

УДК 339.3:351.82

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТЕЙКХОЛДЕРОВ В ХОДЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Р.А. Луговской, Д.В. Соловьев, В.Ю. Сысоев

Выявлены стороны, заинтересованные в формировании и реализации эффективной торговой политики. Проведен анализ современного взаимоотношения стейкхолдеров и предложены направления их взаимодействия.

Ключевые слова: торговля, предпринимательство, государственное регулирование.

Введение

Функционирование торговли в определенной степени зависит от эффективности взаимодействия стейкхолдеров, интересы которых нуждаются в согласовании. В связи с этим формирование и реализация торговой политики не должны ограничиваться интересами ритейла. Стратегические ориентиры в сфере торговли и пути их достижения должны учитывать работу всех субъектов внешнего взаимодействия отрасли. В работе авторы попытаются их охарактеризовать, определить их роли и комплекс действий, которые целесообразно осуществлять в процессе формирования стратегии сферы торговли.

Стейкхолдеры (Stakeholders) – все стороны, заинтересованные в финансовых и иных результатах деятельности компании: акционеры, кредиторы, держатели облигаций, сотрудники компании, клиенты, руководство, общество в целом и правительство [1].

Стратегия развития торговли обуславливается функционированием совокупности коммерческих организаций, выполняющих различные функции цепи товародвижения – предприятий-производителей товаров (промышленных и сельскохозяйственных), транспортных организаций, оптовых баз, складов и пр. Кроме того, в современных условиях деятельность предприятий торговли невозможна без организаций, способных оказать поддержку торговому бизнесу в рамках аутсорсинга – учебных заведений, рекрутинговых, консалтинговых фирм, рекламных агентств и т.д. Опыт их взаимодействия в рыночных условиях, особенно в условиях кризиса, показал, что на данный момент рыночные инструменты не обеспечивают реализацию интересов общества в целом и отдельных участников потребительского рынка. Необходим постоянный диалог представителей бизнеса и других держателей интересов в сфере торговли с органами власти по вопросам выработки стратегических инициатив.

Предлагается выделить и рассмотреть более подробно следующие группы стейкхолдеров, которые должны активно взаимодействовать между собой для успешного развития торговли:

- органы государственной власти;
- предприниматели;
- общественные организации;
- общественность – потребители, а также другие участники (инвесторы, кредиторы и т.п.).

Взаимодействие заинтересованных сторон в формировании эффективной политики развития сферы торговли Санкт-Петербурга

Органы государственной власти. Координирующую роль в разработке стратегии развития торговли играют органы государственной власти. Их задача заключается в том, чтобы обобщить позиции заинтересованных групп и отразить их в разрабатываемых нормативных актах.

Конечно же, федеральные органы государственной власти должны взаимодействовать с региональными и муниципальными органами власти. Рассмотрим схему взаимодействия стейкхолдеров и ее особенности в условиях крупного мегаполиса на примере Санкт-Петербурга.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации и Уставом Санкт-Петербурга [2], систему органов государственной власти Санкт-Петербурга образуют:

- постоянно действующий высший и единственный законодательный (представительный) орган государственной власти Санкт-Петербурга – Законодательное Собрание Санкт-Петербурга;
- Правительство Санкт-Петербурга – высший исполнительный орган государственной власти Санкт-Петербурга, возглавляемый высшим должностным лицом Санкт-Петербурга – Губернатором Санкт-Петербурга, и возглавляемые Правительством Санкт-Петербурга иные исполнительные органы государственной власти Санкт-Петербурга, составляющие систему исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга – Администрацию Санкт-Петербурга;
- судебные органы государственной власти – Уставный суд Санкт-Петербурга, мировые судьи;
- отдельно выделены органы местного самоуправления.

В Законодательном Собрании Санкт-Петербурга образована Постоянная комиссия по промышленности, экономике и собственности (ПКПЭС) [3]. Важнейшими направлениями ее деятельности, непосредственно затрагивающими интересы торговли, являются:

- поддержка городской промышленности, агропромышленного комплекса, антимонопольная деятельность и вопросы банкротства;

- рассмотрение региональных проблем экономической реформы в сфере предпринимательства, включая налоговую, инвестиционную деятельность;
- рассмотрение вопросов по торговле, транспортному комплексу, собственности, таможенной политике, среднему и малому бизнесу;
- защита субъектов отечественного рынка.

