

УДК 339.166.82:634/.635

О-35

Б-53

Овчаренко Надежда Александровна

кандидат экономических наук,

доцент кафедры экономики и менеджмента Краснодарского кооперативного института (филиал) АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

тел.: (861) 259-53-37

Беспалько Виталий Алексеевич

кандидат экономических наук,

старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента Краснодарского кооперативного института (филиал) АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

тел.: (861) 259-53-37

**Пути повышения конкурентоспособности оптовой торговли
плодоовощной продукцией**

Аннотация:

Статья посвящена проблеме повышения конкурентоспособности оптовой торговли плодоовощной продукцией. Рассмотрены вопросы расширения границ самостоятельности предприятий, функции оптовой торговли плодоовощами на микро- и макроуровнях, функции оптовой торговли по отношению к поставщикам и покупателям и вопросы системы расчетов с поставщиками. Проанализированы направления повышения конкурентоспособности оптовой торговли за счет внедрения активных форм продвижения продукции на рынок.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оптовая торговля, плодоовощная продукция, продвижение на рынок.

Рыночные отношения в России расширили возможности коммерческой деятельности. Однако российский бизнес до сих пор предпочитает торговать тем, что создано в других странах, так как конкурентоспособность нашей продукции достаточно низка.

Предприятия торговли и сферы услуг как основные рыночные структуры в целях удовлетворения потребностей населения должны совершенствовать сложившиеся методы коммерческой деятельности, в том числе и оптовую торговлю овощами и фруктами. Сегодняшний прогресс в экономике и поддержка сельскохозяйственной отрасли на государственном уровне могут решить проблему производства плодоовощной продукции в стране.

Овощи и фрукты – незаменимые продукты ежедневного рациона каждого человека, поскольку они содержат в своем составе легко усвояемые углеводы, органические кислоты, азотистые вещества, минеральные соли, витамины и пр. Поэтому роль этой продукции в питании человека очень важна и проблема равномерного снабжения ею населения в течение всего года актуальна.

Мировой экономический кризис коснулся всех отраслей народного хозяйства, в том числе и оптовой торговли плодоовощной продукцией. Развитие производства происходит только там, где есть реальная конкуренция. Российским потребителям необходимо создать доступ к недорогим качественным товарам. И задача российских компаний – научиться их производить. Для расширения границ самостоятельности предприятий необходимо повысить ответственность за достижение конечных результатов. Уровень доходов работников предприятий надо поставить в прямую зависимость от эффективности их работы, внедрить принципиально новую, демократичную систему управления, осуществлять постоянный ее анализ и совершенствование, усиливать подотчетность и гласность в работе, сокращать потери продукции на всех стадиях ее

производства, закупок, транспортировки, хранения и реализации.

Конкурентной эффективной торговли не может быть без кооперативов, агрофирм со своими покупателями, инвесторами и оптовиками. Как показывает практика, оптовая торговля невозможна без гибких, конкурирующих между собой предприятий.

В условиях рынка произошло упразднение разделения труда вместе с функциями рассчитывать, распределять, лимитировать и т.д. Все названные экономические факторы действуют в условиях свободной самостоятельной жизни предприятий, в которой инвестиционные потоки формируются как результат множества различных актов инвестирования.

Осуществляемая в настоящее время реконструкция экономики, в том числе и оптовой торговли, направлена на достижение устойчивых темпов экономического роста, базирующегося на повышении инновационных методов и внедрении нового управления конкурентоспособностью. Также необходимо отметить успешную реализацию Государственной программы развития сельского хозяйства. Результатом ее стал рост основных показателей производства среди всех подотраслей даже в период кризиса. Дальнейшая государственная поддержка села даст возможность сделать сельское хозяйство одним из лидеров экономики на годы вперед, в результате чего улучшится качество жизни на селе и обеспеченность ресурсами оптово-заготовительных предприятий.

Оптовая торговля плодоовощами – это форма отношений между поставщиками и предприятиями розничной торговли, при которой хозяйственные связи по закупке и реализации продукции сторонами определяются самостоятельно. Это положительно влияет на систему экономических связей между поставщиками региона и торговлей и определяет пути перемещения продукции [1].

Оптовая торговля подразделяется на два вида:

- на микроуровне – закупочная деятельность, складирование товарных запасов, подготовка продукции к реализации и доставка ее в розничную сеть;

- на макроуровне – экономическая, возникающая под влиянием развития рынка.

Выполняя на макроуровне такие рыночные функции для обеспечения лидерских позиций нашей страны в мире, как интегрирующую, оценочную, организующую и регулирующую, оптовая торговля трансформируется в различные подфункции оптовых торговых предприятий, среди которых можно выделить следующие:

- экономическая интеграция территорий и преодоление пространственного разрыва;

- формирование товарных запасов для непрерывного снабжения розничных организаций;

- обеспечение сохранности, сортировка и упаковка продукции;

- кредитование поставщиков.

Оптовая торговля активно действует на увеличение объемов производства сельхозпродукции и расширение ее ассортимента.

Наиболее важными государственными мерами воздействия на эффективность функционирования оптовой торговли являются: представление заказов на производство плодов и овощей, заключение договоров на поставку товаров, проведение оптовых ярмарок, выставок-продаж и др.

