое место занимает розничный товарооборот потребительской кооперации в общем товарообороте района, другими словами определим долю рынка потребительской кооперации в общем товарообороте района.

#### Таблица 2.1.1 Доля рынка, занимаемая потребительской кооперацией в общем товарообороте Гродненского района за 2008 – 2010гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Ед. изм | Год | Динамика, в % |
| 2008 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | Общий товарооборот всех торгующих систем района:в действующих ценахв сопоставимых ценах | млн. руб. | 8486,718486,71 | 12814,178320,88 | 20654,999719,07 | 150,9998,04 | 161,19116,80 |
| 2 | Розничный товарооборот предприятий потребительской кооперациив действующих ценахв сопоставимых ценах | млн. руб. | 4022,704022,70 | 6676,184335,18 | 11133,045238,58 | 165,96107,77 | 166,76120,84 |
| 3 | Удельный вес товарооборота потребительской кооперации в общем товарообороте района | % | 47,4 | 52,1 | 53,9 | +4,7 | +1,8 |

Индекс цен: 2010г. – 1,54; 2010г. – 1,38.

Из таблицы 2.1.1 видно, что товарооборот всех торгующих систем, в том числе и товарооборот Гродненского райпо увеличивался из года в год в действующих ценах. Следует также отметить, что темпы роста товарооборота Гродненского райпо выше темпов роста товарооборота всего района как в действующих, так и в сопоставимых ценах, поэтому доля товарооборота Гродненского райпо на рынке Гродненского района постоянно увеличивается. Так в 2010 году по сравнению с 2009 годом она увеличилась на 4,7%, а в 2010 году – на 1,8% по сравнению с 2010 годом.

Эффективность любой деятельности, с точки зрения ее конечных результатов, в значительной мере зависит от квалификации работников предприятия.

Развитие рыночных отношений связано также с включением в сферу предпринимательской деятельности большого количества людей, многие из которых никогда не занимались коммерческой деятельностью и не имеют необходимой экономической подготовки.

В этих условиях особую актуальность приобретает экономическая подготовка высококвалифицированных кадров, владеющих знаниями основ коммерческой деятельности и способных определять стратегию и тактику предприятия с учетом требований рынка.

Анализ кадрового потенциала работников Гродненского райпо позволяет дать его качественную оценку (таблица 2.1.2).

Таблица 2.1.2 Качественный состав работников Гродненского райпо за 2009 – 2010гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Показатели | Ед. изм. | Год | Динамика |
| 2008 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | Среднесписочная численность работников торговли, всего:в том числе имеющих образование:высшеесреднее специальноесреднеебазовое | Чел. | 4095316615139 | 4174416417336 | 3872815716537 | 101,9583,0298,79144,5792,31 | 92,8163,6495,7395,36102,78 |
| 2 | Удельный вес работников, имеющих высшее образование в общей численности работников | Чел. | 12,96 | 10,55 | 7,24 | -2,41 | -3,31 |

**Рис. Качественный состав работников торговли Гродненского райпо.**

Из таблицы 4.1.2 и рис. видно, что в целом по райпо происходит снижение работников, так в 2010 году их численность снизилась на 1,19 % , особенно резко снизилась численность работников имеющих высшее образование (на 36,36% по сравнению с2010 годом). В 2010 году по сравнению с 2009 годом наблюдался рост общей численности работников райпо (на 1,95%), однако также произошло снижение численности работников имеющих высшее и среднее специальное образование.

Работниками коммерческой службы для обоснованного составления заказов по внутригрупповому ассортименту товаров учитываются данные о половозрастном составе населения.

Спрос покупателей зависит от социального состава населения. Изменение этого состава не только отражается на общем объеме товарооборота, но и обуславливает существенные сдвиги в его структуре.

Численность населения района в 2010 году составила 68,05 тыс.чел., в том числе обслуживаемое системой потребительской кооперации 54,9 тыс.чел.

Цифровой материал по данным о составе населения представлен в таблице 2.1.3.

Таблица 2.1.3. Изменение численности обслуживаемого населения Гродненского райпо за 2009 – 2010гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Показатели | Ед. изм. | Год | Динамика |
| 2008 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | Всего населения в районев том числеОбслуживаемого потребительской кооперацией из них:МужчиныЖенщиныДети | Чел.Чел.Чел.Чел.Чел. | 68,4455,820,5120,8614,43 | 68,455,920,3621,2514,29 | 68,0555,0220,0421,113,68 | 99,94100,1899,27101,8799,03 | 99,4998,4398,4299,2997,13 |
| 2 | Удельный вес населения обслуживаемого потребительской кооперацией | % | 81,53 | 81,73 | 80,85 | +0,2 | -0,88 |



**Рис. Изменение численности обслуживаемого населения.**

Из таблицы 2.1.3 и рис. 2 видно, что численность населения района постоянно снижается. Так на 0,51% в 2010 году уменьшилась численность населения района, по сравнению с2010 годом и на 0,06% в 2010 году по сравнению с 2009 годом. Численность населения обслуживаемого потребительской кооперацией в 2010 году увеличилась на 0,18% по сравнению с 2009 годом, что составило 81,73% в общей численности населения района, что на 0,2% больше чем в 2009 году. Однако в 2010 году потребительская кооперация не удержала своих позиций и потеряла часть потребителей (на 0,83%), в результате чего снизился удельный вес численности населения обслуживаемого Гродненским райпо в общей численности населения района.

Торговля является основной отраслью потребительской кооперации. Торговые предприятия – основное звено розничной торговли. Структура розничной торговли Гродненского райпо представлена в таблице 2.1.4.

Таблица 2.1.4.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Структура розничного товарооборота Гродненского райпо за 2008 - 2010гг. в действующих ценах |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Показатели | 2008 год |  | 2009 год |  | 2010 год |  | Отклонение удельного веса,% |
|  | сумма, млн.руб. | уд.вес, % | сумма, млн.руб. | уд.вес, % | сумма, млн.руб. | уд.вес, % | 2010 к 2008 | 2010 к 2009 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| продовольственные товары | 3103,57 | 77,15 | 5411,8 | 81,06 | 9298 | 83,52 | 3,91 | 2,46 |
| непродовольственные товары | 919,13 | 22,85 | 1264,4 | 18,94 | 1835 | 16,48 | -3,91 | -2,46 |
| Розничный товарооборот в том числе: | 4022,7 | 100 | 6676,18 | 100 | 11133,04 | 100 | - | - |

Анализируя данные таблицы 2.1.4. можно сделать вывод о том, что количество торговых предприятий постоянно изменяется. Так в 2010 году общее число торговых предприятий по сравнению с 2010 годом увеличилось на 11 единиц, однако в 2010 году по сравнению с 2009 годом их количество снизилось на 9 единиц. Следует отметить, что в развитии магазинов стационарной торговли наблюдается определенная тенденция. Так количество магазинов по продаже продовольственных товаров постоянно увеличивается, так в 2010 году по сравнению с 2009 годом их количество увеличилось на 9 единиц, в 2010 году по сравнению с 2010 годом на 29 единиц (торговая площадь увеличилась на 428м.кв. и на 2097 м.кв. соответственно). Увеличение количества магазинов по продаже непродовольственных товаров происходит не такими быстрыми темпами, однако в 2010 году их количество увеличилось по сравнению с 2009 годом на 1 единицу, в 2010 году по сравнению с 2010 годом на 5 единиц (торговая площадь увеличилась на 24 м.кв., 1204 м.кв. соответственно).

