

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРА, УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 356:061.5

Анопій В. В.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

Андрієв Н. М.,

аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

АКТИВІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ І РЕГУЛЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

***Анотація.** Розглядаються організаційно-економічні та інституціональні аспекти проблеми активізації державної політики підтримки і регулювання торговельного підприємництва крізь призму підвищення рівня конкурентності внутрішньої торгівлі України. Визначаються пріоритетні напрями впливу державних органів на розвиток підприємництва, зміцнення конкурентного потенціалу торгівлі та її конкурентних позицій. Перспективним для подальшого дослідження аспектом проблеми активізації державної політики визначено стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку внутрішньої торгівлі України.*

Ключові слова: підприємництво, система торгівлі, державна політика, конкуренція.

Аропій В. В.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Andriiv N. M.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

ACTIVIZATION OF STATE POLICY OF SUPPORT AND REGULATION OF TRADING ENTREPRENEURSHIP

***Abstract.** The organizational, economic and institutional aspects of a problem of activation state policy of support and regulation of trading entrepreneurship in the context of increasing the level of competitiveness of domestic trade in Ukraine are considered. The priority areas of state influence on entrepreneurship development, strengthening the competitive potential of trade and its competitive positions are determined. Promising aspect for further research of the problem of state policy activation is seen through encouragement of investment and innovation development of domestic trade in Ukraine.*

Keywords: entrepreneurship, system of trade, state policy, competition.

Постановка проблеми. Особливістю сучасного розвитку ринково-орієнтованих національних економік є прискорений розвиток підприємництва і нарощування його конкурентного потенціалу. Це закономірне явище характерно і для вітчизняної економіки, причому воно прогресує у всіх сферах економічної діяльності, в тому числі внутрішній торгівлі.

Відтак актуалізується проблема розвитку конкурентного підприємництва на інноваційних заса-

дах, ринкових механізмах, системі відносин та ефективної державної політики. Проте саме державна політика розвитку підприємництва в системі торгівлі недосконала, суперечлива і малоефективна, що приводить до безсистемності у розвитку торговельного підприємництва, суттєвих деформацій його структури, глибокої регіонально-територіальної диференціації й низької конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим об'єктивно виникає необхідність активізації ролі державних органів управління і регулювання в проведенні дієвої політики, спрямованої на інноваційний розвиток підприємництва в сфері торгівлі, й суттєвого посилення його конкурентного потенціалу [9, с. 103].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безпосередньо взаємозв'язок підприємництва і конкуренції досліджено в роботах вітчизняних вчених Апопія В., Башнянина Г., Бланка І., Барної М., Долішнього М., Даниленко А., Пазура П., Нарної М., Павлової В., Скрипко Т., Фугало Т. тощо.

Проте поза увагою дослідників залишилася низка питань державної політики у розвитку підприємництва в Україні, його регулювання й ефективного управління.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування напрямів активізації державної політики регулювання і підтримки підприємництва в сфері торгівлі, а також інструментів реалізації державної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення ефективного функціонування внутрішньої торгівлі можливе за умов використання інструментів державного регулювання та підтримки [8, с. 5]. У сучасних умовах розвиток конкурентного підприємництва в системі внутрішньої торгівлі передбачає не лише дотримання принципів захисту та сприяння конкуренції, але й дотримання стратегії підвищення конкурентоспроможності, використання різноманітних механізмів реалізації підтримки й стимулювання.

На нашу думку, державна політика регулювання та підтримки підприємництва в системі внутрішньої торгівлі має спрямовуватися на (рис. 1):

- формування конкурентного середовища та здійснення антимонопольного регулювання у внутрішній торгівлі;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства у системі внутрішньої торгівлі;
- побудову системи відповідальності за порушення законодавства. Розглянемо вказані напрями детальніше.

