

Я. Ю. Орленко,
к. е. н., докторант, Донецький державний університет управління

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОЖИВЧОЇ І КОМЕРЦІЙНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Розкрито методичні засади організації споживчої і комерційної експертизи в системі забезпечення продовольчої безпеки, проаналізовано загрози продовольчої безпеки в умовах кризи, запропонована модель інформаційно-експертної система відбору перспективних проектів.

In article is described methodical bases of the organization consumer and commercial examination in system of ensuring food security are opened, threats of food security in the conditions of the crisis are analysed, the offered model is information — expert system of selection of perspective projects.

Ключові слова: державна політика продовольчого забезпечення, продовольча безпека, якість товарів, підприємництво, споживча експертиза, комерційна експертиза.

ВСТУП

Велика частина харчових продуктів споживається людиною щодня, величезна кількість людей зайнята їх збутом. Звідси висока питома вага трудовитрат не лише при виробництві, але і під час руху продукції від виробника до споживача. Для реалізації харчової продукції потрібна розгалужена збутова мережа — як оптова, так і роздрібна, — оскільки ця продукція швидко псується і важко транспортується. Ці особливості харчової продукції необхідно враховувати при організації маркетингової діяльності переробних підприємств і формуванні логістичних систем, що охоплюють усі стадії руху товару. Логістичний підхід зумовлює необхідність впровадження системи інтегрованого управління і експертизи усієї номенклатури продукції, що поступає у виробництво, а також готових товарів, що поставляються споживачеві.

РЕЗУЛЬТАТИ

Якість товарів — одна з вузлових проблем української економіки, яка відображується на усіх сторонах життєдіяльності суспільства упродовж ряду століть. У той же час низька якість товарів — одна з істотних причин нинішньої економічної і соціальної кризи, іміджу українських підприємств і авторитету країни у світовій спільноті.

Через відставання науково-технічного рівня харчових галузей від досягнутого промислово розвиненими країнами за рівнем переробки сировини, продуктивністю праці, ступенем механізації, техніко-економічним показниками устаткування, якістю, асортиментом і

дизайном продукції, страждає не лише обсяг виробництва основних продуктів харчування, але і рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції, яка витісняється на внутрішньому ринку імпортною.

Послаблення державного регулювання торгівлі різко посилює негативні тенденції в обслуговуванні покупців: відсутність контролю за асортиментом, якістю товарів, товарним сусідством, режимом роботи підприємств, торгівлею товарами повсякденного попиту. Грубо порушується закон про захист прав споживачів.

В Україні склалася нестерпна ситуація з якістю споживчих товарів і потрібні екстраординарні заходи щодо її зміни в кращу сторону, особливо в плані створення оптових продовольчих ринків.

Екологічна забрудненість продуктів харчування разом з дефіцитом білка тваринного походження і незамінних амінокислот впливає, на думку ряду учених, на скорочення середньої тривалості життя населення, викликає патологічні відхилення у новонароджених. Саме з урахуванням погіршення екологічної обстановки і якості живлення, проблеми комплексної комерційної експертизи безпеки харчової продукції видаються не менш важливими, ніж проблеми подолання спаду і збільшення обсягів виробництва.

Ряд фахівців, аналізуючи хід реформування вітчизняної економіки і відмічаючи стрімке зростання цін і спад виробництва, а також “товарну інтервенцію”, дуже критично ставляться до того, що ринок все сильніше наповнюється імпортними товарами. В той же час аналіз показує, що у споживачів високий попит має імпортне борошно, каші й інші хлібопродукти, які добре упаковані



Рис. 1. Модель інформаційно-експертної система відбору перспективних проектів

і зручні в приготуванні. Тому потрібні об’єктивні методи експертизи якості споживчих властивостей товарів на усіх рівнях управління АПК і економікою в цілому.