В современных условиях оптовые предприятия, специализирующиеся на реализации плодоовощной продукции, должны хорошо знать конъюнктуру рынка, так как от активности оптовой торговли зависит обновление ассортимента, повышение его качества, внедрение в производство новых сортов овощей.

Основным направлением повышения конкурентоспособности и эффективности работы оптовых плодоовощных предприятий является снижение издержек обращения, совершенствование и рациональное использование материально-технической базы, механизация труда, наличие необходимой тары и ее соответствие нормам, обеспеченность квалифицированными специалистами, в частности, товароведами.

В целях улучшения организации оптовой торговли необходимо создание оптовых рынков и распределительных центров. Функциональное значение оптовых рынков

– предоставление торговых и складских площадей производителям, оптовым продавцам и платное оказание услуг по организации и ведению торгового процесса.

Повышение конкурентоспособности оптовых организаций предполагает внедрение активных форм продвижения продукции на рынок. Для этого необходимо:

– сформировать резервные источники оборотных средств, обеспечивающих нормальный процесс товародвижения;

– создать новую структуру товародвижения;

– поддерживать должную интенсивность товаропотоков.

В рыночно-ориентированной системе торгово-экономических отношений изменились и функции оптовой торговли. Так, по отношению к оптовым покупателям деятельность должна сводиться к оценке потребности розничных предприятий и спроса населения. Для этого необходимо увеличить накопления для хранения достаточных товарных запасов, обеспечить информационное и консалтинговое обслуживание.

Функции оптовой плодоовощной торговли по отношению к производителям или поставщикам продукции должны быть направлены на максимальную концентрацию коммерческой деятельности, создание условий по инвестиционному обеспечению процесса товародвижения, минимизацию коммерческого риска, совершенствование маркетингового обслуживания.

Своевременная, всесторонняя модернизация оптовой торговли плодоовощами позволит в целом обеспечить стратегическую стабильность потребительского рынка.

Производство и потребление плодоовощей невозможны одно без другого как во времени, так и в пространстве. Поэтому производством продукции сельхозпредприятиями, личными подсобными и фермерскими хозяйствами не заканчивается процесс производства товара, продукт еще не готов к потреблению, он должен быть подвергнут перевозке, хранению, доработке, сортировке, упаковке, приданию конкурентного товарного вида, лабораторным испытаниям, сертификации и оптовой продаже.

В настоящее время необходимо основное внимание уделить внедрению в практику прямых связей сельхозтоваропроизводителей с торгово-заготовительными организациями, осуществлять переход на прием продукции непосредственно в хозяйствах и доставлять ее только специализированным транспортом, усовершенствовать систему заготовок плодов и овощей. Все эти мероприятия наряду с созданием устойчивых экономических условий для увеличения производства продукции способствуют уменьшению потерь от снижения ее качества. В дальнейшем прямые связи сыграют основную роль для повышения эффективности закупок и реализации продукции. Следует отметить, что эта форма закупок сокращает накладные расходы. При реализации плодов и овощей из хозяйств закономерно возрастает отпускная цена, снижается их себестоимость и значительно повышаются доходы [2].

Немаловажным фактором в организации торгового процесса является система расчетов с поставщиками. К имеющимся привычным формам расчетов необходимо добавить факторинг – это разновидность торгово-комиссионной операции в сочетании с кредитованием оборотного капитала клиента, включающая инкассирование дебиторской задолженности, кредитование и гарантию от кредитных рисков. В основе факторинга лежит переуступка неоплаченных платежей факторинговой компании в процессе поставки товара на условиях предоставления коммерческого кредита без права регресса. Важно отметить следующие преимущества факторинговых операций:

– это беззалоговое финансирование, что выгодно отличает его от обыкновенного кредита;

– договор факторинга бессрочен и финансирование автоматически увеличивается по мере роста объемов продаж, расширения ассортимента товаров на складе, как следствие, роста оборота и увеличение прибыли.

Можно еще указать ряд преимуществ факторинга, основным из которых является то, что за счет высвобождения собственных оборотных средств появляется возможность кредитования сельхозтоваропроизводителей.

Одним из важных направлений развития как сельхозпроизводства, так и оптовой торговли является привлечение к сотрудничеству крупных предприятий и агрохол-

дингов из разных регионов РФ на условиях интеграции. Данное направление обеспечивает привлечение дополнительных инвестиций в отрасль, совершенствование материально-технической базы и обеспечивает гарантированный сбыт продукции.

Реализация всех критериев развития оптовой торговли плодоовощной продукцией требует создания единого информационного пространства на основе эффективных технологий информационного обмена. Автоматизированная информационная система предприятий оптовой торговли должна включать мощную и гибкую систему отчетов, которая позволит оперативно анализировать и непрерывно контролировать практически все аспекты производственной и торговой деятельности, своевременно выявляя негативные процессы и нереализованные резервы развития. Использование современных бизнес-методик, удобные и наглядные средства анализа информации позволят оптовой торговле плодоовощами добиться конкурентных преимуществ на отраслевом рынке, а применение автоматизированной информационной системы будет являться действенным инструментом для принятия управленческих решений.

Ссылки:

1. *Хваткин Н.Г. Оптовая торговля плодами, овощами и картофелем: учебное пособие. М.;Рыбинск, 2006.*
2. *Там же.*