Однако по смешанным магазинам наблюдается тенденция к снижению их количества, так в 2010 году по сравнению с 2009 годом их количество снизилось на 19 единиц, в 2010 году по сравнению с 2010 годом – 23 единицы. Уменьшение торговой площади смешанных магазинов в 2010 году произошло на 947 м.кв., а в 2010 году на 1271 м.кв.

Количество автомагазинов в 2010 году снизилось на 1 единицу, по сравнению с 2010 годом, однако в 2010 году по сравнению с 2009 годом их количество не изменилось. Также из года в год снижается количество лавок на дому, в 2010 году по сравнению с 2009 годом их количество уменьшилось на 3 единицы.

В 2010 году произошло снижение количества торговых предприятий в сельской местности, что привело к уменьшению торговой площади на 319 м.кв. Однако в 2010 году их количество увеличилось на 16 единиц, в следствие чего торговая площадь увеличилась на 3362 м.кв.

Для всесторонней оценки эффективности деятельности Гродненского райпо используется система показателей.

Таблица 2. 1.5. Динамика основных показателей деятельности Гродненского райпо за 2009-2010 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Ед. изм. | Год | Динамика |
| 2008 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | Розничный товарооборотВ действующих ценахВ сопоставимых ценах | млн.руб | 4022,74022,7 | 6676,184335,18 | 11133,045238,58 | 165,96107,77 | 166,76120,08 |
| 2 | Среднегодовые товарные запасы в действующих ценах | млн.руб | 481,1 | 539,55 | 953,15 | 112,15 | 176,66 |
| 3 | Время обращения товаров в днях | дни | 43 | 29 | 31 | -14 | +2 |
| 4 | Скорость обращения товаров в количестве оборотов | раз | 8,36 | 12,37 | 11,68 | +4,01 | -0,69 |
| 5 | Среднесписочная численность работников | чел. | 409 | 417 | 387 | 101,95 | 92,81 |
| 6 | Среднегодовая выработка на одного работникаИсходя из товарооборота:В действующих ценахВ сопоставимых ценах | млн.руб. | 9,849,84 | 16,0110,39 | 28,7613,54 | 162,70105,59 | 179,64130,32 |
| 7 | Общая сумма валового дохода от реализации товаров | млн.руб. | 612,31 | 1129,88 | 1869,49 | 184,52 | 165,46 |
| 8 | Средний уровень валового дохода в % к товарообороту в действующих ценах | % | 15,22 | 16,92 | 16,79 | +1,7 | -0,13 |
| 9 | Общая сумма издержек обращения | млн.руб. | 664,79 | 1308,0 | 2295,18 | 196,75 | 165,46 |
| 10 | Средний уровень издержек обращения в % к товарообороту в действующих ценах | % | 16,53 | 30,62 | 20,62 | +14,09 | -10 |
| 11 | Общая сумма убытков от реализации товаров | млн.руб. | -11,56 | -217,54 | -495,08 | 1881,83 | 227,58 |
| 12 | Средний уровень прибыли от реализации товаров в % к товарообороту в действующих ценах | % | -0,29 | -3,26 | -4,45 | -2,97 | -1,19 |
| 13 | Индекс цен | - | - | 1,54 | 1,38 | - | - |

Анализируя данные таблицы 2.1.5 можно сделать следующие выводы: розничный товарооборот Гродненского райпо в 2009 – 2010 гг. как в действующих так и в сопоставимых ценах имеет тенденцию к росту. В 2010 году темп роста в действующих ценах составил 165,96%, а в 2010 году 166,76%. Однако под влиянием ценового фактора темп роста снизился до 107,77% в 2010 году и 120,08% в 2010 году. Увеличение товарооборота в 2010 году привело к сокращению товарных запасов в днях (-14 дней) и ускорению товарооборачиваемости (+4 раза), а в 2010 году по сравнению с 2010 годом товарные запасы увеличились на 2 дня и замедлилась их товарооборачиваемость (-0,69 раза). Валовой доход в 2010 году увеличился только в сумме (на 65,46%) по сравнению с 2010 годом, а его уровень снизился на 0,13%. В 2010 году валовой доход увеличился как в сумме, так и по уровню – на 84,52% и 1,7% соответственно. Что касается издержек обращения, то они в 2010 году по сравнению с 2009 годом увеличились как в сумме, так и в процентах к товарообороту. Это является отрицательным моментом в деятельности Гродненского райпо. Однако в 2010 году произошло улучшение положения, так как уровень издержек обращения сократился на 10%. Торговая деятельность Гродненского райпо является убыточной и с каждым годом убытки возрастают.

Для более успешной работы Гродненского райпо составим план мероприятий, которые способствовали бы выходу из сложившейся экономической ситуации:

1. дополнительно изыскать и поставить торговую сеть недостающих и не вырабатываемых в республике товаров: современную бытовую и оргтехнику, бумажно-беловые товары;
2. организация мероприятий по перераспределению товарных запасов (доведя их до 25 дней) и максимальному вовлечению их в товарооборот, увеличение в розничном товарообороте доли товаров с ускоренной товарооборачиваемостью (рыба, мясо, птица, пиво, водка, хлеб
3. улучшить обслуживание покупателей и повысить эффективность использования материально-технической базы торговли можно за счет прогрессивных форм (самообслуживание, продажа по образцам, по предварительному заказу, по почте);
4. считать главной задачей обеспечение постоянного наличия в розничной сети товаров путем неукоснительного соблюдения обязательных ассортиментных перечней;
5. осуществлять товародвижение в сети на условиях ускорения оборачиваемости путем закупа быстрореализуемых и высоко рентабельных товаров (рыба, мясо, птица, пиво, вино, полуфабрикаты, хлеб), не допускать поступление товаров крупными партиями и оседания их в предприятиях;
6. дважды в год проводить работу по пересмотру ассортиментных перечней для всех типов магазинов в весенне-летний и осенне-зимний периоды;
7. максимально увеличить производство и отпуск в торговую сеть товаров вырабатываемых на предприятиях кооперативной промышленности (хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, рыба соленая и копченая, колбасных изделий, пельменей);
8. на постоянном контроле держать обслуживание малых населенных пунктов магазинами райцентра согласно утвержденных маршрутов и графиков, утвержденного времени и месте торгового обслуживания.
9. необходимо обеспечивать выполнение объемных показателей деятельности Гродненского райпо не ниже, чем в предыдущие годы.