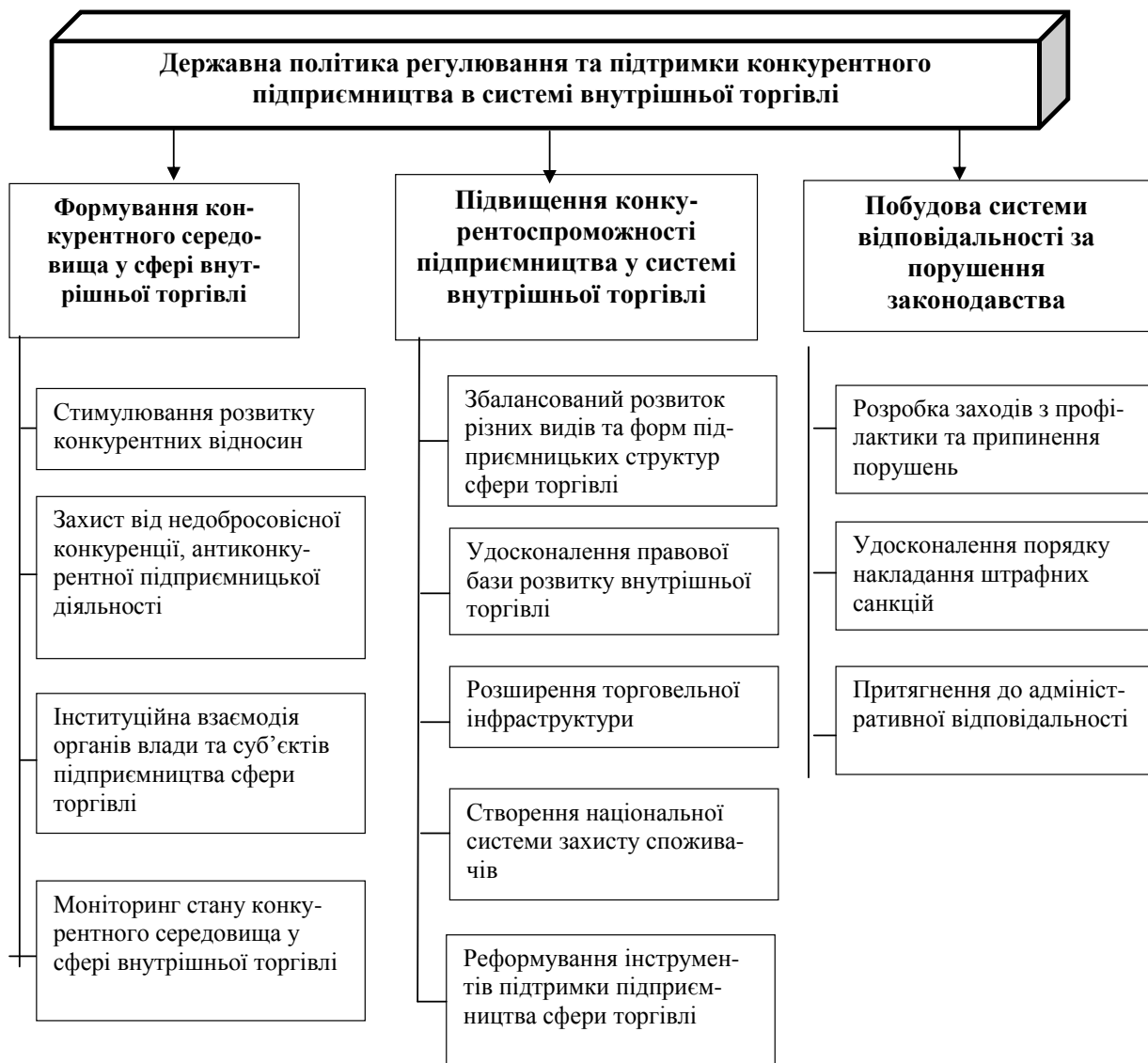


Рис. 1. Напрями державної політики регулювання та підтримки підприємництва в системі внутрішньої торгівлі України

Формування конкурентного середовища та анти-монопольне регулювання у внутрішній торгівлі передбачає:

- забезпечення оптимального рівня конкуренції та концентрації. При цьому допустимим є створення крупної структури у випадку, коли споживачеві пропонується товар на більш вигідних для нього умовах – розширення пропозиції товарів більш високої якості за нижчими цінами;

- недопущення виникнення невикористаних конкурентних переваг окремих суб'єктів підприємництва сфери торгівлі, зокрема у вигляді зловживання монопольним чи домінуючим становищем, нечесної конкуренції, недобросовісної реклами тощо [6; с. 56];

- захист національної економіки від недобросовісної іноземної конкуренції, антиконкурентної підприємницької практики, зловживання ринковою владою з боку іноземних суб'єктів торговельного підприємництва.

