

УДК 338.012

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

*Е.Н. Ялунина, Директор института непрерывного образования, профессор кафедры Конкурентного права и антимонопольного регулирования
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»*

Ключевые слова: конкурентоспособность, розничная торговля, агропромышленный комплекс, управление, эффективность.

Рассматривая социально-экономическую ситуацию в Свердловской области, в частности развитие агропромышленного комплекса можно констатировать, что проблема импортозамещения окончательно не решена. Местные товаропроизводители испытывают трудности при сбыте готовой продукции и высоких барьерах со стороны объединенных сетевых структур. Обозначенную проблему не решить без поддержки местных органов власти. В статье представлены основные тенденции развития организации розничной торговли. Повышая конкурентоспособность организаций розничной торговли можно выстроить механизм взаимодействия реализации продукции местных товаропроизводителей при поддержке государственных органов власти.

Торговля и ее место в национальной экономике свидетельствует о ее значимости. Нами рассматривается торговля как механизм взаимодействия между участниками рынка, а именно между производителем и потребителем. Практика показывает, что торговлю можно рассматривать с позиции индикатора, который оценивает платежеспособность населения и в последствии благосостояние.

Основной целью организации розничной торговли является достижение удовлетворенности потребностей населения, которое достигается путем регулирования таких экономических категорий как спрос и предложение. За счет эффективной системы управления торговлю можно рассматривать как источник финансовых ресурсов, обеспечивающих стабильность государства.

Опираясь на изученный материал по проблемам конкурентоспособности констатируем, что именно в розничной торговле высокий уровень конкуренции среди хозяйствующих субъектов. Отличительной чертой является то, что розничная торговля взаимодействует с конечным потребителем. Следующей отличительной чертой данной отрасли является то, что это замыкающее звено в траектории от производителя до конечного потребителя. Рассматривая содержательную часть розничной торговли, в частности эффективность использования материальных ресурсов, то можно отметить, что именно в розничной торговле они видоизменяются и переходят из сферы общественного в личного потребителя тем самым меняют право собственности. Процесс изменения права собственности обусловлен наличием денежных доходов, тем самым обеспечивая новый виток производственного цикла. Опираясь на суждение выше, следует что торговля, это непрерывный процесс по созданию общественного продукта, и она представляет интересы всех участников рынка. Данная отрасль безусловно отражает качество товаров и способствует его повышению, а также является источником при формировании национального дохода. Также считаем, что торговля не только направлена на достижение экономического эффекта, но и на достижение социального. По результатам анкетирования выявили, что современное общество отличается тем, что личные потребности опережают общественные и торговлю мы рассматриваем как потенциал для совершенствования личности. Появление интернет-магазинов и ряда инноваций в отрасли позволяет сократить временные затраты населения на приобретение товаров, приготовление блюд и тем самым вычлняют резервы для совершенствования общественного производства, путем повышения производительности труда. Именно в торговле трудятся большая численность работников и их средняя численность составила за 2017 год 12,5 млн.человек или 18,4% от занятых граждан Российской Федерации.

В торговле основным индикатором является оборот розничной торговли. Рассмотрев данный показатель в Федеральном округе в 2017 году лидирующие позиции занимает Центральный Федеральный округ (рисунок 1).

Проведя сравнительную характеристику данного показателя констатируем, что в прошлом году наибольший прирост был в Дальневосточном Федеральном округе, который составил 3,3%. Соотношение оборота розничной торговли к численности населения получили прирост в 9%.