4.2 Сущность и содержание хозяйственных связей торговли с промышленностью, их правовое регулирование и проблемы хозяйственных взаимоотношений торговых и промышленных предприятий в современных условиях

В процессе продвижения товаров на рынок торговля выполняет связующие функции между производством и потребителями. Возникающие между ними взаимоотношения называются хозяйственными связями.

Понятие хозяйственные связи включает экономические, организационные коммерческие правовые, административные и другие отношения, складывающиеся между покупателями и продавцами в процессе поставок товаров.

Система хозяйственных связей формируется на основе свободно совершаемых актов купли-продажи по инициативе сторон и централизованного распределения отдельных видов товаров по квотам и для государственных нужд.

Хозяйственные связи на поставку товаров различают по структуре и числу участников, срокам действия, ведомственному признаку,

Структура хозяйственных связей может быть простой и сложной.

Простые хозяйственные связи заключаются непосредственно между предприятием-изготовителем товаров и розничными торговыми предприятиями. Они устанавливаются при закупке многих продовольственных товаров особенно скоропортящихся, а также непродовольственных имеющих несложный ассортимент и крупногабаритных. Такие связи называются прямыми. Преимущества прямых хозяйственных связей заключаются в том, что устраняются излишние звенья перевалки товаров, ускоряется товарооборачиваемость, повышается эффективность воздействия на изготовителя по вопросам обновления ассортимента, повышается качество товаров, сокращается время на согласование условий поставки.

Сложная структура хозяйственных связей предполагает участие в них посредников, число которых может быть различно. Такая структура хозяйственных связей менее эффективна, снижает оперативность управления процессом доведения товаров до потребителя, уменьшает эффективность воздействия на изготовителя по выпуску нужного ассортимента. Она целесообразна при поставках товаров в количестве менее минимальных норм отгрузки, когда требуется накопление, подсортировка, преобразование ассортимента у посредника.

По срокам действия заключенных договоров различают разовые, краткосрочные (до одного года) и длительные (более года) хозяйственные связи. Если потребность в товарах систематическая, предпочтение следует отдавать прямым длительным хозяйственным связям, они гарантирует большую стабильность.

По ведомственной принадлежности участников различают межсистемные и внутрисистемные хозяйственные связи,

При межсистемных договорных связях взаимоотношения по поставкам устанавливаются между предприятиями различных систем, министерств, ведомств,

Внутрисистемными хозяйственными связями называются договорные отношения между предприятиями и организациями одной системы, например потребительской кооперации.

Система хозяйственных связей торговли с производством включает следующие элементы:

* изучение и прогнозирование спроса на товары;
* планирование объема и ассортимента товарного предложения;
* поиск и выбор партнеров;
* экономическое обоснование потребности в товарах;
* заключение различных видов хозяйственных договоров;
* участие в работе оптовых ярмарок, товарных бирж и т.д.;
* реклама товаров и услуг;
* применение административно-правовых норм и экономических санкций между субъектами хозяйственных связей.

Эти функции и их значимость меняются по мере развития рыночных отношений и повышения самостоятельности и ответственности сторон вступающих в хозяйственные связи.

Субъектами хозяйственных связей являются хозяйственные органы предприятия и организации торговли и промышленности, в чью компетенцию входит выполнение экономических, организационных и коммерческих задач по организации производства и реализации товаров народного потребления.

В настоящее время взаимоотношение субъектов коммерческой деятельности по поводу купли-продажи регламентируется рядом нормативных регулирующих и методических документов.

Основные нормативные правовые акты, регулирующие договор поставки являются следующие:

1) Гражданский кодекс Республики Беларусь от 0712.2007г. (далее -ГК), статьи 476-504,424-461;

2) Указ Президента Республики Беларусь от 07.03.2009 №117 «О некоторых мерах по упорядочению посреднической деятельности при продаже товаров» (НРПА РБ от 09.03.2009 №: /1075, «Советская Белоруссия» от 10.03.2009 №59);

3) Положение о поставках товаров в Республике Беларусь (утв. постановлением КМ РБ от 08.07.2005 №444/СДУиП, 2005, №19, БНПИ, 2005, №9, «Рэспублика» от 24.07.2005). Данное постановление действует в части не противоречащей ГК;

4) Положение о приемке товаров по количеству и качеству (утв. постановлением КМ РБ от 26.04.2005 №285 / БНПИ 2005, №6, «Рэспублiка» от 28.08.2005);

5) Приказ Министерства торговли Республики Беларусь Министерства промышленности Республики Беларусь Министерства экономики Республики Беларусь от 11.05.2007 №67/ 31/39 «Об утверждении Типового договора на поставку потребительских товаров на внутренний рынок предприятиям всех форм собственности» (НРПА РБ от 27.05Л998, №2491/12, БНПИ, 2007, №13, «Республика» от 08.07.2007).

Кроме того, в потребительской кооперации в вопросах организации хозяйственных связей руководствуются ведомственными актами: «Положением о порядке согласования договоров (контрактов), заключаемыми организациями потребительской кооперации» и «Положением об организации договорной работы в потребительской кооперации Республики Беларусь».

Вопросы, не урегулированные законодательством и нормативными актами, решаются сторонами самостоятельно в заключаемых ими договорах, которые являются юридическим документом определяющим хозяйственные отношения конкретных субъектов по поставкам товаров.