Стимулювання конкуренції в сфері бізнесу набуває характер особливо актуальної проблеми [5; 531].

У світовому рейтингу простоти ведення бізнесу за результатами 2010 року Україна посідає 142 місце серед 183 країн (у 2009 р. – 146 місце), 2012 р. – 137 місце, 2013 р. – 112 місце, що є прямим наслідком великої кількості регулятивних норм, що стримують розвиток конкурентних відносин у вітчизняному підприємстві. Крім того, сама структура суб'єктів підприємництва деформована. В ній переважають мікропідприємства з незначним конкурентним потенціалом і по суті без конкурентних стратегій (табл. 1).

У сфері торгівлі функціонують більше 1,1 млн. суб'єктів, тобто 1-3% загальної їх чисельності в економіці України. Серед них близько 85% – це мікропідприємства торгівлі і лише 3,5% можна віднести до середніх і великих підприємств. При цьому частка останніх у товарообороті сягає 78%.

Таким чином, важливим напрямом зміцнення конкурентного потенціалу підприємств торгівлі та їх конкурентних позицій є концентрація, створення крупних підприємств, які функціонують на інноваційних засадах, до них можна віднести низку вітчизняних компаній: “Фоззі”, АТБ-маркет, група компаній “Фуршет”, “Велика кишеня”, “Еко” (супермаркети “Еко-Маркет”). Формати “гіпермаркет”, “супермаркет” в Україні активно розвиваються іноземними операторами торговельних мереж (“Billa” (Австрія), “Spar” (Нідерланди), “Praktiker” та Metro AG (Німеччина), “Auchan Group” (Франція), “БМ-Трейд” (Литва), “Перекресток” (Росія).

Прихід на вітчизняний ринок крупних зарубіжних компаній, діяльність іноземних операторів торгівлі, які мають значні фінансово-економічні та організаційні ресурси, розвинені технології, великий досвід ведення бізнесу, в тому числі завоювання покупця, забезпечує розвиток цивілізованих форм взаємодії суб'єктів економіки, підвищення “стандартів” конкуренції, краще задоволення потреб споживача. З іншого боку, це спричиняє посилення концентрації, витіснення (поглинання) ними менш потужних вітчизняних учасників ринку [7; с. 26]. Варто наголосити, що деструктивно зарубіжні компанії проникають в оптову торгівлю України, створюючи дистриб'юторські фірми і тим самим руйнуючи мережу оптових торгових баз.

Таблиця 1

Кількість суб'єктів підприємництва та їх частка в діяльності внутрішньої торгівлі України 2011-2013 рр. [11; 202-233]

Роки	2011		2012		2013	
	од.	частка, %	од.	частка, %	од.	частка, %
<i>Усього суб'єктів підприємництва, од., у тому числі:</i>						
великі	111638	100	103798	100	110414	100
середні	161	0,2	173	0,2	164	0,2
малі, з них	4161	3,7	3950	3,8	3675	3,3
мікропідприємства	107316	96,1	99675	96,0	106575	96,5
	92515	82,9	85492	82,4	93166	84,4
<i>Кількість зайнятих працівників, усього, тис. осіб, у тому числі на:</i>						
великих	1246,7	100	1193,4	100	1156,0	100
середніх	275,2	22,1	300,8	25,2	316,5	27,4
малих, з них	425,0	34,1	388,6	32,6	366,2	31,7
мікропідприємствах	546,5	43,8	504,0	42,2	473,3	40,4
	246,9	20,1	228,6	19,2	220,6	19,1
<i>Обсяги реалізованої продукції, млн. грн. у тому числі:</i>						
великими	1587116,5	100	1623609,6	100	161213	100
середніми	486684,6	30,7	481477,1	29,7	495334,6	30,7
малими, з них	741941,6	46,8	783833,1	48,3	769240,7	47,7
мікропідприємствами	358490,3	22,6	358279,4	22,1	347559,1	21,6
	114503,7	7,2	116750,3	7,2	114442,2	7,1

Стимулювання конкуренції є і буде головним напрямом економічної політики, у тому числі політики щодо функціонування внутрішньої торгівлі, що передбачає створення для всіх суб'єктів підприємства рівних транспарентних умов конкуренції; сприяння реалізації конкурентних переваг для забезпечення найкращого задоволення потреб споживача.