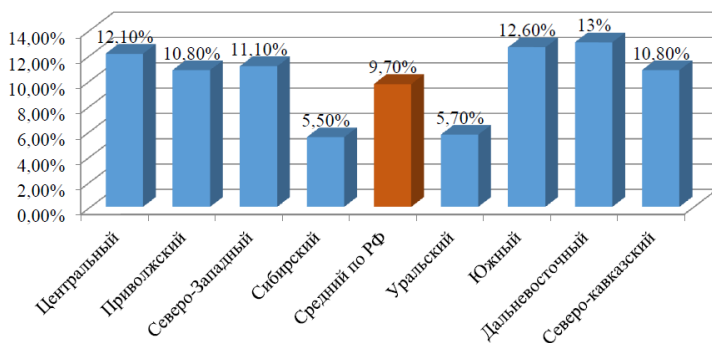


Рисунок 1 – Прирост оборота розничной торговли в РФ за 2017 г., %

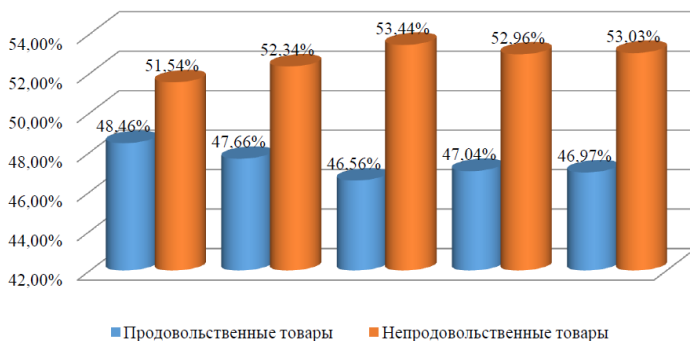


Рисунок 2 – Структура розничной торговли в РФ 2012-2017 г.г., %

Организация розничной торговли как мы излагали выше, ориентирована на конечного потребителя значит оборот розничной торговли отражает фактическую способность населения. Если учесть, что торговлю условно можно разделить на две части: реализация продовольственных и непродовольственных товаров. То нами наблюдается сохранение соотношения в общей структуре, в частности продовольственная группа занимает 44-49% (рисунок 2).

Исследование показало, что из числа денежных средств в процентном соотношении реализация алкогольных изделий составляет 7,3%. Учитывая, что на хлеб и хлебобулочные изделия направляется потребителем 2,3%, то алкогольные изделия обеспечивают большую долю в обороте розничной торговле (рисунок 3).

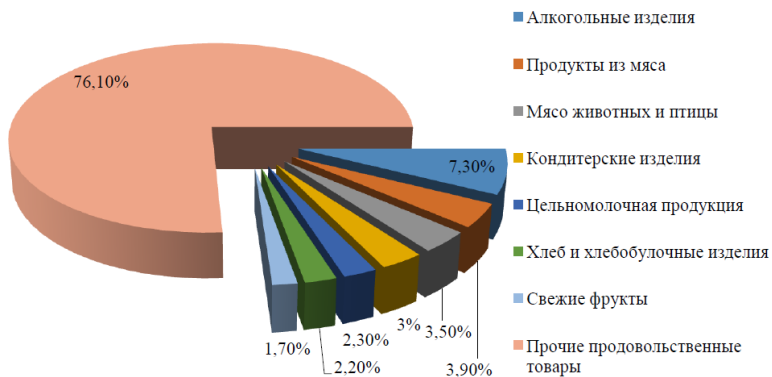


Рисунок 3 – Процентное распределение наиболее пользующихся спросом видов товара в обороте розничной торговли, %

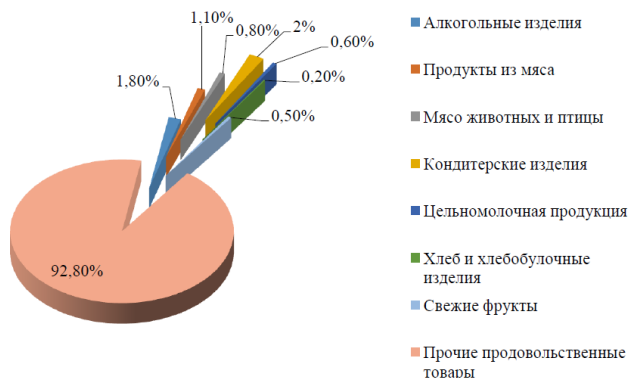


Рисунок 4 – Товарные запасы наиболее пользующихся спросом видов товара в обороте розничной торговли, %

Формирование товарных запасов обеспечивает миссию розничной торговли в представлении необходимых товаров в достижении продовольственной безопасности, в 2017 году составили 4,6% от оборота. Если представлять динамику в торговле по розничным ценам, то товарные запасы в днях насчитывают приблизительно 30. Этот показатель свидетельствует о стабильности рынка, так как с 1999 года был в диапазоне 29-31 дня.

Товарные запасы за год по группе «Кондитерские изделия» составил 2,2% относительно представленных товаров, пользующихся наибольшим спросом, это обусловлено изменением парадигмы питания современного общества (рисунок 4)

Классификация организации розничной торговли представлена в многообразии форм, но наибольший оборот розничной торговли дают федеральные и региональные сети, которые представляют себя на территории в виде супермаркетов. Рост оборота в 2017 году свидетельствовал в интернет-торговле, который составил 30%, данный факт обусловлен развитием электронной коммерции.