Проблема якості і комерційної експертизи хлібопродуктів також тісно пов’язана із збалансованістю імпорту і внутрішнього виробництва зерна. Для виробництва стандартного борошна потрібна пшениця з відносно високим вмістом сирової клейковини задовільної якості. В Україні і раніше вирощували мало пшениці сильних сортів, а останніми роками через високу вартість азотних добрив і засобів захисту рослин, їх питома вага в загальному обсязі виробництва не досягає і 5%, а в закупівлях трохи перевищує, що на порядок менше необхідних потреб. Тому поки неможливо обійтися без імпорту якісного зерна.

Розв’язання продовольчої проблеми в Україні багато в чому залежить від рівня ефективності функціонування зернового господарства, що визначається такими критеріями, як врожайність зернових культур, якість і асортиментна структура зерна, трудомісткість і величина витрат виробництва, розмір прибутку від реалізації зернопродуктів. Особлива роль у розв’язанні цієї проблеми належить системі заходів з підвищення якості і покращення переробки зерна. Резервами поліпшення якості зерна, цінності його споживчих (продовольчих) властивостей є розширення посівів, підвищення врожайності і якості твердих і сильних сортів пшениці. Проблему якості зерна, як правило, розглядають в

декількох аспектах: порівняльна продовольча і інша цінність споживчих властивостей культур, якісні показники по сортах і усередині сортів.

Розрахунки фахівців показують, що за рахунок вдосконалення технології і організації зберігання і переробки, а також скорочення втрат можна добитися надбавки в ресурсах споживання до 20%, а по деяких видах продукції — до 30%. Щорічні втрати зерна тільки через подовження термінів прибирання, при сушці і зберіганні складають 25%. Крім того, зерно неефективно використовується при виробництві кормів, що незбалансовані за вмістом білка; його перевитрата складає близько 20% валового збору.

У результаті низького технологічного рівня і якості землеробства хлібопекарська промисловість переробляє близько 50%, а окремі регіони країни до 90% пшеничного борошна зі зниженими хлібопекарськими властивостями. За останні 3—4 роки якість зерна і борошна значно погіршала, а сільськогосподарське виробництво опинилося в глибокій кризі. Пшениця, що придатна за якістю клейковини, а також натурі, для виробництва стандартного сортового борошна, дефіцитна в країні вже тривалий час. Цей дефіцит постійно перекиривався імпортом, який також не завжди в якісному вигляді надходить на хлібопекарські підприємства.

У зв’язку з новими умовами господарювання, прийняттям рішень з урахуванням чинників невизначеності в різних сферах людської діяльності, закономірно реанімується інтерес до експертизи. Симптоматично, що поняття “експертиза” знайшло віддзеркалення в Законі “Про захист прав споживачів”, відповідно до якого громадські об’єднання споживачів мають право “здійснювати незалежну експертизу якості і безпеки товарів (робіт, послуг)”, а також брати участь за дорученням споживачів при проведенні експертиз по фактах порушення прав споживачів. Розрізняють більше десятка різновидів експертизи: науково-технічна (у галузі науки і техніки), гігієнічна (у сфері гігієни), діагностика (у виробничих системах), аудит (у фінансовій і бухгалтерській сфері), функціонально-вартісний аналіз тощо. Априорі можна помітити, що в приведеній класифікації не вистачає, принаймні трьох видів експертиз: комерційної (у комерційній діяльності); споживчої (на споживчому ринку); логістичної (у логістичних системах).

Розвиток ринкових відносин в Україні сприяв відродженню зацікавленості до експертних систем, які, на думку фахівців, в найближчій перспективі гратимуть провідну роль в усіх фазах проектування бізнесу, розробки, виробництва, розподілу товарів, продажу і надання послуг.

У термінологічному словнику по логістиці вказано, що вже функціонує ряд експертних систем, що застосовуються в логістиці: в Японії для діагностики роботи автоматизованого складу, управління транспортуванням вантажів, управління краном, розміщення вантажів на складі. Пропонується інформаційно-експертна система

відбору перспективних проектів, принципова схема якої представлена на рис. 1.

Критерії відбору проектів, що закладаються в систему, можуть бути використані і розвинені при комерційній експертизі. Проект потрібний у зв'язку з нестачею продуктів харчування і потребою поліпшення їх якості, а також у зв'язку з потребою покращення упаковки і дизайну харчової продукції.