Стратегии, планы и программы должны разрабатываться Комитетом экономического развития промышленной политики и торговли (КЭРППиТ) и выноситься на утверждение Правительства Санкт-Петербурга¹. Законодательное Собрание создает законодательные условия для разработки таких документов. Взаимодействие в процессе выработки стратегических решений, на наш взгляд, целесообразно осуществлять на основе создаваемых рабочих групп. В состав такой группы должны входить представители законодательных и исполнительных органов государственной власти, ответственных за данное направление, представители крупных и малых организаций сферы торговли и взаимосвязанных с ней сфер деятельности, общественных организаций, учебных и научно-исследовательских институтов.

Согласование интересов стейкхолдеров может осуществляться через профильные комиссии, созданные для предварительного рассмотрения и подготовки вопросов, относящихся к компетенции ПКПЭС, и экспертный совет – совещательный и консультативный орган, призванный решать вопросы развития различных областей рынка в Санкт-Петербурге и подготовки предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы. Одновременно могут создаваться профильные экспертные советы и рабочие группы для целенаправленного рассмотрения узкоспециализированных вопросов. Членами экспертного совета, как правило, являются специалисты в определенной области или заинтересованные лица – предприниматели, которые утверждаются на очередном заседании ПКПЭС. Роль экспертных советов при государственных структурах достаточно значима, так как люди, которые туда входят, – специалисты и (или) теоретики (ученые) высокого уровня, и их предложения основываются как на практическом опыте, так и на теоретических знаниях, что помогает в выработке оптимальных решений.

В 2004 г. был создан Общественный совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга, что явилось важным шагом в диалоге бизнеса и власти. В него входят представители различных общественных организаций, поддерживающих и отстаивающих интересы предпринимателей. В 2005 г. были созданы структурные подразделения Общественного совета при Главах администраций районов для координации действий в области предпринимательства.

Состояние и перспективы развития торговли в значительной степени определяются результативностью работы Правительства Санкт-Петербурга. В состав Правительства Санкт-Петербурга входят вице-губернаторы, которые назначаются Губернатором по согласованию с Законодательным Собранием Санкт-Петербурга [4].

Один из вице-губернаторов Санкт-Петербурга отвечает за решение вопросов экономического развития, налоговой, финансовой, промышленной и научно-технической политики, развития потребительского рынка, бюджетными вопросами, а также обеспечивает взаимодействие Правительства Санкт-Петербурга с органами и организациями, осуществляющими деятельность в данной сфере. Помимо этого, в связи с участившимися случаями рейдерства создана межведомственная комиссия при Правительстве Санкт-Петербурга по вопросам экономической безопасности, возглавляемая этим же вице-губернатором, с контролирующими полномочиями.

Правительство Санкт-Петербурга формирует исполнительные органы власти. На развитие предпринимательства в торговле непосредственно влияет деятельность следующих комитетов:

- экономического развития, промышленной политики и торговли (КЭРППиТ);
- по управлению городским имуществом (КУГИ);
- финансов.

КЭРППиТ образован для разработки и реализации государственной социально-экономической политики в Санкт-Петербурге, определения методов государственного регулирования экономики, организации и межотраслевой координации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга по вопросам функционирования государственного сектора экономики Санкт-Петербурга, внутренней торговли, сферы услуг и тарифной политики.

Для эффективной реализации стратегического процесса федеральные органы государственной власти Российской Федерации должны внести изменения в Федеральный закон о торговле и стратегию развития торговли Российской Федерации. Необходимо особое внимание уделить продаже продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции, в структуре которых преобладает импорт. Значительная доля импорта по некоторым группам товаров обусловлена не только ассортиментной политикой ритейла, но и неразвитостью рынка этих товаров, отсутствием достаточного предложения. Это относит-

¹ Прим. авт. Стратегия торговли Санкт-Петербурга на долгосрочную перспективу, на наш взгляд, должна утверждаться Законодательным Собранием Санкт-Петербурга.

ся, прежде всего, к мясной, рыбной и плодоовощной продукции. Преобладание импорта среди продуктов питания наносит ущерб продовольственной безопасности России.

