

УДК 631.152: 658.7: 338.436.33

РЕАЛИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ В АПК КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ДЕТАЛЬНОГО ИНТЕРЕСА К ПОТРЕБНОСТЯМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Коновалова А. В., – аспирант
Кубанский государственный аграрный университет

Статья посвящена вопросу о структурных преобразованиях внутри предприятий АПК. Показана необходимость использования логистических технологий как одного из направлений повышения конкурентоспособности плодоовощной продукции Краснодарского края.

Ключевые слова: РЕАЛИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ АПК ФАКТОР РАЗВИТИЕ ПОТРЕБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Современная экономика представляет собой открытую динамическую саморазвивающуюся систему с присущими ей спонтанными многоаспектными изменениями.

Наряду с динамическими особенностями, системный подход к экономике предполагает также акцент на ее структуре (от лат. *structura* – строение, расположение, порядок), то есть на совокупности устойчивых связей объекта, обеспечивающих сохранение его основных свойств, совокупность частей и элементов, из которых складывается определенное целое.

Протекая в русле общих структурных изменений в экономике, реструктуризация АПК приобретает некоторую специфику, предопределяемую как интеграционной природой агропромышленного производства (объединяющего целый «набор» взаимосвязанных и взаимообусловленных отраслей и сфер), так и особенностями сельскохозяйственного производства, базового подразделения АПК. Сельское хозяйство производит свыше 48 % объема продукции АПК, располагает 68 % производственных основных фондов комплекса, в нем занято почти 67 % работающих в производственных отраслях АПК. При этом структура АПК России далека от совершенства. В развитых странах в создании конечного продукта основная роль

принадлежит третьей сфере АПК (например, в США на долю перерабатывающих и сбытовых отраслей приходится 73 % производимой продукции АПК, сельское хозяйство дает лишь 13 %) [1; 5; 7] .

Плодоовощной подкомплекс относится к числу отраслей народного хозяйства, которым принадлежит важная роль в снабжении населения продуктами питания высокой биологической ценности.

В настоящее время для структуры питания населения России характерно недостаточное потребление овощей и фруктов. Это подтверждается информацией о потреблении свежей плодоовощной продукции на душу населения в Краснодарском крае, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Потребление свежей плодоовощной продукции населением Краснодарского края (на душу населения, кг в год)

Виды продукции	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2005 в % к 2000
Картофель	87	81	84	82	82	79	94	116
Овощи и продовольственные бахчевые	131	98	98	100	100	106	118	120
Фрукты и ягоды (включая виноград)	46	51	58	62	76	79	87	171

Анализ перспектив развития АПК страны, включая производство сельскохозяйственного сырья, переработку, хранение, торговлю, должен рассматриваться в тесном единстве с вопросами формирования продовольственного рынка и потреблением конкретных продуктов питания, их потребности для сбалансированного рациона питания.

С вхождением нашей страны в ВТО за базу сравнения, естественно, должны браться пропорции, основанные на уровне техники и технологии

по производству и переработке сельскохозяйственной продукции, присущие развитым странам.

Так, например, цепочка распределения овощной продукции в Дании выглядит следующим образом (рисунок 1):

