

РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ

УДК 330.322

В.М. Анікеєнко

кандидат наук з державного управління
Класичний приватний університет

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО СТВОРЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ РЕГІОНУ

У статті автор розглядає доцільність програм створення та підтримки корпоративних і холдингових організацій внутрішньої торгівлі, особливості об'єднання кооперативних торгових структур, пропонує проведення експерименту зі створення "народних магазинів", а також створення таких форм торгових об'єднань, як торгові ліги, спеціалізовані торгові союзи.

Ключові слова: корпоративна структура, орган державної влади, регіон, холдинг, торгові об'єднання, продовольчий сектор, виробництво.

I. Вступ

Продовольча забезпеченість є однією зі складних глобальних проблем людства. Особливо актуальною вона є для країн, що розвиваються, і держав з перехідною економікою, де через слабку розвинутість і неефективність сільськогосподарського виробництва, низьку платоспроможність населення душеве споживання продуктів харчування значно нижче від прийнятих медичних норм. Ця обставина значною мірою загострює проблеми здоров'я людей, провокує соціальну напруженість, формує залежність країни від імпортних поставок продовольства, підриває основи державної безпеки.

II. Постановка завдання

Дослідити формування інтегрованих виробничо-торгівельних систем у продовольчому секторі регіону.

III. Результати

Теоретичною основою цієї статті стали праці українських науковців, у яких знайшла своє відображення проблема продовольчого забезпечення населення. Цю тему досліджували: Л. Абалкіна, Е. Борисенко, А. Гордєєва, С. Дзарасова, В. Зволинський, В. Ільяшенко, В. Коровкіна, М. Латинін, О. Лебединська, Т. Лозинська, В. Маслакова, В. Медведєва, В. Милосердова, В. Назаренко, С. Пилієва, С. Семенова, Ю. Хромова й ін.

У сфері внутрішньої торгівлі реформа підприємств передбачає:

- вибір оптимальної організаційно-правової форми торгових підприємств, здатної впливати на формування внутріш-

нього ринку й активізацію діяльності вітчизняних товаровиробників;

- створення сприятливих умов для інтеграції господарської діяльності різних торгових структур; визначення концепції розвитку різних видів і типів торгових підприємств, включаючи створення сучасних роздрібних і оптових "ланцюгів", заснованих на загальних підходах до формування асортименту, вибору технічних засобів оснащення, оформлення інтер'єру та зовнішнього вигляду підприємств, застосування однакових форм обслуговування;
- поліпшення управління на підприємствах, стимулювання підвищення їх ефективності й конкурентоспроможності, зниження витрат обігу, створення умов для реалізації товарів за помірними цінами;
- чітке розмежування відповідальності та прав власників, керівників, персоналу і споживачів, розвиток механізму корпоративного управління, захист прав акціонерів, забезпечення вільного перерозподілу прав участі в капіталі акціонерних товариств і переходу таких прав до ефективних власників;
- забезпечення інвестиційної привабливості підприємств.

Великі торгові корпорації в країнах з розвинутою ринковою економікою становлять фундамент їх економічної потужності та конкурентоспроможності, перш за все, на внутрішньому ринку, а за ним – і на ринках інших країн [3].

Становлення нових великих торгових корпорацій в Україні – це також питання від-

новлення її внутрішнього ринку, ринкової конкуренції.

У формуванні торгових корпорацій і холдингів доцільно орієнтуватися на різноманіття їх типів і форм, створення умов для розвитку конкуренції.

Переважною організаційно-правовою формою торгової корпорації можуть бути акціонерні товариства відкритого та закритого типів; товариства з обмеженою відповідальністю; інші види господарських товариств, передбачені законодавством України; холдингові компанії, до складу активів яких входять контрольні пакети акцій інших підприємств [1].

Для впровадження процесу формування торгових корпорацій доцільно розробити за участю державних органів і зацікавлених приватних структур цільові програми створення та підтримки корпоративних і холдингових організацій внутрішньої торгівлі за основними стратегічними напрямками: продукти харчування; товари легкої промисловості; будівельні матеріали; меблі тощо. Одне з основних завдань торгових корпорацій – сприяння відновленню позицій вітчизняних товаровиробників на внутрішньому ринку.

Аналогічні заходи можуть бути розроблені спільними зусиллями торгівлі та промисловості у сфері аграрного та інших товарних ринків країни.

При формуванні великих торгових корпорацій слід вивчити можливість створення спільних підприємств, насамперед, зі спорідненими підприємствами в країнах СНД та інших зарубіжних країнах. У створенні торгових корпорацій можуть брати участь державні органи, які здійснюють управління державним пакетом акцій.