Правительство Санкт-Петербурга на основе принятых законов Санкт-Петербурга о торговле и ярмарках, а также всесторонних консультаций с заинтересованным предпринимательским сообществом и представителями общественности должно подготовить проект стратегии развития торговли в Санкт-Петербурге. Мы убеждены, что только после этого нормативно-правового акта можно разрабатывать программы и формировать планы развития торговой деятельности в крупном мегаполисе.

Важным является также выявление полного перечня существующих проблем в сфере торговли и создание механизмов, позволяющих их решить.

Взаимоувязанная, совместная с заинтересованными сторонами и поэтапная реализация комплекса мер по различным направлениям, осуществляемая органами государственной власти при всесторонней поддержке населения, позволит, на наш взгляд, обеспечить эффективную работу экономической системы российского государства.

Предприниматели и банковские институты. Предпринимательство в сфере торговли в рамках выбранной рыночной ниши должно способствовать эффективному функционированию бизнеса с учетом интересов стейкхолдеров, а также требований современных стандартов корпоративной социальной ответственности региона. Для этого необходимы:

- интеграция новых взаимовыгодных видов деятельности предприятий-производителей и торговли, не входящей в крупные торговые сети;
- развитие сети независимых продавцов;
- использование дистанционных форм торговли;
- разработка системы стимулирования и мотивации;
- объединение в общественные организации и другие союзы;
- разработка и наличие собственных антикризисных программ.

Мероприятия, перечисленные в рамках каждого блока, детализируются и координируются с учетом возможности взаимной поддержки и непротиворечивости. При таком подходе к формированию региональной стратегии развития торговли обеспечивается комплексность решения стержневых задач в сфере торговли на основе ресурсного синергизма. Реализация мер по обеспечению работы предприятий торговли сможет создать условия для привлечения профессионалов, которые способны эффективно развивать предприятия и сферу торговли в целом, а также формировать адекватные стратегии, программы и планы фирм. Открытость коммерческих предприятий позволит создать положительный имидж фирмы на внутреннем и внешнем рынках, облегчит получение кредитов на развитие на выгодных условиях, снизит внутренние конфликты сотрудников и возможные судебные издержки в связи с разногласиями и обманом, который присущ современной торговле.

Банковский сектор, инвесторы и кредиторы также должны участвовать в выработке механизмов регулирования торговой деятельности региона, так как именно от них зависят кредиты и инвестиции, необходимые как для первоначального развития бизнеса, так и для его успешного развития. Наличие стратегии развития торговли в регионах будет являться определенным сигналом для указанных стейкхолдеров в разработке совместных программ с предпринимателями в приоритетном направлении для региональных органов власти, что будет положительным образом сказываться в развитии региона.

Стоит отметить, что обсуждение каких-либо нормативно-правовых актов в области предпринимательства и торговли без участия предпринимателей или с участием определенной стороны, например, крупного сетевого ритейла, может привести к негативным последствиям и лоббированию интересов отдельного круга лиц.

Общественные организации. В Санкт-Петербурге действует множество организаций, которые созданы для поддержки предпринимательства, доведения до органов власти своих предложений по регулированию административных барьеров развитию бизнеса. Среди них можно выделить Санкт-Петербургскую Торгово-промышленную палату, ОПОРУ РОССИИ, Ассоциацию малого бизнеса в сфере потребительского рынка, Санкт-Петербургский Союз предпринимателей, Санкт-Петербургское отделение «Деловой России», Купеческий клуб Санкт-Петербурга, Северо-Западный центр поддержки малого и среднего бизнеса, НП «Содружество», профсоюзы и др. Некоторые из перечисленных организаций отстаивают интересы потребительского рынка. Есть организации, в которых имеются профильные подразделения по сферам деятельности. Наличие такого количества организаций говорит о широком спектре интересов, участников рыночного взаимодействия, часто вступающих в противоречие друг с другом и нуждающихся в согласовании.

