

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет правничих наук  
Кафедра суспільного врядування

**Магістерська робота**  
освітній ступінь – магістр

на тему: «ДОКАЗОВА ТОРГОВА ПОЛІТИКА ЩОДО ЗАПОБІГАННЯ  
НЕДОБРОСОВІСНИХ ПРАКТИК В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК ХАРЧОВИХ  
ПРОДУКТІВ»

Виконав: студент 2-го року навчання,  
спеціальності 281 «Публічне управління  
та адміністрування»

Мацейко Андрій Сергійович

Керівник: Кілієвич Олександр Іванович,  
доцент

Рецензент: Осташко Тамара Олексіївна  
зав. відділу секторальних прогнозів та  
кон'юнктури ринків ДУ «Інституту  
економіки та прогнозування» НАН  
України, чл.-кор. НААН України, д.е.н.,  
с.н.с.

Магістерська робота захищена  
з оцінкою «\_\_\_\_\_»

Секретар ЕК \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

Київ 2020

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОКАЗОВОЇ ПОЛІТИКИ У ВНУТРІШНІЙ ТОРГІВЛІ	8
1.1 Доказової політика як тренд в процесі вироблення державної політики	8
1.2 Застосування аналізу політики при формуванні та реалізації політики	13
1.3 Інституалізація державної політики у внутрішній торгівлі	18
РОЗДІЛ 2. ТОРГОВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	30
2.1 Сучасні тенденції на ринку роздрібною торгівлі в Україні	30
2.2 Характеристика ланцюгів поставок продуктів харчування та відповідної державної політики	37
2.3 Закордонний досвід державного втручання у функціонування ланцюгів поставок	42
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	60
3.1 Доказова база та обґрунтування державного втручання у функціонування ланцюгів поставок	60
3.2 Проект Концепції державної політики щодо запобігання дії недобросовісних торгових практик в ланцюгах поставок	75
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	93

## ВСТУП

*Актуальність обраної теми* полягає в тому, що важливу роль у забезпеченні населення необхідною кількістю харчових продуктів відповідної якості відіграє ланцюг поставок харчових продуктів. В його рамках відбувається взаємодія між підприємствами та їх постачальниками з метою виробництва, переробки та продажу кінцевому споживачу. Така взаємодія включає в себе різних учасників ринку, види робіт, інформації, ресурсів, які необхідні для отримання продукту в кінцевому вигляді у замовника. В Україні цей ланцюг спрощено можна представити наступним чином: постачальник сировини – виробник (обробка, переробка) – розповсюджувач продуктів харчування – роздрібний продавець – кінцевий споживач. Часто, у вирощуванні сировини задіяні домогосподарства або ж фермерства, що представляють мікро- та мале підприємство. Переробкою сировини та виробництвом готової продукції частіше всього займаються малі або ж середні підприємства. В розповсюдженні та торгівлі готовою продукцією найбільшу питому вагу займають середні та великі компанії. Можна зробити припущення, що за такої структури, постачальники мають слабшу переговорну позицію та економічну залежність від покупців.

Після подій 2013-2014 років, анексії та окупації територій російською федерацією і закриттям нею своїх ринків, вітчизняні виробники продуктів харчування опинились в складному становищі. Ринок російської федерації був одним з основних для збуту продуктів харчування українського виробництва. Втративши доступ до цього каналу збуту, виробники повинні були шукати інші шляхи реалізації. За таких умов, вітчизняні розповсюджувачі продуктів харчування, а особливо національні торговельні мережі, змогли набути більшої переговорної сили. З врахуванням погіршення економічної ситуації, ця сила постійно зростала і досягла рівня, коли покупці отримали можливість впливати на ціну та інші суттєві умови поставок, що дало змогу перекласти більшу частину комерційних ризиків на постачальників. Таким чином, розповсюджувачі харчових продуктів набули ринкової влади, що є класичною неспроможністю ринку і являється підставою для державного втручання.

Зловживаючи ринковою владою, великі торговельні підприємства почали використовувати недобросовісні торговельні практики. Використання зазначених практик дало змогу перекласти комерційні ризики не пов'язані з реалізацією продуктів харчування на економічно залежних постачальників, які зазвичай є меншими учасниками ринку. Недобросовісні торговельні практики призводять до більших витрат та менших доходів ніж очікувались, що в свою чергу позбавляє можливості інвестувати в удосконалення виробництва та технологічність продукції. Це стає причиною перевиробництва, не раціонального використання енергоресурсів, людського потенціалу та збільшення забруднення навколишнього середовища. Така ситуація сприяє зниженню ефективності роботи підприємств і, відповідно, всього ланцюга поставок харчових продуктів.