При створенні торгових корпорацій буде забезпечено дотримання вимог антимонопольного законодавства з коректуванням у випадках необхідності окремих його положень на користь створення найбільш сприятливих умов для розвитку вітчизняного виробництва і становлення ефективного внутрішнього ринку.

В українській практиці вже розвиваються фінансово-промислові групи, у рамках яких об'єднуються інтереси товаровиробників, торгових підприємств і фінансових установ.

Фінансово-промислові групи створюють реальні можливості для підтримки вітчизняних товаровиробників, розвитку інфраструктури переробної промисловості й водночас для зміцнення торгової системи [2].

Світовий досвід і вітчизняна практика дають підстави припустити, що створення фінансово-промислових груп може відбуватися в таких сферах [2]:

– структурна перебудова торгівлі з метою ліквідації дисбалансу розвитку її окре-

мих ланок (роздрібна, оптова торгівля та громадське харчування);

- активізація внутрішнього потенціалу господарських структур, які входять до групи, і створення на цій основі особливих механізмів їх самофінансування, підвищення інвестиційної діяльності на споживчому ринку;
- поява нових технологій складських і комерційних операцій, а також надання транспортно-експедиційних послуг з перевезення торгових вантажів з мінімальними витратами за максимально короткі строки з раціональним використанням техніки. Ми пропонуємо у сфері товарного обігу створення таких корпоративних структур, як торгово-фінансово-промислові групи.

У світовій практиці значне місце на споживчому ринку посідають кооперативи різних видів. Їх розвиток дає змогу краще поєднувати переваги цивілізованого ринку з вирішенням соціальних проблем, створенням умов для повного задоволення потреб у товарах і послугах з боку найменш забезпечених верств населення.

У Росії ще напередодні 1917 р. було більше ніж 400 тис. кооперативів, зокрема 235 тис. споживчих. За радянських часів споживкооперація, хоч і була одержавленою, зберігла кооперативне членство, створила розвинуту матеріально-технічну базу, стала багатогалузевою системою, орієнтованою в основному на обслуговування сільського населення. На сьогодні споживкооперація перебуває в кризовому стані. Її частка в роздрібному товарообігу країни знизилася з 23% в 1991 р. до 3% в 2005 р. Обсяги закупівель сільськогосподарської продукції, виробництва товарів на підприємствах споживкооперації зменшилися в 10 разів [4].

Але все-таки споживкооперація через традиційні зв'язки із сільським населенням має можливості певною мірою відновити свої позиції та справити позитивний вплив на розвиток внутрішнього ринку.

Разом із цим у сфері внутрішньої торгівлі можуть набути розвитку й виробничі кооперативи. Законодавством визначено, що до виробничих кооперативів належать усі види кооперативних організацій, що передбачають особисту трудову участь своїх членів у господарській діяльності.

За рішенням відповідних державних або регіональних органів у сфері торгівлі можуть діяти унітарні комерційні організації, не наділені правом власності на закріплене за ними майно. Це майно перебуває, відповідно, у державній власності. Керівники такого підприємства призначаються власником або уповноваженим ним органом. При забезпеченні державними підприємствами ефективною роботи та належного рівня обслугову-

вання населення державні органи мають надавати цим підприємствам необхідну підтримку, не форсувати їх перехід у приватну форму власності.

Комерційні організації з метою координації їх підприємницької діяльності, захисту загальних майнових інтересів можуть за домовленістю між собою створювати об'єднання у формі асоціацій або союзів, які є некомерційними організаціями.

Набувають розвитку такі форми торгових об'єднань, як торгові ліги, спеціалізовані торгові союзи, торгово-промислові палати тощо. Їх основні функції полягають у захисті інтересів внутрішньої торгівлі, розробці концепції її розвитку, вивченні та поширенні вітчизняного й зарубіжного досвіду, участі в розробці та здійсненні державних програм становлення внутрішнього ринку й активно залучення вітчизняних товаровиробників.

На сучасному етапі розвитку внутрішньої торгівлі спостерігається прагнення до інтеграції господарської діяльності різних торгових структур.

У торгівлю практику активно й послідовно проникає усвідомлення того, що формування інтегрованих торгових систем дає змогу поєднати гнучкість ринкової організації торгової діяльності з ефектом централізованого керівництва.

За своєю суттю інтегрована торгова система являє собою форму виробничих відносин між великими і малим бізнесом.

У соціальному аспекті інтегрована торгова система може розглядатися як метод ефективного здійснення економічного співробітництва та досягнення соціального компромісу у відносинах малого, середнього й великого підприємництва на споживчому ринку.