У вітчизняній і зарубіжній практиці впродовж тривалого часу використовувалися методи товарознавчої експертизи товарів. Термін “товарознавство” походить від слів “товар” і “знання” і означає діяльність по вивченню товарів, формуванню їх асортименту і якості [1, с. 212—213]. Споживчі властивості товарів складають предмет особливої дисципліни — товарознавство, яку ми розглядаємо в роботі як комплексну наукову дисципліну, яка включає системи наукових знань, методів та практичних заходів, спрямованих на формування та розвиток асортименту та якості товарів з метою максимального задоволення потреб.

У розвитку товарознавства виділяють три етапи, що визначаються еволюцією промислового виробництва товарів.

Перший етап — з середини XVI до початку XVIII ст. — товарознавчо-описовий, на якому основна увага приділялася опису властивостей і способів використання різних видів товарів.

Другий етап — з початку XVIII ст. до першої половини XX ст. — товарознавчо-технологічний, на якому в основному вивчався вплив технологічних чинників (властивостей сировини, матеріалів і технології виробництва) на якість товарів.

Третій етап — з початку XX ст. і до теперішнього часу — товарознавчо-формулюючий, де головним завданням є розробка наукових основ формування, оцінки і регулювання споживчих властивостей, якості і асортименту товарів.

У товарознавстві розглядаються такі питання, як стандартизація, класифікація і кодування товарів, принципи управління асортиментом, вимоги до товару, їх споживчі властивості і показники якості, чинники формування якості товарів і його збереження, види і засоби інформації про товар, оцінка якості і системи управління якістю товарів. З перерахованих проблем бачимо, що багато аспектів товарознавства знаходять віддзеркалення в роботах по управлінню якістю продукції.

В умовах переходу до цивілізованого ринку фахівцями відзначається необхідність вдосконалення стандартів і нормативних документів, що характеризують якість зерна, з метою спрощення взаємин постачальників і споживачів. Доцільно сформулювати систему регламентованих показників для широкого кола учасників ринку, тим паче, що в нього вступають підприємці, багато хто з них не знайомий з цими проблемами [2, с. 155]. Багато керівників, фахівці, фермери недостатньо знають систему державної і міжнародної стандартизації, не завжди керуються стандартами і технічними умовами у виробництві