Технологічне оснащення вітчизняних підприємств потребує модернізації та оновлення. Для цього необхідно інвестувати фінансові ресурси у закупівлю обладнання. Проте через негативний вплив недобросовісних торговельних практик, втрачається така можливість. Це призводить до зменшення рівня конкурентоздатності товарів, що випускаються та виходу виробника з ринку. Застосування недобросовісних торговельних практик та негативний вплив від них набули такого розповсюдження на ринку харчових продуктів, що загрожує існуванню виробничих підприємств як таких.

Держава намагається вирішити неспроможність ринку вже тривалий час. В 2015 році Антимонопольний комітет України виніс рішення, за яким було викрито картельну змову найбільших торговельних мереж та охарактеризовані договірні особливості роботи постачальників з ними. Відповідно до рішення, на торговельні мережі накладались великі суми штрафів та до сих пір вони не стягнуті, а кожний фігурант справи в судовому порядку його оскаржує. Це демонструється неспроможність влади до вирішення проблеми.

Отже, проблемою, що розглядається в роботі, одночасно є неспроможністю ринків до саморегуляції та інституційної неспроможності влади до забезпечення справедливої конкуренції в ланцюгах поставок продуктів харчування.

*Метою роботи* є зміна інституційних умов функціонування ланцюгів поставок продуктів харчування в напрямку забезпечення більш конкурентного поля, справедливого розподілу ризиків між його учасниками, посилення їх самодостатності та забезпечення високо рівня продовольчої безпеки України.

Для досягнення мети роботи були поставлені такі *завдання*:

- Охарактеризувати теоретико-методологічні засади доказової політики у внутрішній торгівлі та її інституалізацію в Україні;
- Проаналізувати сучасний стан роздрібної торгівлі в Україні та ланцюгів поставок продуктів харчування;
- Встановити основні недобросовісні торговельні практики, що застосовуються у внутрішній торгівлі в Україні;
- Дослідити основні механізми державного втручання в сферу ланцюгів поставок в Європейському Союзі;
- На основі аналізу неспроможностей ринку та влади обґрунтувати необхідність змін інституційних умов функціонування ланцюгів поставок;
- Запропонувати концепцію державної політики стосовно ланцюгів поставок.

*Об'єктом дослідження* є недобросовісні торговельні практики в ланцюгів поставок харчових продуктів.

*Предметом дослідження* обрано доказову державну політику стосовно ланцюгів поставок харчових продуктів.

*Методи дослідження.* Для досягнення мети та завдань дослідження було використано загальнонаукові прийоми досліджень, а саме: синтезу й узагальнення – при вивченні теоретико-методологічних засад доказової політики у внутрішній торгівлі України; економіко-статистичний – під час аналізу сучасного стану роздрібної торгівлі в Україні; опитування – в ході встановлення



основних недобросовісних практик між учасниками ланцюгу поставок; індукції та дедукції – для характеристики відносин учасників ланцюгів поставок продуктів харчування; історичний – при дослідженні механізмів державного втручання в сферу ланцюгів поставок в ЄС.

Дане дослідження використовує результати зустрічей з діючими на момент написання роботи підприємств, що виготовляють харчові продукти і вже на основі цих даних визначається необхідність державного втручання. Результати роботи мають суттєве практичне значення, адже в ній аналізується реальна ситуація на ринку, вивчається національний та міжнародний досвід. Такий підхід дає змогу вирішити поставлену проблему з мінімальним втручанням держави у господарську діяльність суб'єктів господарювання.

В роботі особливу увагу приділено вивченню досвіду та методів державного втручання на рівні Європейського Союзу. В першу чергу це обумовлено тим, що в Конституції України закріплений стратегічний курс на вступ в ЄС та НАТО та держава ратифікувала Угоду про асоціацію з ЄС. Враховуючи це, в майбутньому необхідно буде проводити гармонізацію законодавства з нормами Європейського Союзу. В другу чергу, за останні кілька років основним торговим партнером стали країни європейської спільноти, що свідчить про зближення наших ринків. Кінцевим результатом має стати долучення до єдиного європейського ринку.