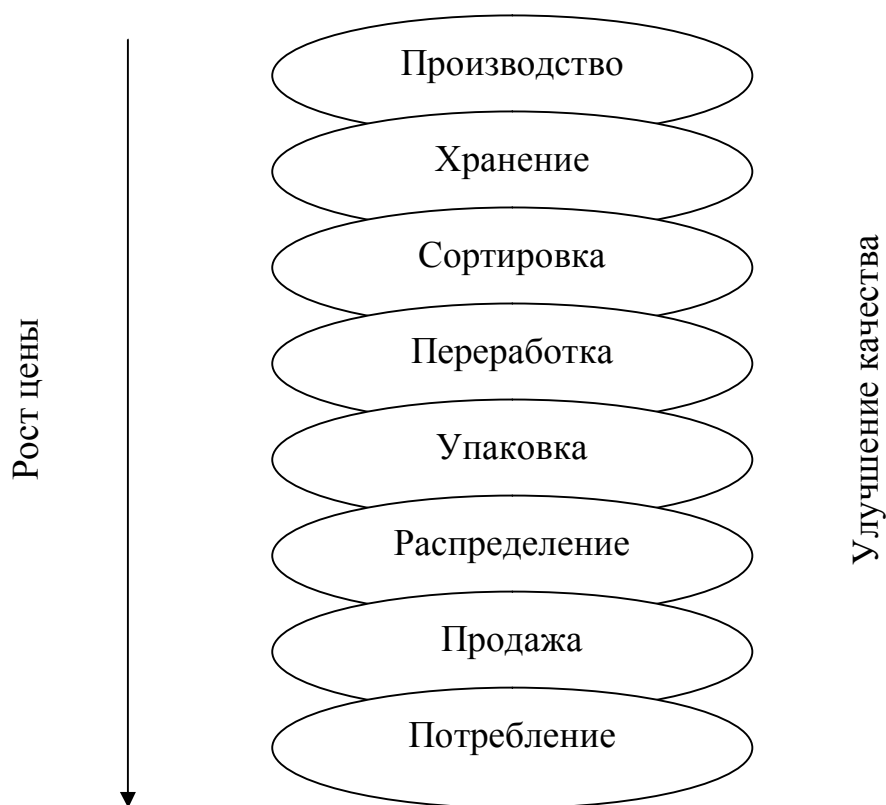


Рис. 1. Схема распределения овощной продукции в Дании

В нашей же стране, и в регионе, в частности, основными препятствиями для реализации подобной модели являются последствия административно-командной модели экономики, которая привела к тому, что сложившаяся структура АПК Краснодарского края не отвечает современным требованиям уровня техники и технологии по производству, переработке, хранению и упаковке продукции сельского хозяйства.

Это несоответствие заключается в следующем:

- в отсутствии достаточного количества мощностей по переработке сельхозпродукции;
- в низком качестве и большом износе оборудования перерабатывающих предприятий;
- в узкой номенклатуре и малой глубине переработки сельхозпродукции;
- в низком уровне или полном отсутствии упаковки и расфасовки сельскохозяйственной продукции и продукции, поступающей в розничную торговлю;
- в сформированных административными методами сырьевых зонах, перерабатывающих предприятиях и т.д. [4].

Так, например, источниками поставок свежей плодоовощной продукции в город Краснодар в разгар сезона в основном являются мелкие производители и, лишь в небольшой степени, крупные хозяйства. Снабжение осуществляется из непосредственно примыкающих к городу районов, являясь приемлемым, как в качественном, так и количественном отношении, однако несколько ограниченным в ассортименте.

Торговля осуществляется посредством торговых агентов муниципальных рынков, напрямую мелкими производителями через неорганизованные торговые точки, частные рынки и магазины, большинство из которых торгуют широким ассортиментом продуктов и лишь небольшое число которых занимается специализированной торговлей плодоовощной продукцией. Розничные торговцы сами закупают продукцию у производителей и транспортируют ее в торговые точки, что является малоэффективным как для торговцев, так и для производителей и приводит к высоким транспортным расходам в связи с недостаточно эффективным использованием транспортных средств. Оптовые базы, в прошлом ключевое звено в цепи снабжения, не играют какой-либо существенной роли в плодоовощной торговле. Производители и торговцы пользуются случайной тарой типа <http://ej.kubagro.ru/2007/07/pdf/04.pdf>

навалых бункеров и стандартных деревянных ящиков для внутреннего транспортирования и для торговли.

Снабжение вне сезона обеспечивается за счет складываемой продукции в сочетании с продукцией переработанной. Холодильники для хранения свежей продукции расположены в основном на оптовых базах, и лишь в небольшом объеме находятся непосредственно в хозяйствах. Часть из них не в состоянии обеспечить требуемую влажность воздуха, что приводит к высушиванию продукции. Навальные бункера являются наиболее распространенным видом тары, используемой для хранения продукции, а деревянные ящики на гвоздях – для развоза складываемых товаров [6].