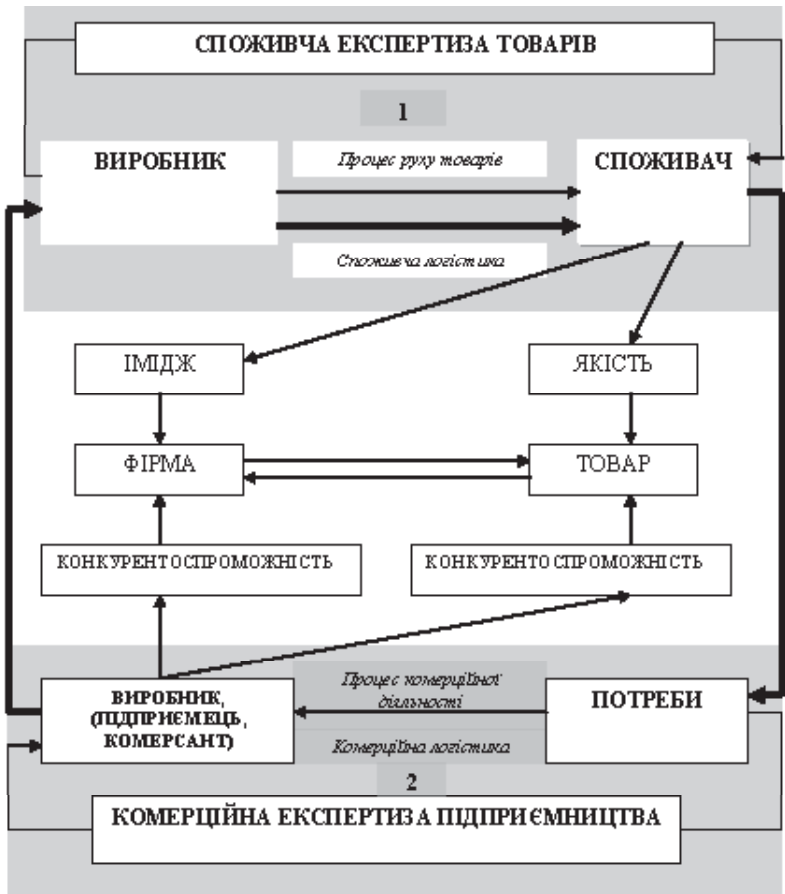


Рис. 2. Принципова схема логістичної системи організації експертизи

зерна і хлібопродуктів. У сучасних умовах всім суб'єктам ринку хлібопродуктів, особливо сільськогосподарським підприємствам, потрібні служби експертизи якості і споживчих властивостей продукції. Ці служби, які можуть бути організовані у формі лабораторій, консультаційних фірм, незалежних експертів, принесуть велику користь. При цьому важливо враховувати непідготовленість агрономів, економістів, фермерів, брокерів, власників пекарень і магазинів до оцінки якості зерна і продуктів його переробки. Товарознавча ж оцінка, в самій назві якої відображаються рецидиви недалекого минулого, усе більш повинна поступатися місцем комерційній експертизі споживчих властивостей, визначення якої більше відповідає ринковим відносинам.

З етимологічної точки зору термін “експертиза” запозичено з французької — expertise. Він є похідним від латинського expertus — досвідчений. Поняття “експертиза” є широковживаним і визначається як “розгляд, дослідження якої-небудь справи, якогось питання з метою зробити правильний висновок, дати правильну оцінку відповідному явищу” [3].

У широкому розумінні експертиза — це дослідження, яке проводиться досвідченою особою для відповіді на питання, що вимагають спеціальних (наукових, професійних, дослідних) знань [4].

З приведених визначень експертизи видно явний прогрес руху товару у бік потреб ринку. В той же час видається, що сукупність понять може бути трансформована в систему за допомогою використання логістичного підходу до експертизи товарів.

Таблиця 1. Основні функції споживчої і комерційної експертизи

Об'єкт експертизи	Функції по відношенню до об'єкта	
	споживчої експертизи	комерційної експертизи
Якість товарів	Оцінка, перевірка якості товарів на відповідність нормам	Виявлення чинників формування якості товарів
Конкурентоспроможність товарів	Протидія недобросовісній конкуренції	Розробка і реалізація методів з забезпечення конкурентоздатності товарів
Конкурентоспроможність фірми	Антимонопольне регулювання	Розробка і реалізація методів з забезпечення конкурентоспроможності фірми
Імідж фірми	Оцінка відповідності товарів іміджу фірми	Створення позитивного іміджу фірми

На рис. 2 представлена принципова схема логістичного підходу до розробки експертизи на ринку хлібопродуктів.

Запропонована модель є універсальною і може бути використана стосовно інших груп товарів. Як видно з рис. 2, об'єктом експертизи виступають два інтегровані потоки. Перший потік є процесом руху товарів від виробника до споживача, який практично в усіх роботах по логістиці позначається як об'єкт застосування комплексу методів управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками, тобто методів логістики [5]. Але, насамперед, головним завданням першого інтегрованого потоку є своєчасна доставка до споживача товару необхідної якості. Тому перший потік є об'єктом управління споживчої логістики, а експертиза споживчих властивостей товару, що здійснюється на кожному етапі цього потоку, є споживчою експертизою товарів.

Дійсно, однією з відмітних особливостей сучасного періоду є перехід розвинених країн від так званої індустріальної економіки до сервісної. Особливістю "сервісної" економіки є, насамперед, націленість підприємства на підвищення ефекту корисності, більш повне задоволення специфічних запитів клієнтів, споживачів. Споживча експертиза — це встановлення відповідності споживчих властивостей, якості товарів вимогам безпеки й іншим нормам і визначення допустимості комерційної реалізації товару з метою попередження можливих несприятливих дій товару на здоров'я людини і пов'язаних з ними соціальних, економічних і інших негативних наслідків реалізації товару.