Отход от существовавшей ранее формы хозяйственных отношений, базирующейся на административном регулировании, принес, несомненно, много положительных моментов. Это, прежде всего, свобода в выборе партнеров, ассортимента товаров, форм и методов торговли. Однако в современных экономических условиях существуют определенные проблемы хозяйственных взаимоотношений между торговыми и промышленными предприятиями, решение которых в той или иной степени предполагает участие государственных институтов. Это участие в регулировании взаимоотношений между торговлей и промышленностью должно осуществляться по следующим направлениям:

* совершенствование правового обеспечения коммерческих финансовых и иных сторон взаимодействия;
* решение организационных вопросов формирования товарного предложения на потребительском рынке (организация ярмарок, квотирование заявочно-заказной механизм доставка товаров в торговую сеть);
* совершенствование механизма финансовых расчетов за поставку товаров;
* нормализация товарных запасов в торговой сети и на предприятиях промышленности;
* приведение производственного ассортимента в торговый;
* улучшение качества товаров, поступающих на рынок;
* оптимизация экспортно-импортных операций на потребительском рынке;
* совершенствование механизма ценообразования;
* организация фирменной торговли.В настоящее время сложилась во многом нелогичная ситуация, когда на торговлю и потребителя возлагается функция защиты экономических интересов отечественных производителей. Мировая практика не знает случаев, когда бремя экономических, организационных и других ошибок перекладывается с товаропроизводителя на других участников рынка. Будучи равноправными его участниками (по крайней мере, номинально) товаропроизводители, торговля и потребители имеют свои интересы. Но на самом деле происходит дискриминация прав торговли и потребителей. Защита товаропроизводителей сегодня возведена в ранг государственной политики, которая реализуется не всегда в экономически оправданных мерах. Например, Министерством торговли Республики Беларусь разработаны и доведены до каждой торговой точки ассортимента товаров отечественного производства, куда включено 60 наименований продовольственных, 900 наименований или более 2230 видов и разновидностей товаров культбытхозназначения, 8 тыс. моделей, видов, артикулов одежды, обуви, тканей. Требование Министерства торговли по обязательности наличия отечественных товаров административно оправдана лишь с двух позиций: как мера активизации коммерческой инициативы руководителей торговых предприятий и как мера гражданской поддержки отечественных товаропроизводителей. Но сугубо экономический подход малоэффективен, так как, во-первых, административными мерами спрос населения активизировать невозможно, во-вторых, в условиях роста товарных запасов как в торговле, так и в промышленности, обязательность наличия некоторые товаров приводит к еще большему увеличению запасов.

Многие проблемы во взаимоотношениях торговли и промышленности вызваны противоречиями в нормативно-правовых нормах. Так, в "Положении о поставках товаров в Республике Беларусь утвержденном Кабинетом Министров Республики Беларусь от 8 июля 2005 г, №444 односторонний отказ от исполнения договора (полностью или частично) допускается в случаях (П. 103):

* неоднократной поставки товаров ненадлежащего качества (2 и более раз);
* систематического нарушения сроков поставки (свыше 2-х раз);
* систематической задержки оплаты покупателем поставляемого товара (свыше 2-х раз).

В утвержденном постановлением совместной коллегии Министерства. торговли и Министерства промышленности от 10 июля 2006г. №13/9 "Временном порядке формирования рыночных ресурсов поставки их потребителям и организациям торговли в Республике Беларусь" односторонний порядок изменения договоров допускается в случаях:

* увеличения цен;
* ухудшения качества;
* нарушения сроков Поставки и ассортимента;
* неплатежей (п. 4.3 названного документа).

В соответствии с Положением о поставках, а также Временным порядком формирования рыночных ресурсов к договорам на поставку должна прилагаться спецификация на поставку товаров с указанием ассортимента, единицы измерения, количества, цены и суммы. В реальной практике договорных отношений это требование часто игнорируется или выполняется частично.

Вопреки существующему Положению о поставке товаров в Республике Беларусь торгующие организации заключают договоры, заранее ставящие их в экономически невыгодное положение. Дело в том, что система государственного регулирования предусматривает одностороннюю ответственность торгующих организаций и органов управления торговлей за обеспечение рынка товарами. Еще более строгим режимом для торговли являются спроектированные ею обязательные ассортиментные перечни наличия в торговой сети товаров отечественных товаропроизводителей.

Недостаточна гибкость реагирования предприятий промышленности на изменения в спросе населения. В 2009 г. отечественными товаропроизводителями было освоено около 250 наименований и разновидностей товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения. Это примерно в три раза меньше перечня, предложенного Министерством торговли к освоению промышленностью.

В то же время отечественной промышленностью не производятся или производятся в недостаточных объемах: нарядная одежда и обувь, швейные и трикотажные изделия из новых современных видов сырья и материалов; одежда из натуральной кожи; средства для защиты садов и огородов; большинство спортивных, школьно-письменных и канцелярских товаров (карандаши, ручки, готовальни, фломастеры, альбомы и блоки для черчения); электробритвы, стиральные машины автоматические и полуавтоматические, лезвия для бритья; аудио и видеокассеты; гальванические элементы и т. д. Предлагаемый ассортимент фотоаппаратов, стиральных машин, пылесосов, посуды фарфоровой тонкостенной, зубной пасты, мыла туалетного, чемоданов, парфюмерно-косметических товаров и других изделий очень узок, давно устарел по дизайну и упаковке, потребительским свойствам. Проблемным вопросом во взаимоотношениях торговли и промышленности являются расчеты за поставленную продукцию. В п. 66 Положения о поставке говорится, что порядок расчетов определяется соглашением сторон в соответствии с настоящим положением и иным законодательством» И далее: в случае отсутствия в договоре указания о сроке платежа покупатель обязан оплатить товар до непосредственной его поставки (передачи) поставщиком. Эта норма регулирования отношений на потребительском рынке несовершенна в принципе по следующим соображениям. Требование предварительной оплаты в счет будущих поставок товаропроизводитель мотивирует прежде всего тем, что ему также нужно расплатиться с поставщиками сырья, энергоресурсов и других элементов производства. Но, с другой стороны, предоплата за будущие поставки есть не что иное как беспроцентный для производителя денежный кредит от имени и за счет торговли, а еще точнее за счет покупателя.

Явный нонсенс -так называемый самовывоз, когда торгующие предприятия самостоятельно за свой счет забирают товар у товаропроизводителя и доставляют его в розничную сеть. Такой подход приводит к значительным издержкам., торгующие предприятия вынуждены брать у предприятия тот ассортимент который сейчас идет у него на потоке: одна модель, один артикул, одна расцветка, один размер и т.д. В результате образуются излишки товаров в магазинах, происходит затоваривание. Эти факты являются массовыми.

Таким образом, взаимоотношение промышленных и торговых предприятий Республики Беларусь характеризуется наличием множества серьезных проблем. Они могут быть объяснены в первую очередь неразвитостью подлинно рыночных отношений, монопольным положением производителей отдельных видов продукции, отсутствием равноправных условий между торговыми и промышленными .предприятиями. В определенной мере это обусловлено неграмотной политикой поддержания интересов национальных производителей и защиты внутреннего рынка, обеспечивающие решение этой проблемы только в краткосрочном периоде, причем за счет ущемления интересов торговли и потребителей.

**4.3 Поставщики стиральных машин, их характеристика. Организация договорной работы и её эффективность**

Правильный выбор поставщиков товаров - очень сложное и ответственное дело. При его осуществлении покупатели стремятся наладить долговременные отношения с определенным количеством поставщиков; создать для них гарантированный рынок сбыта; разделить ответственность за количество поставок и заботу о постоянном повышении качества товаров; обеспечить регулярный обмен информацией.