Вважаємо, що підтримка та розвиток конкуренції у сфері внутрішньої торгівлі передбачає застосування політичних, інституційних, правових та регуляторних засобів для забезпечення правил чесної конкуренції.

Таким чином, у взаємовідносинах суб'єктів підприємства системи внутрішньої торгівлі та органів влади мають:

- використовуватися як заходи регулюючі, так і заходи підтримки;
- забезпечуватися постійний моніторинг і система діагностики стану та проблем підприємства;
- розроблятися та запроваджуватися на постійній основі методики аналізу впливу регуляторних актів на торговельне підприємство. Кожен правовий акт має проходити відповідну процедуру розробки, погодження і реалізації, а також охоплювати негативні наслідки для розвитку. Процес обговорення нормативних документів має бути прозорим [8; с. 296];
- удосконалюватися нормативно-правове забезпечення ведення підприємства сфери торгівлі, запровадження єдиних стандартів та підходів до підприємницьких структур, розроблення та запровадження перспективних планів розвитку й розміщення роздрібно-торгівельної мережі як складової частини генеральних планів [8; с. 307];
- формуватися інформаційне забезпечення взаємодії державних і підприємницьких структур сфери внутрішньої торгівлі.

Вважаємо за доцільне реформувати структуру Антимонопольного комітету України за ринками та формами суб'єктів господарювання на ньому. На нашу думку, це сприятиме розширенню сфери нагляду за ринками, які є конкурентними, посиленню ролі Антимонопольного комітету України щодо запровадження штрафів для службовців, органів державної влади та місцевого самоврядування у разі заохочення ними неконкурентної поведінки, зокрема надання тих чи інших пільг при реалізації торговельної діяльності.

Розвиток внутрішньої торгівлі в Україні має включати й проведення моніторингу за функціонуванням конкурентного середовища у цій галузі. Антимонопольний комітет України застосовує у своїй діяльності Методику визначення монополюючого (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, яка базується на певних показниках.

У сучасних умовах розвиток внутрішньої торгівлі не лише передбачає дотримання принципів захисту та сприяння конкуренції, але й дотримання стратегії підвищення конкурентоспроможності. На

нашу думку, цього можна досягти за рахунок активної державної політики [1].

По-перше, варто сприяти збалансованому розвитку оптових і роздрібних торговельних структур. Серед пріоритетних завдань – активізація розвитку оптової торгівлі шляхом державного інвестування об'єктів оптової торгівлі з подальшою передачею їх на конкурсних засадах в оренду приватним структурам за умови дотримання їхньої асортиментної та цінової політики. Підтримка оптової торгівлі може здійснюватися й через механізм розміщення державного замовлення та забезпечення повної та своєчасної оплати за товари. Таким чином це сприятиме захисту внутрішнього ринку від необгрунтованого засилля іноземних товарів, аналоги яких уже виробляються в Україні.

Нині оптова торгівля через різні причини має слабкі конкурентні переваги поряд із суб'єктами роздрібно- та дрібно-роздрібно-торгівлі. Необхідно створювати різноманітні структури оптових підприємств за функціональним призначенням, розмірами, спеціалізацією, формами власності та організаційно-правовою формою, які б здійснювали повний цикл обслуговування партнерів. Це сприятиме формуванню конкурентного середовища в оптовій торгівлі [4, с. 181]. З іншого боку, – зменшувати кількість дрібних оптових посередників, які лише перепродують закуплені товари; розвивати оптові продовольчі ринки, зокрема сільськогосподарської продукції; розвивати оптовий продаж товарів через мережу Інтернет, який можуть здійснювати як товаровиробники, так і посередники; розвивати сучасну мережу складів, що належать оптовим торговцям для надання складських послуг як оптовим підприємствам, так і товаровиробникам, роздрібним торговцям.