Споживча експертиза товарів певною мірою регламентується законодавством про захист прав споживачів, антимонопольним законодавством, системою сертифікації і контролю якості товарів.

Що стосується Закону про захист прав споживачів, то його призначення, відповідно до назви Закону, — захист прав саме споживачів. Згідно Закону, споживачем є громадянин, що має намір замовити або придбати, або той, що замовляє, купує або використовує товари (роботи, послуги) виключно для особистих (побутових) потреб, не пов'язаних з отриманням прибутку [6]. Головне в споживчій експертизі — дотримання, забезпечення, захист інтересів споживачів, комплексна підтримка споживчого ринку товарів і послуг.

Але в сучасній ринковій економіці суспільство також зацікавлене в підтримці виробника, підприємця, комерсанта, від професіоналізму яких залежить забезпечення інтересів споживача. Тому другий потік являє собою процес комерційної діяльності (комерційну логістику) від вивчення, виявлення потреб, формулювання бізнес-

ідеї до створення або реструктуризації комерційного підприємства. Враховуючи, що розвиток ринку зерна і хлібопродуктів пов'язаний зі значним зростанням кількості підприємців (фермерів, власників хлібопекарень, в т. ч. великої кількості міні-пекарень, торговців, посередників), що не мають за плечима великого практичного досвіду з базової підготовки, кожен етап процесу комерційної діяльності потребує експертизи умов і чинників успішного бізнесу. В цілому

ж комерційна логістика супроводжується комплексом методів комерційної експертизи підприємництва.

Комерційна експертиза — це оцінка можливостей і визначення факторів підвищення ефективності комерційної діяльності, встановлення відповідності планованої господарської діяльності цілям отримання прибутку, а також екологічним та іншим вимогам законодавства з метою попередження можливих несприятливих впливів цієї діяльності на навколишнє природне і соціальне середовище і пов'язаних з ними негативних, для об'єкта комерційної експертизи (підприємця), економічних, соціальних, правових та інших наслідків функціонування комерційного підприємства.

При фокусуванні стосунків суб'єктів ринку на фірму переважаюче місце в системі інтересів займає підприємець, який заклопотаний передусім пошуком і реалізацією методів забезпечення конкурентоспроможності фірми. Споживач же, в принципі, байдужий до інтересів виробника по відношенню до фірми. Але імідж фірми (який входить до системи чинників, що визначають її конкурентоспроможність) впливає на формування і стійкість довіри до неї споживача, через що він віддає перевагу товарам саме цієї, а не іншої фірми. У зарубіжній практиці діяльність зі створення позитивного іміджу фірми називають "паблік релейшнз" і, як правило, в неї включають роботу фірми і відповідних організацій (консалтингових центрів, фондів підтримки підприємництва тощо) з підвищення безпеки продукції для споживача, впровадження екологічно чистих технологій, соціального благополуччя працівників, проведення добродійних акцій тощо [7, с. 184].

Основні особливості функцій споживчої і комерційної експертизи по відношенню до якості товару, конкурентоспроможності товару, конкурентоспроможності фірми, іміджу фірми представлені в табл. 1.

З урахуванням специфіки логістичного підходу та на підставі загальних принципів експертизи, нами виділені наступні основні принципи логістичної експертизи.

1. Системність експертизи: вона як вид діяльності повинна охоплювати усі стадії комерційної і споживчої логістики і є елементом (підсистемою) логістичної системи.

2. Зворотний зв'язок в експертизі: контроль якості експертних висновків шляхом зіставлення з еталонами і нормами.

3. Регулярність експертизи і спадкоємність в її проведенні шляхом: принципу зворотного зв'язку, систематичного врахування експертних висновків, формуван-

ня потенційних кандидатів в експерти і вдосконалення системи експертизи.

4. Гласність експертизи за допомогою широкої публікації: переліку організацій, що здійснюють експертизу; списків експертів; керівників і відповідальних осіб державних і місцевих органів, що приймають рішення; документів, що регламентують організацію і діяльність основних суб'єктів експертизи; інформацію про роботу науково-методичних центрів експертизи; переліку експертиз, що проводяться; результатів і матеріалів експертизи (за винятком конфіденційної інформації, спеціально обумовленої в законодавстві і нормативних актах).