Эффективность оптовых закупок во многом зависит от правильного выбора источников поступления и поставщиков.

Товары можно закупить непосредственно у изготовителей или через посредников.

К поставщикам-изготовителям относятся: государственные промышленные предприятия, предприятия заготовительных организаций, кооперативные, совместные предприятия, колхозы, совхозы.

К поставщикам-посредникам принадлежат оптовые предприятия и организации государственной и кооперативной торговли.

По принадлежности к хозяйственной системе все поставщики подразделяются на внутрисистемных — когда поставщики и покупатели принадлежат одной системе (например, потребительской кооперации), и межсистемных -разным системам. Оптовые закупки товаров могут осуществляться на основе централизованного распределения (выделенной квоты), по госзаказу и в порядке свободной купли-продажи (свободно реализуемые товары).

С развитием рыночных отношений расширяется практика свободной закупки товаров на основа инициативы продавца и покупателя в соответствии с их договоренностью.

Одним из важных принципов, из которого необходимо исходить при выборе поставщика является его деловая характеристика, отношение к выполнению своих обязательств. Деловое лицо фирмы (реноме) определяется тем насколько добросовестно поставщик выполняет свои обязательства насколько серьезно он заботится о поддержании своего делового авторитета. Таким образом, на первый план выдвигается степень добросовестности поставщика при выполнении договорных обязательств — надежность партнера.

Несмотря на то, что речь идет об оптовых закупках, важным фактором при выборе партнера является его финансовое положение. Устойчивое финансовое положение свидетельствует о стабильной работе предприятия. Такой поставщик может предложить более выгодные условия договора.

При выборе поставщика предпочтение отдается тем, с кем уже заключались договоры и установились взаимовыгодные отношения, устраивающие обе стороны. К этим поставщикам целесообразно обращаться в первую очередь.

Выбирая поставщика, необходимо обратить внимание на объем поставки и ассортимент. Целесообразно выбирать тех поставщиков, которые могут максимально удовлетворить потребность в товарах по объему и по ассортименту и которые могут отгружать их нужными партиями и в нужные сроки.

При выборе поставщика играет роль его месторасположение, удаленность. Следует рассматривать и изучать в первую очередь близко расположенных потенциальных партнеров, с тем, чтобы сократить транспортные расходы, исключить излишне дальние, нерациональные, встречные перевозки. У Гродненского райпо имеется небольшое число поставщиков стиральных машин. Все они расположены на территории республики. Поставщиками являются следующие предприятия:

* минский авиаремонтный завод;
* УП «Крамэл»;
* ООО «Электроника и техника».

Структура хозяйственных связей за три анализируемых года приведена в таблице 4.3.1.

Таблица 4.3.1. Структура хозяйственных связей по поставкам стиральных машин в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.

Данные таблицы 4.3.1. свидетельствуют об увеличении доли поставок стиральных машин по прямым связям в 2010 году по сравнению с 2010, что является положительным моментом, но в тоже время в 2010 по сравнению с 2009 годом произошло снижение по количеству и удельному весу на 0,9%. В условиях постепенного насыщения рынка товарами торговые предприятия имеет ограниченные возможности по повышению отпускных цен. В таких условиях увеличение поставок по прямым связям способствует снижению себестоимости закупаемой продукции, росту уровня валовых доходов. Преимущество прямых связей заключается в том, что устраняется излишние звенья перевалки товаров, ускоряется товарооборачиваемость, повышается эффективность воздействия на изготовителя по вопросам обновления ассортимента, повышение качества товаров, сокращается время по согласованию условий поставок. Но с другой стороны необходимо отметить, что для удовлетворения потребностей населения необходимо производить закупки автоматических стиральных машин у посредников, т.к. Атлант пока не может полностью удовлетворить спрос потребителей.

В таблице 4.3.2. приведены данные о территориальном размещении поставщиков стиральных машин.

Таблица 4.3.2 Территориальное размещение поставщиков стиральных машин в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.



Предприятия поставщики стиральных машин размещены на территории республики только в городе Минске. Это сказывается на оплате транспортных услуг по доставке. В дальнейшем при заключении договоров на поставку стиральных машин следует обратить внимание на местных поставщиков.

#### Таблица 4.3.3 Структура поставок поставщиков стиральных машин в Гродненское райпо за 2009-2010 гг.

Как видно из данных приведенной таблице структура поставок стиральных машин подвержена определенным изменениям. Если количество и наименование поставщиков товаров на протяжении анализируемых лет оставались прежними, то объемы закупаемой у них продукции росли неодинаковыми темпами. В целом за анализируемые года вырос удельный вес закупок стиральных машин у поставщиков-изготовителей. Объем закупаемой продукции зависит не только от предлагаемых поставщиками цен, ассортимента, качества стиральных машин, но и условиям оплаты поставок. В условиях падения эффективности розничной торговли торговые предприятия должны максимально использовать возможность включения в договора поставки товаров условия если не прямо выгодные торговли, то хотя бы не ущемляющие ее интересы.

При рыночных отношениях в связях торгового предприятия с поставщиками и посредниками важное место занимает договор поставки порядок его заключения и расторжения. Это обусловлено тем, что при равноправных хозяйственных связях поставщиков и покупателей товаров, их полной хозяйственной самостоятельности, договор является основным документом, определяющим права и обязанности сторон по организации поставки товаров и продукции.

Организация договорной работы на торговых предприятиях подразделяется на три этапа: преддоговорная работа; непосредственно заключение договоров и сделок, их изменение, дополнение, расторжение; учет и контроль исполнения договорных обязательств.

Следует отметать, что в Гродненском райпо договорная работа ведется не на требуемом уровне. По сути, договорная работа заключается только в том, что торговые предприятия, как покупатели согласовывают с поставщиками только ассортимент и цену за товары. Условия оплаты и остальные пункты договора практически всегда являются продиктованными поставщиком. Заключенные договора не всегда согласовываются с экономической, юридической и бухгалтерской службой, что также влечет за собой нежелательные последствия в случае обнаружения спорных вопросов в процессе хозяйственных связей.

Даже беглый анализ большинства приложенных договоров (приложения) подтверждает, что в договорной практике используются типовые формы договоров предприятий-поставщиков и большинство условий договоров часто невыгодны торгующим организациям. При этом обращает на себя краткость основных и дополнительных условий, поверхность рассмотрения последствий не соблюдения договорных обязательств. Это говорит о том, что договорная работа в системе потребкооперации, как в прочем и во многих предприятиях госторговли, ведется не на достаточно высоком уровне. В некоторой степени такая ситуации может быть объяснена монополизмом со стороны поставщиков и отсутствием реальной возможности у предприятий торговли отстаивать свои требования.