В організаційному плані інтегрована торгова система є добровільним договірним об'єднанням підприємств різної спеціалізації та сфери діяльності, створена з метою взаємного вирішення підприємницьких завдань.

В економічних відносинах інтегрована торгова система є формою поступової концентрації торгових операцій окремих торгових структур при мінімізації їх господарського ризику та витрат.

Для розвитку інтегрованих торгових структур в українській торговій практиці на сьогодні склалися певні передумови. Зовнішніми стимуляторами розвитку інтеграційних процесів є ринкова невизначеність, зниження з різних причин попиту та пов'язане із цим загострення проблеми реалізації, численні ускладнення на шляху руху товарів до споживачів, зумовлені нерозвинутістю інфраструктури торгової діяльності.

Сформувався мотиви, які спонукають до інтеграції, і всередині самої торгової галузі. Вирішальним серед них є посилення

конкуренції, нехай навіть в її нерозвинутій, а нерідко й гіпертрофованій, формах.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку інтеграційних процесів на споживчому ринку країни показує, що цей рух відбуватиметься за досить традиційною схемою – від простих багатогалузевих об'єднань до складних міжгалузевих конструкцій з реалізацією як горизонтальних, так і вертикальних систем господарських відносин [3].

Певною специфікою інтеграційних процесів у торгівлі може стати велика якісна різноманітність підприємств і об'єднань, що визначається підгалузевою структурою торгівлі.

З урахуванням аналізу світової торгової практики можна припустити, що інтеграційні процеси в торгівлі проходять на базі виникнення таких видів об'єднань, як ланцюгові торгові організації, кооперативні об'єднання торгових структур, добровільні роздрібні й оптові ланцюги.

Ланцюгові торгові організації як вид добровільного об'єднання, в принципі, можуть формуватися як в оптовій, так і в роздрібній ланці торгівлі. Проте найбільш характерною структурою вони мають стати для роздрібно-ланки, включаючи громадське харчування.

Суть цього об'єднання полягає в тому, що велике торгове підприємство створює власну ланцюгову мережу підприємств або укладає договір з малими або середніми торговими структурами, на основі чого останні як філіали отримують право на реалізацію певних видів товарів на конкретному товарному ринку під торговельною маркою головного підприємства (система франчайзингу). Причому ця торговельна марка широко відома споживачам і розуміється ними як своєрідна гарантія якості.

Торгові організації можуть створюватися на принципах добровільного підпорядкування, з використанням договорів оренди або навіть продажу підприємства з дотриманням норм, передбачених законодавством.

Загальним принципом роботи подібних об'єднань має стати суворий контроль за роботою учасників об'єднання з боку головної структури, аж до її участі у вирішенні оперативно-господарських питань інших членів об'єднання.

Кооперативні об'єднання торгових структур або об'єднання асоціативного типу можуть створюватися з метою посилення позицій ланцюгових торгових структур. Суть цього виду об'єднань полягає в тому, що група малих і середніх торгових структур буде прагнути забезпечити власну стабільність не за рахунок використання відомої торговельної марки якого-небудь головного підприємства, а на основі формування об'єднання нової торгової групи, здатної до жорсткої конкуренції на споживчому ринку.

Принциповою особливістю роботи таких об'єднань має стати узгодження та централізація виконання найбільш важливих функцій господарської політики. Виходячи із цього, можна припустити, що подібні об'єднання набудуть значного поширення в торгівлі та громадському харчуванні. Саме в цих торгових сферах узгодження закупівельно-збутової політики та централізації функцій товаропостачання є підставою для виникнення об'єднання.

Найбільш перспективним напрямом створення об'єднань асоціативного типу в роздрібній торгівлі може бути об'єднання магазинів з однаковою концепцією розвитку: магазини зі змішаним асортиментом і невисокими цінами, магазини спеціалізовані з особливими формами торгового обслуговування, універсальні магазини, які пропонують нові форми торгового обслуговування.

У громадському харчуванні об'єднання найбільш доцільні при організації обслуговування в загальноосвітніх установах.

Розвиток ланцюгових торгових структур і об'єднань асоціативного типу в роздрібній торгівлі та громадському харчуванні неминуче спровокують інтеграційні процеси в оптовому ланцюзі. Прагнучи зберегти свої позиції на ринку, оптові структури неминуче придуть до необхідності інтеграції з роздрібними структурами на договірній основі. Тим самим формуватимуться добровільні роздрібно-оптові ланцюги або об'єднання контрактного типу.