5. Рівність стартових умов для об'єктів експертизи: прийняття замовлення на експертизу незалежно від масштабів, фірм власності і фінансового стану комерційних підприємств.

6. Незалежність експертів і процедури підготовки експертних висновків від процедур його замовлення і застосування результатів замовником.

7. Зняття "конфлікту інтересів" у суб'єктів експертизи через протипоказання до участі конкретних суб'єктів експертизи у виконанні тих або інших функцій в процесі її проведення: експерти не повинні брати участі в експертизі об'єктів, з представниками яких склалися стосунки, що дозволяють представити їх як спільність або конфлікт інтересів. Експерти не повинні оцінювати проекти (фірми, товари тощо) підприємств, в яких вони працюють, а також такі, автори яких конкурують з експертом у рамках одного джерела ресурсів. Експерти не повинні оцінювати діяльність організацій, з якими у них є комерційні зв'язки.

8. Персоніфікація експертів: експерт, в першу чергу, є фахівцем відповідного рівня і профілю, а лише потім представником якої-небудь конкретної організації.

9. Відповідальність суб'єктів експертизи: відповідальність експерта як за свої висновки, так і за використання конфіденційної інформації отриманої їм при проведенні експертизи.

ВИСНОВКИ

Отже, об'єктом захисту за допомогою споживчої експертизи є споживач, а об'єктом підтримки комерційної експертизи — виробник (підприємець, комерсант). Але інтереси споживача і виробника збігаються на двох головних діючих елементах ринку — товарах і фірмі. Проте слід мати на увазі і певні відмінності в інтересах

споживача і виробника. У фокусуванні на товарі споживача передусім цікавить якість товару, а виробника — конкурентоспроможність товару у порівнянні з іншими конкурентами. Виробник, як показує практика, може поставити товар незадовільної якості, але цьому протидіє система споживчої експертизи товарів, що включає виконання законодавства про захист прав споживачів, антимонопольного законодавства, сертифікацію товарів. Таким чином, основне завдання логістичної експертизи полягає в тому, щоб ув'язати у гармонізовану систему і збалансувати інтерес споживача і виробника при пріоритеті інтересів споживача.

Література:

1. Болотников А.А. Товароведение. Часть I: Курс лекций. — 2-е изд., перераб. и доп. — К.: МАУП, 2001. — 216 с.

2. Степень Р.А. Экология: Экологические проблемы товароведения: учеб. пособие [для студ. высш. учеб. заведений] / Р.А. Степень, В.Н. Паршикова. — М.: Академия, 2004. — 240 с.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2003. — С. 257.

4. Волчецкая Т.С. Основы судебной экспертологии: учеб. пособ. — Калининград: Изд-во КГУ, 2004. — С. 6.

5. Сопрунюк П.М., Юзевич В.М., Луців Н.В. Математична модель забруднень озера неконсервативними речовинами // Відбір і обробка інформації. — 2008. — Вип. № 29 (105). — С. 67—72.

6. Закон України "Про захист прав споживачів" № 3682-XII від 15.12.93 // ВВР України. — 1994. — № 1. — Ст. 1.

7. Карамішев Д.В. Концепція інноваційних перетворень: міжгалузевий підхід до реформування системи охорони здоров'я (державно-управлінські аспекти): [моногр.] / Д.В. Карамішев — Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2004. — 304 с.

Стаття надійшла до редакції 09.08.2012 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА: "САММІТ", "ІДЕЯ", "БЛІЦ ІНФОРМ", "KSS", "МЕРКУРІЙ", "ПРЕСЦЕНТР", "ВСЕУКРАЇНСЬКА ПЕРЕДПЛАТНА АГЕНЦІЯ", "ФЛОРА", "ПЕРІОДИКА", "КОБЗАР", "ДІАДА", "ДОНБАС ДЕ-ЮРЕ", "ДІЛОВА ПРЕСА", "ФАКТОР"