Как правило, такие организации аккумулируют вопросы и доводят до органов власти информацию не только по частным вопросам, но и о серьезных региональных проблемах, требующих немедленного решения. В связи с этим и органам власти, и предпринимателям необходимо совершенствовать взаимосвязь с такими организациями для выработки единого мнения по различным вопросам, в том числе в сфере потребительского рынка. Необходимо также доводить до предпринимателей информацию о при-

нятых решениях. Указанные организации не должны заниматься простым лоббированием интересов предпринимателей, они должны разрабатывать и содействовать внедрению новых механизмов развития предпринимательства и рынка.

Несмотря на наличие Общественного совета по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга, позволяющего исполнительным органам власти принимать скоординированные решения с учетом мнений малых предпринимателей, в состав которого преимущественно входят представители многих общественных организаций, не все вопросы удается согласовать, что вызывает недовольство малых предпринимателей.

Необходимо совместно с общественными организациями, курирующими вопросы развития торговых предприятий, постараться максимально учесть их мнения или аргументировано обосновать целесообразность реализации противоположных позиций.

Низкий уровень социальной ответственности бизнеса, отсутствие в торговле сложившихся традиций борьбы рядового персонала за соблюдение работодателями прав наемных работников, сформировали ситуацию в данной сфере, которую можно назвать далекой от принципов социальной гармонии. Многочисленные нарушения действующего трудового законодательства, игнорирование интересов многооперативного и вспомогательного персонала в угоду собственной выгоде – достаточно типичная картина для торгового бизнеса. При разработке стратегии и программы развития торговли важную роль должны играть структуры, способные представлять и выражать интересы работников торговли. К ним относятся миграционная служба, Комитет по социальной политике Санкт-Петербурга и профсоюзы в сфере торговли. Такие организации могут дать наиболее взвешенные предложения в области защиты прав трудящихся, они должны выполнять как минимум совещательные функции, а их предложения – носить официальный рекомендательный характер, к которому органы власти должны прислушиваться.

Розничная торговля является одним из субъектов потребительского рынка, услуги которой предназначены для удовлетворения потребностей населения, конечным звеном товародвижения. В этом случае результаты деятельности розничной торговли непосредственно зависят от способности бизнеса удовлетворять потребности населения. В процессе разработки стратегии выразителями интересов потребителей являются различные общественные организации. На территории Санкт-Петербурга существует несколько общественных организаций по защите прав потребителей, например, ОМО (Общественная межрегиональная организация) «Наши права потребителей», Санкт-Петербургское общество защиты прав потребителей, общество защиты прав потребителей «Диалог» и др. Такие организации могут предъявлять претензии, подавать жалобы и иски по собственной инициативе в интересах неопределенного круга потребителей или по поручению одного потребителя, группы потребителей. Услуги таких организаций – платные, что существенно снижает их социальную функцию, особенно в отношении граждан с небольшим уровнем дохода. Представители организаций защиты прав потребителей способны указать на наиболее часто возникающие жалобы граждан, решение которых можно учесть в стратегии торговли (потребительского рынка) Санкт-Петербурга после утверждения основного проекта документа.

Общественность – потребители. Очень многое зависит и от самого общества. Последние тенденции показывают недоверие общества к власти. При каких-либо выявленных нарушениях в сфере торговли многие не верят, что смогут реально защитить свои права, что также порождает «грязную» коммерцию. Это также связано и с менталитетом россиян. Будучи гражданами Советского Союза, практически никто не мог и подумать о некачественном питании в магазинах, так как существовали «строгое» законодательство и партийная ответственность. Советские люди не привыкли постоянно жаловаться и отстаивать свои права, многие функции были возложены на государство, которое справлялось со своими обязанностями. Например, в Законе РСФСР [5] в ст. 69 «Вредительство» предусматривалось «за действие или бездействие, направленное к подрыву промышленности, транспорта, сельского хозяйства, денежной системы, торговли или иных отраслей народного хозяйства, а равно деятельности государственных органов или общественных организаций с целью ослабления Советского государства, если это деяние совершено путем использования государственных или общественных предприятий, учреждений, организаций, либо путем противодействия их нормальной работе – лишение свободы на срок от восьми до пятнадцати лет с конфискацией имущества».