Итак, основные разделы типовых договоров на поставку стиральных машин включают следующие:

* цель приобретения товаров;
* наименование сторон;
* обязанности поставщика;
* обязанности покупателя;
* условия поставки;
* цена и объем поставки, качество отпускаемой продукции;
* порядок оплаты;
* условия оплаты транспортных расходов;
* санкции за нарушение сроков оплаты и прочие условия,

Для более наглядного анализа договоров на поставку стиральных машин данные об основных параметрах и условиях поставки отдельных договоров (приложения ) сгруппируем в таблицу 4.3.4.

Гродненское райпо заключало договора с Минским авиаремонтным заводом на протяжении всего анализируемого периода. Срок действия данного договора до конца 2010 года. он был заключен на ярмарке в разрезе квот доводимых до торговых организаций. Доставка осуществляется транспортом покупателя со склада поставщика в течении 15 дней со дня подписания спецификации. Транспортные расходы несет покупатель. В разделе Качество, упаковка, маркировка есть ссылка о их качестве на ГОСТы и ТУ, однако их номера не указаны.

Порядок оплаты товаров по каждой партии оговаривается отдельно перед каждой поставкой. В современных условиях нестабильности и неопределенности вопрос об оплате за товар является наиболее рациональным, поскольку позволяет правильно определить сумму за поставленный товар. Небольшое внимание в структуре договора уделяется имущественной ответственности сторон. Так указана только ответственность покупателя за неоплату товара. Имущественная ответственность продавца не указана.

Договор поставки с УП Крамэл заключен на год. Данный договор проработан специалистами коммерческого аппарата Гродненского райпо не достаточно. Так в разделе порядок поставки не указаны конкретные даты поставки, а лишь ссылка на то, что они будут оговорены дополнительно. Поставка осуществляется транспортом покупателя, расходы несет также покупатель.

По договору несет ответственность только покупатель за несвоевременную оплату товаров в размере 0,15%.

Гродненское райпо заключило договор с ООО Электроника и техника. Срок действия данного договора 2010 год.

Доставка осуществляется транспортом покупателя со склада поставщика в течении 10 дней со дня подписания спецификации. Транспортные расходы несут покупатель и поставщик в равных долях. В разделе Качество, упаковка, маркировка есть ссылка о их качестве на ГОСТы и ТУ, однако их номера не указаны.

Порядок оплаты товаров по каждой партии должна быть произведена в соответствии с протоколом разногласия цен и накладной в течении 5 дней со дня поставки перед каждой поставкой. Небольшое внимание в структуре договора уделяется имущественной ответственности сторон. Так указана только ответственность покупателя за несвоевременную оплату товара. Имущественная ответственность продавца не указана.

**4.4 Основные направления совершенствования хозяйственных связей с поставщиками товаров**

В условиях перехода к рыночным отношениям формы и методы коммерческой деятельности претерпевают существенные изменения и должны совершенствоваться на основе новых принципов.

Главным должно стать внимание к интересам конечного потребителя. В рыночных условиях исключительное значение приобретает комплексное изучение рынка, требований потребителей к товарам и методам их продажи, а также к сервисному обслуживанию. От коммерсанта требуется умение своевременно и правильно реагировать на все изменения, происходящие на рынке.

В период перехода к рыночной экономике в коммерческой деятельности следует осваивать методы управления ею, ориентированные на получение прибыли через удовлетворение спроса потребителей.

В условиях рыночной экономики система хозяйственных связей должна обеспечивать полноту и устойчивость ассортимента, оптимальный уровень товарных запасов, удовлетворение спроса населения, а также хорошие финансово-экономические показатели деятельности торговли.

Необходимость скорейшего приспособления розничной торговли к условиям рыночной экономики требует организации четкого функционирования хозяйственных связей торговых предприятий с поставщиками товаров. В этом отношении особую актуальность приобретают договорные связи торговых организаций с производителями товаров, особенно внутрисистемными поставщиками потребительской кооперации.

Внутрисистемные договорные отношения способствуют повышению ответственности поставщиков и покупателей, лучшей организации товароснабжения розничной торговой сети, укреплению хозрасчета в потребительской кооперации, и в конечном итоге - более полному удовлетворению запросов сельских жителей.

Так как системой потребительской кооперации производятся в основном продовольственные товары, то товары непродовольственной группы приходится закупать вне системы. Поэтому для эффективной работы райпо рекомендуется расширять заключение прямых договорных связей, которые позволяют эффективно управлять ассортиментом товаров, дают немалым экономический эффект, который заключается в следующем:

1 сокращается звенность товародвижения, издержкоемкость этого процесса;

2. покупатель имеет возможность использовать полную торговую надбавку;

3. возрастает возможность оперативного воздействия на изготовителя по вопросам формирования ассортимента, улучшения качества товаров;

4. увеличивается возможность детально согласовывать развернутый ассортимент товаров при заключении договоров поставки и контролировать его исполнение;

5. ускоряется оборачиваемость товара и, в связи с этим сокращаются издержки по завозу, хранению и реализации товаров.

Совершенствование хозяйственных связей тесно связано с улучшением договорной работы. Поэтому опять остановимся на вопросах заключения договора и наметим пути улучшения этой работы для Гродненского райпо.

Отдел маркетинга должен проводить серьезную преддоговорную работу. Выполняяее, товароведы должны руководствоваться следующими требованиями:

1. необходимо четко представлять себе, что райпо желает получить от контракта и будущей сделки, представить существенные условия;
2. проект предстоящего договора необходимо подготовить самим так как

будущий партнер составит его, исходя из собственных интересов, и в дальнейшем при согласовании и заключении договора придется корректировать его с учетом интересов райпо, но инициатива будет упущена;

3 формируя условия договора, нельзя допускать нечеткости, двусмысленности, размытых фраз;

4 совместная работа с юристом над проектом договора — одно из главных правил, которое можно отнести к «золотой заповеди» коммерсантов. Это позволяет заранее предвидеть правовые последствия того или иного условия договора, откорректировать формулировки, предоставить такие условия договора, которые оправданы, исходя из финансовых возможностей торгового предприятия.

Точное соблюдение основных правил заключения сделки предоставляет возможность получить надежный договор, который, во-первых, составлен в интересах торговли; во-вторых, не нарушает действующее законодательство; в-третьих, надежно защищает интересы торговли и обеспечивает строгой ответственностью обязанности контрагента.