Водночас необхідно у правових документах прописати стимули для здійснення великоформатної торговельної діяльності, що є перспективою розвитку внутрішньої торгівлі та чинником мінімізації тіньової складової. Це можна досягнути шляхом розвитку оптово-роздрібних підприємств, торговельних мереж, виробничо-торговельних об'єднань, які здатні витіснити численних дрібних торговців та посередників, зменшити ризики торговельних операцій.

Необхідно забезпечити пріоритетний розвиток цивілізованих каналів роздрібно-торгівельної реалізації товарів через мережу магазинів; суттєво підвищити контроль за діяльністю організованих ринків, припинити діяльність неформальних ринків, забезпечити оптимальне співвідношення в регіонах магазинів за різними формами спеціалізації та розмірами.

У спеціалізованих торговельних об'єктах має здійснюватися обслуговування окремих категорій громадян, яким надаються відповідні пільги.

Для цього як органи місцевого самоврядування, так і об'єднання підприємців повинні:

- розробляти програми створення мережі спеціалізованих магазинів (соціальних магазинів), правила та стандарти обслуговування пільгових категорій громадян;

- надавати відповідну фінансову підтримку суб'єктам підприємництва сфери торгівлі для створення запасів соціально значущих товарів; застосувати пільгову орендну плату чи звільняти від сплати місцевих зборів, цільові пільгові кредити на придбання соціально значущих торговельних об'єктів.

По-друге, розвивати на рівних умовах усі форми підприємницьких структур сфери торгівлі – суб'єктів малого, середнього та великого торговельного підприємництва [2]. Забезпечення різноманітності суб'єктів торговельної діяльності сприятиме вдосконаленню інституційних засад функціонування торгівлі, реалізації конкурентних переваг різних організаційних структур, орієнтації їх стратегій на співпрацю, зменшення кількості посередників між товаровиробником та споживачем.

По-третє, ухвалити низку нормативно-правових документів. Нагальним є прийняття Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі” задля впорядкування й детінізації внутрішньої торгівлі, ліквідації стихійної торгівлі, підвищення рівня торговельного обслуговування населення та захисту прав споживачів, а також питань взаємовідносин між торговельними мережами та постачальниками та створення рівних умов ведення бізнесу для всіх учасників ринку; вдосконалення правових засад функціонування дистанційної торгівлі через мережу Інтернет у частині посилення відповідальності суб'єктів підприємництва в сфері торгівлі за реалізацію неякісних товарів, зменшення рівня тінізації роздрібно торгівлі та забезпечення належного захисту прав споживачів.

По-четверте, сприяти розширенню торговельної інфраструктури – будівництво об'єктів інфраструктури як за державні та приватні кошти, так і з використанням механізмів державно-приватного партнерства. Таке партнерство дозволяє забезпечувати узгодження та врахування взаємних інтересів держави підприємництва сфери торгівлі у реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів, цільових галузевих програм. Для держави основними перевагами такого партнерства є активізація інвестиційної діяльності торговельних підприємств, стимулювання їх підприємницької діяльності, підвищення ефективності ринкової інфраструктури. Для суб'єктів підприємництва переваги насамперед полягають у доступі до ресурсів, використання яких раніше було неможливим, спрощенні дозвільних процедур, розширенні можливості отримання кредитів на пільгових умовах під державні гарантії. Подібний механізм державно-приватного партнерства доцільно використати для ефективного розвитку оптової торгівлі, особливо на місцевому рівні. За таких умов посилять роль органів місцевого самоврядування у розвитку та регулюванні суб'єктів підприємництва внутрішньої торгівлі, які у першу чергу застосовуватимуть механізми стимулювання ділової активності суб'єктів підприємництва, розробку інвестиційних проектів, спрямованих на будівництво логістичних центрів постачань.

По-п'яте, розробити національну систему захисту споживачів шляхом посилення вимог до якості товарів і послуг, що реалізуються на внутрішньому ринку, заохочення застосування ефективних систем якості на вітчизняних підприємствах; застосовувати інструменти стимулювання продажу товарів вітчизняного виробництва, що призвело б до зменшення рівня імпортозалежності; підвищити рівень якісного торговельного обслуговування шляхом належної професійної підготовки кадрів для сфери внутрішньої торгівлі.