К переходу от социализма к капитализму россияне оказались не готовы. Зарубежный опыт показывает, что при покупке некачественного товара в Европе потребитель самостоятельно обращается в соответствующие органы (организации), что ведет к серьезным санкциям для продавца. Даже сам потребитель готов сразу же обратиться в соответствующие органы. Граждане России во многом еще пока надеются на государство, которое их сможет защитить, и очень медленно перестраиваются на новый ритм жизни. Для этого необходимо проводить общественные кампании, призванные сделать сферу торговли привлекательной для молодежи, разъяснить со школы суть предпринимательства, объяснять, как правильно вести свое дело и защищать свои права. Торговля должна быть направлена не просто на перепродажу товаров, а на оказание услуг по удовлетворению потребителей качественными товарами и ведению цивилизованного, честного и благородного бизнеса. Люди должны научиться защищать свои права, об-

рающаяся в надзорные ведомства, которые, в свою очередь, обязаны незамедлительно реагировать. Общественное самосознание должно стимулировать предпринимателя предлагать качественные продукты по доступным ценам. Потребители должны отказываться от посещения (бойкотировать) соседних предприятий, реализующих низкокачественные товары. Потребители и их мнение о предлагаемых нововведениях должны быть существенным сигналом при принятии тех или иных норм.

Особое внимание стоит уделить научному сообществу, в частности, профильным высшим учебным заведениям (вузам), где уровень обучения несколько оторван от реальности. В данном направлении необходима последовательная работа по модернизации среднего профессионального и высшего образования, создание механизмов государственного регулирования, при которых крупный и малый бизнес в сфере торговли и услуг могли бы совместно разрабатывать программы обучения, что могло бы создать условия для подготовки высококвалифицированных специалистов, способных практически сразу решать различные задачи в сфере торговли. Тем не менее, даже сейчас, органам государственной власти необходимо привлекать преподавателей вузов и колледжей, готовящих специалистов в сфере торговли, для разработки соответствующих стратегии, программ и планов.

Заключение

Сложившаяся практика показывает, что органы государственной власти Санкт-Петербурга не учитывают в достаточной степени мнения предпринимателей. Общественный совет при Губернаторе Санкт-Петербурга [6] старается объединять общественные организации, в большей степени лояльные к Правительству Санкт-Петербурга, что не позволяет учитывать в полной мере мнения предпринимателей или давать им аргументированные объяснения и приводит к социальной напряженности. Высшие учебные заведения также не всегда привлекаются в достаточной степени к разработке основных положений планов и программ в сфере торговли и предпринимательства.

Эффективное взаимодействие региональных органов власти в области стратегического планирования с профессиональными объединениями, общественными организациями, другими представителями субъектов рынка позволит разработчикам стратегии развития торговли в максимальной степени выразить весь спектр интересов предпринимателей и согласовать их с интересами населения города. Грамотное регулирование государством сферы торговли поможет устранить конфликтные зоны развития бизнеса, что позволит эффективно развивать экономику региона, обеспечить его население товарами и услугами, отвечающими мировым стандартам. Актуальным представляется также принятие антикризисных мер государственного регулирования сферы торговли, которые помогут нейтрализовать негативные последствия ведения коммерческой деятельности в условиях кризиса.

Литература

1. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D1%85%D0%BE%D0%B%D0%B4%D0%B5%D1%80>, свободный. Яз. рус. (дата обращения 11.02.2010).
2. «Устав Санкт-Петербурга» от 28.02.1998.
3. Постановление Законодательного Собрания Санкт-Петербурга от 14.04.1999 №78 «О структуре Законодательного Собрания Санкт-Петербурга».
4. Закон Санкт-Петербурга от 06 июля 2009 года №335-66 «О Правительстве Санкт-Петербурга».
5. Закон РСФСР от 27.10.1960 «Об утверждении уголовного кодекса РСФСР (вместе с «уголовным кодексом РСФСР»).
6. Постановление Губернатора Санкт-Петербурга «Об Общественном совете по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга» от 11 октября 2007 года №51-пг.

- Луговской Роман Андреевич* – Санкт-Петербургский торгово-экономический институт, кандидат экономических наук, ассистент, rlugovskoy@yandex.ru
- Соловьев Денис Викторович* – Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, старший преподаватель, 9218964588@mail.ru
- Сысоев Виталий Юрьевич* – Законодательное Собрание Санкт-Петербурга, помощник депутата, 9136434@mail.ru