Об'єднання цього типу покликані координувати функції оптової та роздрібної торгівлі на принципах загальної комерційної стратегії при збереженні повної юридичної та фінансової незалежності кожного члена об'єднання. При цьому роздрібні структури, які входять у ланцюг, як правило, повинні будуть мати єдину фірмову назву, уніфікований товарний асортимент, спільну політику, визначену оптовою структурою.

Загострення конкуренції на ринку зумовило необхідність визначення нових підходів до розвитку роздрібних підприємств. Усталилася практика розробки концепцій, заснованих на загальних ідеях формування асортименту й обслуговування населення. При цьому передбачається створення єдиного зовнішнього вигляду магазинів, використання схожого устаткування й оформлення, застосування єдиних принципів асортиментної політики й методів продажу товарів.

У концепцію необхідно включити такі розділи: асортиментні переліки товарів; схеми розміщення устаткування та товарів; визначення зон самообслуговування та продажу деяких товарів через прилавок; перелік додаткових послуг; порядок формування цін, надання знижок на окремі товари; вимоги до

якості товарів; ескізи сучасного оформлення продуктів харчування й ескізи фірмового одягу персоналу; зразки цінників тощо.

Найбільші можливості для реалізації концепцій розвитку роздрібній торгівлі мережі надають різні "торгові ланцюги". У зарубіжній практиці переважають продовольчі магазини самообслуговування із супутніми непродовольчими товарами, розраховані на щоденні покупки (супермаркети); великі універсальні магазини, розташовані переважно в передмістях і на трасах з великими площами для стоянок автомобілів і розраховані в основному на закупівлі товарів на тиждень або триваліший період (гіпермаркети); магазини-дискаунти, які торгують товарами за нижчими цінами, порівняно з іншими торговими підприємствами.

Подібні тенденції у формуванні торгової мережі вже набули розвитку в Україні, але вони не стали визначальними.

Регіональні державні органи управління торгівлею, торгові корпорації, торгово-промислові палати, фінансово-промислові групи, союзи й асоціації мають взяти на себе розробку конкретних концепцій розвитку роздрібної торгової мережі. Корпоративне управління є організаційною моделлю ведення бізнесу, враховує інтереси власників, органів управління, керівників і персоналу.

Особливість торгових корпоративних організацій полягає в тому, що вони прагнуть залучити в корпоративні інтереси також споживачів, сформувати постійні групи "лояльних клієнтів", прихильних до покупок товарів у торгових підприємствах цієї корпорації. З метою залучення постійних клієнтів передбачається введення для постійних контингентів покупців корпоративних пластикових карток зі зручною формою розрахунків, надання різного роду знижок і бонусів.

Пропонується проведення експерименту зі створення "народних магазинів". Потенційні покупці вносять грошові вклади на створення подібних магазинів, а після їх введення в експлуатацію отримують право придбання товарів з 5-відсотковою знижкою.

Важливою ланкою корпоративного управління є налагоджена робота торгового менеджменту, включаючи функції координації, маркетингу, ефективної організації праці, економіки витрат обігу та зразкового обслуговування населення. У центрі уваги при цьому перебувають питання захисту прав акціонерів і споживачів.

Процес формування корпоративних і холдингових структур вже відбувається у вітчизняній промисловості, але він не супроводжується поки що створенням адекватних структур у сфері внутрішньої торгівлі. Визначено, що з метою впровадження процесу формування торгових корпорацій доцільно розробити за участю державних органів і

зацікавлених приватних структур цільові програми створення і підтримки корпоративних і холдингових організацій внутрішньої торгівлі за основними стратегічними напрямками. При цьому торгово-фінансово-промислові групи можуть мати ряд істотних переваг при фінансових відносинах з державою.

По-перше, торгово-фінансово-промислової групі, як єдиному господарському комплексу, законодавством може бути надано право виступати єдиним платником податків. Введення консолідованої звітності з податку на прибуток і ПДВ істотно зменшить тиск податкового тягаря на всі структури, які увійшли до групи.

По-друге, прибуток, що реінвестується учасниками групи на фінансування капітальних вкладень виробничого та невиробничого призначення інших учасників групи, можна звільнити від податку в межах 25% балансового прибутку кожного учасника групи.

По-третє, наявність учасників групи фінансових структур дає змогу ефективно вирішувати внутрішні й зовнішні проблеми заборгованості шляхом скоординованого здійснення політики фінансового клірингу, впровадження внутрішнього вексельного обігу, використання трансфертних цін, цін на внутрішній обмін продукцією та послугами.