По-шосте, формувати систему інструментів підтримки підприємництва (інформаційно-консультативна підтримка, фінансово-кредитна підтримка підприємств у веденні бізнесу).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Активізація державної політики регулювання і підтримки торговельного підприємництва набуває характер актуальної проблеми в умовах глобалізації товарних ринків і посилення конкуренції. Пріоритетними для цього напрямку слід вважати:

- оновлення законодавчо-нормативної бази;
- вдосконалення конкурентних відносин і механізмів їх реалізації;
- формування сприятливого фіскального середовища.

Перспективним для дослідження аспектом проблеми активізації державної політики можна визначити стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку внутрішньої торгівлі України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про Національну програму сприяння малого підприємництва в Україні” // Відомості ВР України. – 2001. – №7. – С. 35.
2. Закон України “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні” // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – №3. – С. 3.
3. Система регулювання внутрішньої торгівлі : монографія / [В. Апопій, І. Копич, О. Біла та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
4. Апопій В. В. Основи підприємництва : підручник / В. Апопій, С. Середа, Н. Шутовська. – Львів : “Новий світ”, 2013. – 323 с.
5. Куцик П. О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія / П. Куцик, О. Ковтун, Г. Башнянин. – Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – 594 с.
6. Лазур П. Ю. Державне регулювання малого і середнього підприємництва : монографія / П. Ю. Лазур. – Львів : “Новий світ”, 2006. – 400 с.
7. Портных В. В. Стратегия бизнеса / В. В. Портных. – М. : Изд-во “Дашков и К”, 2013. – 276 с.
8. Скрипко Т. О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємництва як чинник економічної безпеки держави : монографія / Т. О. Скрипко. – Львів : Ліга-Прес, 2013. – 384 с.

9. Чеберко Е. Ф. Теоретические основы предпринимательской деятельности: макроэкономический аспект / Е. Ф. Чеберко. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2009. – 304 с.

10. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі : монографія / М. В. Чорна; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – 2010. – 426 с.

11. Діяльність суб'єктів господарювання : статзбірник / Держстатслужба України. – 2011: 2012: 2013 р. – К., 2014.

REFERENCES

1. Закон Ukrainy "Pro Natsional'nu prohramu spryyannya maloho pidpryyemnytstva v Ukraini" (2001), *Vidomosti VR Ukrainy*, #7, s. 35.

2. Закон Ukrainy "Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini" (2013), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, #3, s. 3.

3. *Systema rehulyuvannya vnutrishn'oyi torhivli* (2012), V. Apopiy, I. Kopych, O. Bila ta inshi, Akademvydav, K., 424 s.

4. Apopiy, V. Sereda S. and Shutovs'ka N. (2013), *Osnovy pidpryyemnytstva*, "Novyy svit", L'viv, 323 s.

5. Kutsyk P., Kovtun O. and Bashnyanyn H. (2015), *Hlobal'na ekonomika: pryntsyipy stanovlennya, funktsionuvannya, rehulyuvannya ta rozvytku*, Vyd-vo LKA, L'viv, 594 s.

6. Lazur, P. Yu. (2006), *Derzhavne rehulyuvannya maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva*, "Novyy svit", L'viv, 400 s.

7. Portnykh, V. V. (2013), *Stratehiya byznesa*, Yzd-vo "Dashkov y K", M., 276 s.

8. Skrypko, T. O. (2013), *Investytsiyno-innovatsiyna aktyvnist' maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva yak chynnyk ekonomichnoyi bezpeky derzhavy*, Liha-Pres, L'viv, 384 s.

9. Cheberko, E. F. (2009), *Teoretycheskye osnovy predprynimatel's'koy deyatel'nosti: makroekonomycheskyy aspekt*, Sankt-Peterburh, 304 s.

10. Chorna, M. V. (2010) *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv torhivli*, Khark. derzh. un-t kharch. ta torhivli, 426 s.

11. *Diyal'nist' subyektiv hospodaryuvannya : statzbirnyk*, Derzhstat-sluzhba Ukrainy, 2011: 2012:2013 r., K., 2014.