Для сравнения, только лишь в Германии, стране, являющейся одним из лидеров по технологиям складывания и хранения продукции, производится и эффективно используется около 105 млн. штук поддонов из дерева и пластика различных типов размерами 400 x 600 до 1.000 x 1200 мм (рисунок 2). В настоящее время такими крупными производителями как Nestlé и Bestfood уже применяются поддоны многократного использования (возвратная тара), позволяющие значительно сократить логистические затраты [9].

Таким образом, упаковочный материал для плодоовощной продукции, применяемый в регионе, не выполняет следующие основные функции, а именно:

- защита продукции при хранении и перевозках;
- адаптация продукции к системе распределения;
- обеспечение информацией, включая сопутствующую, необходимую товару для попадания к потребителю, быстро и в сохранности.

А наблюдающаяся сегодня тенденция развития еще далека от направления, общепринятого в мировой практике распределения свежей плодоовощной продукции.

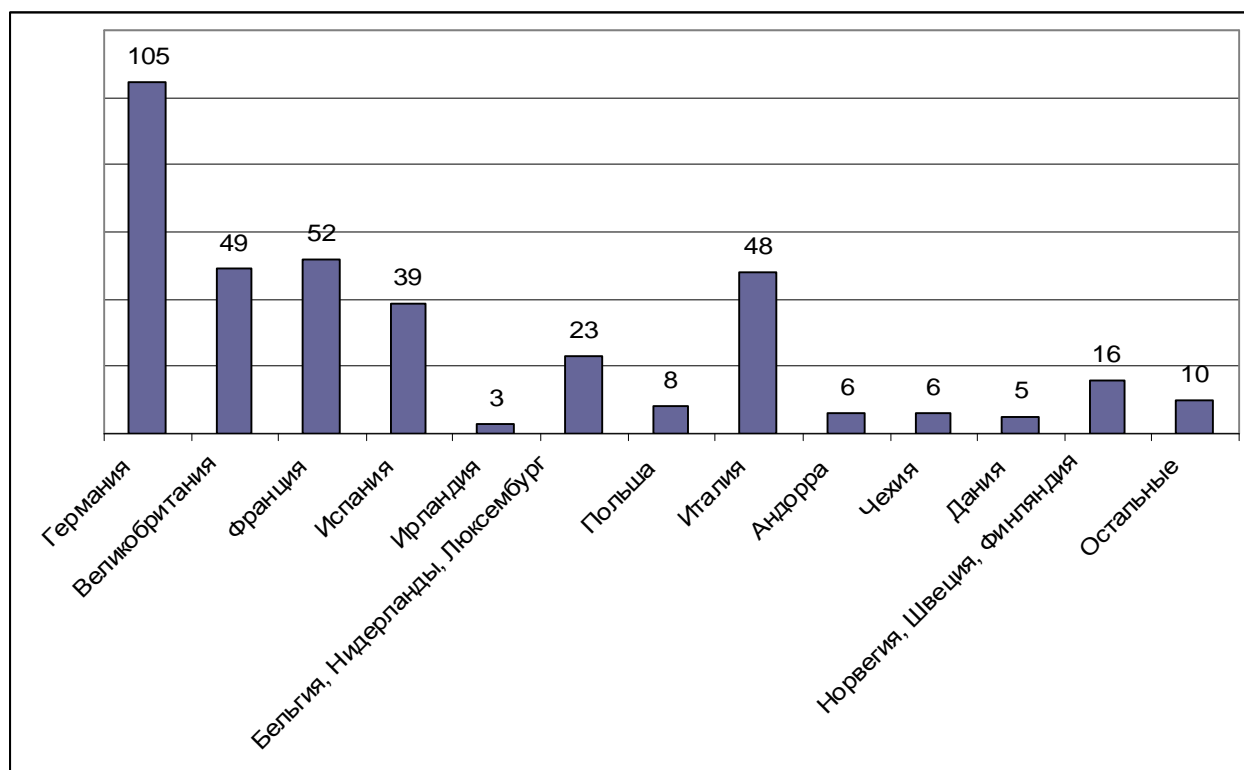


Рис. 2. Европейский рынок поддонов, 2006 год, млн. штук

Ситуация со снабжением плодоовощной продукции предполагает создание инфраструктуры, имеющей базу поставок и обслуживающую рынок в значительно более широком масштабе, чем существующая система, которая связывает лишь непосредственно примыкающие к городам районы и инфраструктуры.