По-четверте, злиття в рамках групи фінансових, промислових і торгових капіталів і їх обіг у "своєму" банку дасть можливість формувати кредитну політику групи, створити необхідні страхові й інвестиційні структури, забезпечить самофінансування та саморозвиток групи з акцентом на її промислову частину. Тим самим торгово-фінансово-промислова група, на відміну від інших видів об'єднань, може стати ефективною структурою для вирішення проблеми підтримки вітчизняного виробника.

По-п'яте, за участю групи в будь-яких інвестиційних торгах обсяг заборгованості підприємства можна враховувати в обсязі пропонуваного інвестицій. Це сприятиме відновленню потенціалу вітчизняних промислових і торгових структур на споживчому ринку.

Нарешті, в рамках торгово-фінансово-промислової групи можна сконцентрувати великі інвестиційні ресурси під гарантії держави, зокрема з використанням механізму застави. А це особливо важливо сьогодні, коли фізичний і моральний знос устаткування торгових і промислових структур досягає критичної позначки.

Створення торгово-фінансово-промислових груп сприятиме також прискоренню формування конкурентоспроможних на зовнішньому ринку компаній, здатних регулювати пропорції експорту-імпорту споживчих това-

рів, створенню за відповідних умов транснаціональних структур, здатних до відновлення господарських зв'язків у рамках СНД; зміцненню позицій на зовнішніх ринках інших країн.

IV. Висновки

Для впровадження інтегрованих виробничо-торговельних систем доцільно розробити за участю державних органів і зацікавлених приватних структур цільові програми створення та підтримки корпоративних і холдингових організацій внутрішньої торгівлі.

Кооперативні об'єднання торгових структур або об'єднання асоціативного типу можуть створюватися з метою посилення позицій ланцюгових торгових структур. Суть цього виду об'єднань полягає в тому, що група малих і середніх торгових структур буде прагнути забезпечити власну стабільність не за рахунок використання відомої торговельної марки якого-небудь головного підприємства, а на основі формування образу нової торгової групи, здатної до жорсткої конкуренції на споживчому ринку. Найбільш перспективним напрямом створення об'єднань асоціативного типу в роздрібній торгівлі може бути об'єднання магазинів з однаковою концепцією розвитку.

Запропоновано проведення експерименту зі створення "народних магазинів". Потенційні покупці вносять грошові вклади на створення подібних магазинів, а після їх введення в експлуатацію отримують право придбання товарів з 5-відсотковою знижкою.

Набувають розвитку такі форми торгових об'єднань, як торгові ліги, спеціалізовані торгові союзи тощо. Їх основні функції полягають у захисті інтересів внутрішньої торгівлі, розробці концепції її розвитку, вивченні та поширенні вітчизняного й зарубіжного досвіду, участі в розробці та здійсненні державних програм становлення внутрішнього ринку й активного залучення вітчизняних товаровиробників.

Список використаної літератури

1. Волошин В. Концептуальні засади сталого розвитку регіонів України / В. Волошин, В. Трегобчук // Регіональна економіка. – 2002. – № 1. – С. 7–22.
2. Гойчук О.І. Продовольча безпека та її забезпечення в Україні / О.І. Гойчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2001. – Вип. 4. – С. 205–211.
3. Лебединська О.Ю. Міський продовольчий комплекс: організація та управління : монографія / О.Ю. Лебединська. – К. : Вид-во НАДУ, 2003. – 272 с.
4. Регіональна політика розвитку аграрної сфери : монографія / [Г.І. Мостовий, Л.М. Анічин, Г.О. Андрусенко та ін.; за заг. ред. Г.І. Мостового]. – Х. : Вид-во ХРІДУ НАДУ "Магістр", 2004. – 292 с.

Аникеенко В.Н. Формирование государственной политики по созданию продовольственных систем региона

В статье автор рассматривает целесообразность программ создания и поддержки корпоративных и холдинговых организаций внутренней торговли, особенности объединения кооперативных торговых структур, предлагает проведение эксперимента по созданию “народных магазинов”, а также создание таких форм торговых объединений, как торговые лиги, специализированные торговые союзы.

Ключевые слова: корпоративная структура, орган государственной власти, регион, холдинг, торговые объединения, продовольственный сектор, производство.

Anikeenko V. Government policy to develop food-safety systems in the region

The author examines an expedience of the programs of creation and support of corporate and holdings organizations of domestic trade, features of association of cooperative point-of-sale structures, the leadthrough of experiment offers from creation of “folk shops”, and also creation of such forms of point-of-sale associations as point-of-sale leagues, specialized point-of-sale unions in the article.

Key words: corporate structure, public authority, region, holding, trade associations, food industry, manufacturing.