Необходимо в отделе маркетинга райпо организовать и внедрить автоматизированные рабочие места (АРМы) товароведов, которые позволяют решать на единой информационной базе комплекс взаимосвязанных коммерческих и оперативных задач: организовывать учет, контроль и анализ товарных запасов в развернутом ассортименте; получать данные о выполнении поставщиками договорных обязательств по всем условиям поставки; иметь постоянную информацию о ходе оптовых закупок и реализации товаров; устанавливать контроль за сохранностью и движением товарно-материальных ценностей в торговых предприятиях; повышать производительность и качество труда коммерческих работников.

Для организации четкого функционирования хозяйственных связей необходимо: расширить сферу договорных отношений с поставщиками-изготовителями товаров; повысить эффективность и действенность договоров поставки. Договора поставки должны активно воздействовать на производство для всемерного увеличения выпуска товаров народного потребления, изготовления их из дешевого альтернативного сырья, формировать оптимальный ассортимент товаров розничной торговой сети.

Для обеспечение роста розничного товарооборота большое внимание руководством райпо уделяется мероприятия по оптимизации и развитию торговой сети, что является также значительным резервом экономии издержек обращения. Работа идет по следующим направлениям: реконструкция и ремонт перспективных магазинов, закрытия наиболее убыточных предприятий, перевод на работу на сокращенный рабочий день отдельных магазинов ТПС.

В целях обеспечения роста валовых доходов за счет:

* увеличения доли реализации непродовольственных товаров до 25%, доведения удельного веса продажи товаров собственного производства в общем объеме товарооборота до 23%, удельного веса стройматериалов до 2% и других товаров, пользующихся спросом населения за счет увеличения их децентрализованного закупа.
* систематического анализа структуры розничного товарооборота, анализ и управление динамикой зрения изменения доли реализации товаров с различным уровнем доходности;
* увеличения удельного веса продажи комиссионной торговли в обороте непродовольственных товаров до 1% и др.

Основными мероприятиями по снижению уровня издержек обращения являются следующие: совершенствование использование транспорта, оптимизация торговой сети, наращивание объемов и повышение эффективности использования собственных оборотных средств, совершенствование управления товарными запасами, снижение расходов на оплату труда и др.

Совершенствование хозяйственных связей также должно идти по направлению нормализации расчетов с поставщиками. К сожалению в последнее время из-за убыточности реализации и наличия проблемы нехватки оборотных средств райпо иногда отказывается от закупки товаров, нарушает сроки оплаты. Из-за отсутствия систематизированного учета, представляется невозможным проанализировать динамику штрафных санкции за нарушение поставок стиральных машин.

Конечно, пока не решена проблема зависимого положения предприятий торговли по отношению к промышленным предприятиям, вряд ли удастся коренным образом решить проблемы в области договорной работы. И все же основные усилия необходимо сосредоточить на совершенствовании условий заключаемых договоров (применения типовых договоров, разработанных райпо) и усиления контроля за соблюдением условий выполнения договорных обязательств.

Правлением Белкоопсоюза было разработано постановление № 86 от 27 февраля 2010 г. «О внесение изменений и дополнений в Положение «об организации договорной и исковой работы в потребительской кооперации» и «О порядке согласования договоров, заключаемых потребительской кооперацией Республики Беларусь». Так, была разработана новая примерная форма журнала регистрации договоров (контрактов), заключенных организациями Республики Беларусь. Она предусматривает учет следующих положений: даты поступления, номера и даты договора, наименования сторон договора, предмета, суммы договора, условия оплаты, срока действия договора, транспортные расходы, штрафные санкции, исполнитель, кем согласован, примечания. Ведение учета выполнения договорных обязательств на основе применения новой формы учета позволит значительно повысить уровень анализа состояния договорной работы.

Решение же основных проблем в области организации хозяйственных связей не возможно в полной мере без становления равноправных отношений между промышленными и торговыми предприятиями на основе развития конкуренции и дальнейшего развития рыночных преобразований.

**Заключение**

В условиях становления рыночной экономики и обостряющейся конкуренции Гродненское райпо пытается выйти из кризиса. Были приняты ряд мер одной из которых является расширение ассортимента поставляемых стиральных машин. Договора с поставщиками данных товаров теперь заключается не только с поставщиками - изготовителями, но и посредниками, особенно по товарам не выпускающимися на территории Республики Беларусь.

Необходимо также отметить и положительные тенденции в производстве автоматических стиральных машин. В 2003 году их выпуск наладил завод "Атлан" совместно с известной торговой фирмой Candy. Это современные машины с максимум возможных функций и программ. Единственным недостатком данной стиральной машины является ее цена. Она еще слишком высокая для белорусского потребителя.

По итогам написания дипломной работы можно сделать следующие выводы:

1. В Республике Беларусь слабо развито производство стиральных машин. Только в 2003 году появился завод по выпуску по автоматических стиральных машин, нет ни одного предприятие которое бы специализировалось на выпуске стиральных машин. Выпускаются в основном машины типа СМ, с малым объемом загрузки сухого белья – 1,5-2 кг.
2. Были изучены различные классификации стиральных машин: торговая, по ГОСТу, учебная. Наиболее полно раскрывает классификационные признаки учебная классификация. Приведена полная классификация по всем признакам.
3. В настоящее время ассортимент стиральных машин расширяется большими темпами за счет применения новейших технологий, дополнительных функций. Теперь стиральные машины не только стирают, но и поласкают, отжимают, сушат, замачивает, автоматически происходит дозировка моющего средства.
4. Современный потребитель предпочитает покупать стиральные машины типа СМ, с фронтальной загрузкой белья, с массой загрузки 5 кг., иностранного производства.
5. Одним из направлений совершенствования коммерческой деятельности в условиях перехода к рыночным отношениям является формирование и укрепление новой модели хозяйственных связей с поставщиками. В новых экономических условиях торговля должна выполнять роль полноценного равноправного партнера в процессе доведения товара от производителя к потребителю. При этом она должна иметь реальную возможность воздействия на формирование ассортимента выпускаемой продукции на основе изучения особенностей покупательского спроса.
6. В ходе комплексного организационно-экономического анализа деятельности Гродненского райпо за период с 2009 по 2010 гг. было выявлены следующие основные проблемы: сокращение числа магазинов в связи с их убыточностью, высокий рост издержек обращения, рост убытков от реализации товаров, ухудшение финансового состояния. В 2010 г. убытки от реализации составили 495,08 млн. руб. или 4,45 % к объему розничного товарооборота. Организация испытывает серьезные трудности в связи с нехваткой свободных оборотных средств.
7. В ходе анализа состояния договорной работы, с поставщиками стиральных машин были выявлены значительные недочеты. Учет исполнения договорных обязательств ведется поверхностный. Применяются типовые договора поставщиков, условия договоров часто невыгодны торговли.