В развитых странах эту функцию в значительной степени реализуют международные и региональные логистические центры. Действительно, задачей современной логистики является формирование комплексных интегрированных и высокодинамичных систем, органически взаимодействующих со всеми видами бизнеса в сфере производства и распределения продукции. Причем формирование цепочки создания продукта или ценности конечного потребителя осуществляется в соответствии с критериями оптимальности и получения наибольшего вклада от каждого участника.

Предприятие АПК



Рис. 3. Место логистики в деятельности предприятия АПК

Краснодарский край специализируется на производстве сельскохозяйственной продукции, в которой он имеет преимущества по сравнению с другими регионами. Это и создает пространственные и временные промежутки между источником сырья и производством, а также производством и потреблением готового продукта. Преодоление времени и расстояния при движении продукции, организация эффективной службы ее поставок – основная задача логистики.

Такое функциональное определение логистики идентифицирует те виды деятельности, которые имеют особую важность для достижения цели эффективности работы любого предприятия. К ним относятся:

- транспортировка;
- складское хранение;
- обслуживание заказов на продукцию.

Эти виды деятельности должны соотноситься непосредственно с производственным и маркетинговым аспектами, что обеспечит выведение общего уровня управления предприятием на качественно новый уровень (рисунок 3). Логистика во взаимосвязи с маркетингом представляет собой наиболее приемлемый на сегодняшний день вариант системы управления в экономике [2; 3; 5].

На представленном рисунке видно, что сфера сельскохозяйственного производства главным образом занята получением продукции, контролем качества и минимизацией стоимости единицы продукции. Для выполнения этой задачи такие процессы, как планирование мощностей, контроль качества производимой продукции, планирование производственного процесса являются неотъемлемой частью всего воспроизводственного процесса. Так как логистика отвечает за движение и хранение продукции, то ее главными задачами должны быть транспортировка, поддержание запасов на оптимальном уровне, работа с заказами, хранение и обращение материалов. Логистика занимает стратегическую организационную позицию между производством и

маркетингом. Ценовая политика и упаковка – совместные обязанности логистики и маркетинга. Приобретение материальных ресурсов и доставка готовой продукции – примеры взаимодействия логистики, производства и маркетинга.

Таким образом, для решения проблемы конкурентоспособности продукции в современных условиях уже недостаточно ограничиться внесением тех или иных изменений в производственный процесс. Возникает задача коренной перестройки системы производственной и распределительной деятельности хозяйствующих субъектов. Возможным конкурентным преимуществом в борьбе за право воздействовать на развитие как уже существующих, так и новых перспективных рынков может стать детальное развитие интереса к потребностям потребителей. Причем главным фактором в выполнении данной задачи должна стать реализации логистической концепции.

Литература

1. Белокрылова О.С., Кетова Н.П. Экономическая теория: учебник для вузов. - Ростов - на - Дону: Феникс. – 2006. – 443с.
2. Кизим А.А. Концепция построения региональной транспортно-логистической системы: вопросы теории и практики: Монография. - Краснодар. - 2004. – 658с.
3. Кизим А.А. Основы предпринимательской логистики: Учеб. пособие.- Краснодар: Кубанский гос. ун-т. – 2003. – 663с.
4. Рысьмятов А.З. Проблемы совершенствования структуры производства в региональных АПК в условиях перехода к рынку: Монография. – Краснодар: КГАУ. - 1998. - 220с.
5. Сидоренко В.В., Григулецкий В.Г., Михайлушкин П.В., Ивакина Ю.В. Основы экономики. Учебное пособие. – Краснодар: Экоинвест. - 2005. – 560с.
6. Ситуация с упаковкой продукции/ Выборочный перевод.// Материалы семинара «Критерии выбора упаковки для свежей плодоовощной продукции». - Краснодар. - 1994. - 34с.
7. Усатый П.С. Структурные сдвиги в экономике и их воздействие на региональное развитие (на материалах Ростовской области). Диссертация канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону. - 2002. – 172с.
8. Petra Seebauer. Palette&Co. // Logistik-heute. – № 9. – 2006. – S. 68 – 69.