Такие мероприятия как ярмарки, выставки последнее время не пользуются спросом у покупателей в силу их занятости. Современный покупатель не желает тратить время на покупки, а больше уделяет времени другим увлечениям, спорт, туризм, учеба. Как следствие, сокращение удельного веса оборота розничной торговли, который составил 8,7%.

Основными крупными элементами розничная торговли является: продовольственная и непродовольственная группа, одежда, обувь, бытовая и электронная техника. Наибольший удельный вес 47% относится в розничной торговле продовольственными товарами, покупатель в среднем тратит более 35% своих доходов именно на этот сегмент розничной торговли. И как следствие наибольший оборот розничной торговли выполнен федеральными и региональными розничными торговыми сетями, наиболее крупными в национальной экономике считаются X5 Retail Group, МагнитА, uchan Group. Тенденции развития розничных торговых сетей определены, и они ведут агрессивную политику по захвату территории. Их конкурентным преимуществом является матрица поставщиков, которая позволяет реализовывать товар конечному потребителю за счет оптимальных цен и высокого качества товаров, инновационных технологий продаж.

Следует отметить еще одну немаловажную тенденцию развития розничной торговли, в частности увеличение фирменных магазинов. Данное направление актуально и значимо для розничной торговли, так как их цель заключается в интеграции между товаропроизводителем и потребителем.

Рыночные субъекты в своей деятельности изменили философию менеджмента и первичной целью своей деятельности считают удовлетворение потребностей населения через которую достигают важнейшую задачу получение максимальной прибыли.

Таким образом, опираясь на вышеизложенный материал к основным приоритетам развития розничной торговли относим:

- ✓ экономический субъект как обособленная единица утрачивает самостоятельность и интегрируется в сетевую структуру;
- ✓ сетевые структуры наращивают капитал, приобретают широкий спектр конкурентных преимуществ, в частности выстраивают эффективный процесс логистики, строят распределительные центры, внедряют инновационные технологии продаж;
- ✓ видоизменяется система управления работниками, а именно повышают их квалификационный уровень в связи с внедрением программного обеспечения, позволяющего контролировать оптимальное соотношение товарного запаса и эффективного использования финансовых ресурсов;
- ✓ выделено две формы организации розничной торговли, которые находят отклик среди покупателей-гипермаркеты и магазины «возле дома»:
- ✓ сетевые структуры расширяют ассортимент и включают товары с низкими ценами, так как падает уровень платежеспособности населения.

Дискуссионный вопрос остается о перспективах развития рынков, которые сохранили свое существование. Мнение экспертов сводится к тому, что рынки адаптировались к политике сетевых структур и выработали стратегию выживания, которая заключается в подборе недорогих товаров и сокращении издержек обращения. Они ориентированы на массовый сегмент рынка. На наш взгляд их уровень конкурентоспособности снижается по отношению к гипермаркетам, так как последние имеют скидки при закупе товаров большими объемами и соответственно имеют возможность ставить более низкие розничные цены.

Необходимо, отметить, что повышение конкурентоспособности организаций розничной торговли достижимо при стратегическом планировании. Необходимо проводить оценку управленческих решений, корректировать функции рыночных субъектов. Стратегическое планирование способствует выявлению ситуации на мезо и макроуровнях, выявлению тенденций рынка и внесения корректировки в свой план развития, эффективному использованию имеющегося совокупного потенциала.

Библиографический список

1. Васильева, Н. А. Проблемы развития пищевой промышленности в условия глобальной конкуренции[Текст]//Российское предпринимательство. –2012. –№7.

2. Гнатовская, Ю. С. Особенности государственного регулирования пищевой промышленности в условиях неоднородности территориального пространства Российской Федерации/ Ю. С. Гнатовская // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2009. – № 1.
3. Курдюмов А.В. Информационно-консультационная система в сфере продовольственной безопасности// Сборник научных статей. Екатеринбург, 2016.С.45-56.
4. Мальцев Н.В., Гайдай А.А. Обоснование стратегии эффективного импортозамещения в регионах с ограниченными условиями производства// Агропродовольственная политика России. 2017. № 7 (67). С.51-56.
5. Молокова Е.Л. Концептуальные подходы к исследованию общенационального рынка услуг// Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-2 (76-2). С. 825-837.
6. Пищевая промышленность России. [Текст]/ Современное состояние, проблемы, ориентиры будущего развития: учеб. пособие / В.Н. Иванова, С.Н. Серегин. – М: Финансы и статистика, 2013. – 568с.