8. В Гродненском райпо проделана значительная работа по поиску резервов улучшения торговой деятельности. В области совершенствования договорных отношений в 2011 г. планируется значительно расширить количество заключаемых договоров на. условиях франко-станция назначения.

Руководством райпо запланировано довести продажу стиральных машин в общем объеме товарообороте райпо до 1,9%, за счет сотрудничества с ОАО Атлант.

**Список использованной литературы**

1.Автоматическое корыто: Обзор рынка стиральных машин // Спрос.-2006.-№10.-с30.

2.Агбаш В.Л., Елизарова В.Ф., Лайко Д.П. и др. - Товароведение непродовольственных товаров: Учеб. для торговых вузов. - М.: Экономика, 2009.-494 с.

3. Бобович А. Торговый ассортимент на селе // Вести ПКООП. - 2009. - № 1.- с. 6.

4. Буевич И.И., Картупин А.Ю. Договор поставки: правовые аспекты, бухгалтерский учет и налогообложение // Гермес. - 2010. " № 1. – с. 17-20.

5.Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия: Учеб.пособие - Мн.: Высш. шк., 2005. - 367 с.

6.Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: Учеб. пособие. - Мн.:

Выш.шк», 2007.-176 с.

7.Гражданский Кодекс РБ. - Мн.: «Амалфея», 2008.

8.Гребенников В.Ф. Оценка позиций марок крупногабаритной бытовой техники на локальном рынке: Холодильники и морозильные камеры. Стиральные машины // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 2007.-№2. - с30.

9.Гуревич М.С., Трепель В.А. - Контроль качества бытовых электротоваров. - 2-е изд., перераб. - М.: Экономика, 2005.

10.Гурская С.П. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров. Текст лекции. - Гомель: ГКИ 2007.

11.Дианич М.М., Зелинский О.В., Косарева Н.П., и др. - Товароведение промышленных товаров: мебель, электробытовые и культтовары, часы. - Учебник для кооперативных вузов. - М.: Экономика, 2003 - 328с.

13.Закон Республики Беларусь «О ценообразовании» // НЭГ. —2008, — № 21. С. 2-4.

14.Конституция Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями).

Принята на республиканском Референдуме 24 ноября 2005 г. //Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008.

15.Крылович И. Забудьте про "большие стирки": [стиральные машины]// Бел. рынок. - 2009. - 2-7 мая. - с 23.

16.Левенко В.Л., Костюк Н.Т.- Формирование ассортимента технически сложных товаров.- К.: Техника, 2007.- 205с.

17.Лебедева Н. Стиральные машины: Бытовая техника. Виды мтиральных машин. Безопасность при эксплуатации// РМР.- 2006.- №12.

18.Лепаев Д.А.- Электрические приборы бытового назначения: Учебник, 3-е изд., перераб. и доп.- М: Легпромбытиздат,2003.

19.Марданова Э.У. Планирование мероприятий маркетинга на предприятиях розничной торговли // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 1. — с. 58-64.

20.Маслюкова Л. Потребительская кооперация: взгляд издали, вглубь и вблизи // Советская Белоруссия.. - 2009, - 1 апреля. — с. 2.

21. Материалы XIV съезда потребительской кооперации Республики Беларусь» Программа выхода потребительской кооперации Республики Беларусь в 2008-2009 гг. по основным показателям хозяйственной деятельности на уровень 1990 г. - Минск, Белкоопсоюз 2008. - 119 с.

22.Методические рекомендации по обеспечению устойчивого ассортимента товаров в магазинах потребительской кооперации, — Мн,.: Белкоопсоюз. 2006.-19 с.

23.Моисеенко Н.С.- Товароведение непродовольственных товаров: в 2ч.: Учеб. пособие для ссузов.- Ростов н/Д: Феникс, 2008.- (Учебники 21-го века).

24.Никитин В. "Белая" техника, которой может управлять каждая домохозяйка: Стиральные машины// Дело(Восток+Запад).- 2008.- №2.

25.Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: Как побеждать на рынке. М.:

Финансы и статистика, 2003г.

26.Паронян А., Беседина В., Меньшикова М. Поведение потребителя и управление спросом и предложением // Экономика. Финансы., Управление. –2010. - №7. –с. 55-65.

27.Положение о поставках товаров в Республике Беларусь: Постановление Кабинета Министров Республики Беларусь от 08.07.96 г. № 444. – Мн. 2005.

28.Положение об организации договорной и исковой работы в потребительской кооперации Республики Беларусь: Постановление Правления Белкоопсоюза от 22.04.97 г. № 44, - Мн.: Белкоопсоюз 2006.

29.Первые неполадки - спустя три года: Рынок стиральных машин// Белорусская торговая газета.- 2005.- 18-24 апреля.

30.Петрович М.В. Механизм оптимизации интересов постников потребительского рынка // Предпринимательство в Беларуси» - 2007» № 10. – с.20-23.

31.Пигунова О. Система торгового обслуживания и ее социальная роль // Вести ПКООП. - 2009. - № 5. - с. 2.

32.Потребитель. Экспертиза и тесты.- №27.- 2010.

33.Программа социально-экономического развития потребительской кооперации республики Беларусь на 2010-2011 гг. – Мн., Белкоопсоюз 2010.

34.Спрос и цены разбежались в разные стороны: Анализ отечественного рынка сложной бытовой техники: холодильников, стиральных машин, пылесосов. Послепродажный сервис// Торговая газета.- 2010.- №38.

35.Сыцко В.Е., Миклушов М.Н. и др.- Товароведение непродовольственных товаров: Учеб. пособие.- Мн.: Выш. шк., 2008.

36.Товароведение промышленных товаров: в 2-х ч.: Учебное пособие для ссузов.- Ростов н/Д: Феникс, 2010.

37.Указ Президента Республики Беларусь от 07.03.2009 Х°117 «О некоторых мерах по упорядочению посреднической деятельности при продаже товаров» НРПА РБ от 09.03.2009 №1 /1075. // Советская Белоруссии - 2009. -№59.

38.Шулунов А. Станет ли конверсия реальностью?: Производство и динамика продаж товаров длительного пользования (холодильников, стиральных машин, пылесосов, магнитофонов, велосипедов) в России// Экономика и жизнь.- 2007.- №34.

39.Щареннский В.М.: Бытовые электротовары. Товароведение. Учеб. пособие.- М.: Экономика, 2008.

40.Целикова Л.В.: Конкуренция: методы оценки. //НЭГ.- 2009.- 5 апреля(№14).

41.Что инвалиду удобно…, то и здоровому хорошо: Стиральные машины. Результаты испытаний. Краткая характеристика моделей// Спрос.- 2008.-№1.

42.Яшева Г. Производить нужно то, что можно продать // Ф.У.А. - 2010. №6.-с.38-40.