Практичне значення результатів роботи полягає в розробці рекомендацій органам влади щодо державної політики в ланцюгах поставок харчових продуктів з метою подолання неспроможності ринку та влади. Пропонується реалізовувати політику в двох напрямках. Перший передбачає здійснення ряду законодавчих обмежень для нормалізації діючої ситуації на ринку. Це дасть змогу справедливо перерозподілити комерційні ризики між учасниками ланцюгу відповідно до їх сфери відповідальності. Другий напрямок передбачає системну роботу державних органів разом з представниками всіх зацікавлених сторін з метою створення механізмів саморегуляції в цій сфері. Такі механізми

повинні дозволяти відстоювати свої інтереси всім учасникам ринку. За умови ефективної роботи таких механізмів неспроможність ринку буде подолана та зникне необхідність в державному регулюванні.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОКАЗОВОЇ ПОЛІТИКИ У ВНУТРІШНІЙ ТОРГІВЛІ**

### **1.1 Доказової політика як тренд в процесі вироблення державної політики**

Як відомо, державна політика – це обраний владою курс дій, спрямований на вирішення суспільно важливої проблеми. В останні десятиліття набув поширення новий підхід до вироблення державної політики, який ґрунтується на посиленій увазі до аналізу даних, фактів, пошуку доказів при розгляді проблем політики, аналізі її середовища та стейкхолдерів. Для нашої країни особливу вагу має підхід, який ґрунтується не на поверхневому аналізі політики, що спрямований на короткостроковому задоволенні потреб певних олігархічних груп, а на фактологічному підході для вирішення суспільно важливих проблем. «Традиційно застосування методології доказових фактів передбачає посилену увагу (шляхом опрацювання відповідної інформації, доказів, свідчень) до (1) аналізу проблем для державної політики, (2) аналізу середовища, в якому формується й реалізується політика, й (3) аналізу заінтересованих сторін (стейкхолдерів). Це означає не тільки збирання всіх численних фактів, які стосуються проблем, середовища й стейкхолдерів, але їх глибоку перевірку на достовірність, встановлення численних причинно-наслідкових зв'язків між подіями, що турбують владу або суспільство (симптомами), й причинами появи цих негативних симптомів.» [1]

Такий підхід називається доказова політика або політики, що заснована на доказах. «Політика, заснована на доказах – система цілей, заходів, засобів та дій, яка вироблена системно й раціонально на основі всебічного аналізу й наукового опрацювання статистичних, соціологічних, наукових, порівняльних та інших даних, що в сукупності підтверджує правильність обраного курсу. На всіх етапах такої політики значна увага приділяється обґрунтованості, доказовості визначення суспільної проблеми, постановки цілей, установлення завдань, заходів, показників результативності тощо.» [2]



Для вирішення поставлених перед державою задач використовують різні підходи до аналізу політики. Так одним з останніх трендів аналізу є доказова політика, яка ґрунтується на фактичних даних та строго встановлених доказах. [3] В ході проведення такого аналізу висувуються припущення щодо дієвості тих чи інших заходів для розв'язання проблеми, вивчається досвід інших країн по її вирішенню та здійснюється науково обґрунтований висновок чи будуть ефективними заходи по вирішенню проблеми. Отже, доказова політика «спрямована на отримання відповіді на питання, як працює запропонована політика та звідки ми знаємо чому вона працює». [4] Важливою відмінністю доказової політики є ґрунтування не лише на теоретичних знаннях, а й доказах отриманих з практичного досвіду.

Ключовим етапом вироблення політики являється правильність визначення проблеми. Від того, наскільки точно та конкретно буде визначена проблема залежить ефективність визначених політикою заходів по її вирішенню. Проблема повинна здійснювати негативний вплив на розвиток суспільства. Досить часто, аналітик визначає симптом проблеми за саму проблему і тим самим прирікає політику на провал.

Після остаточного формулювання проблеми необхідно визначити декілька варіантів вирішення проблеми – альтернатив політики. Вони повинні бути взаємовиключними та рівноцінними. В подальшому необхідно провести їх оцінювання. Для оцінки використовують універсальні критерії: результативність, ефективність, справедливість, політична здійсненність, адміністративна здійсненність. [5]

В рамках доказової політики результативність «це міра досягнення проголошених цілей політики, яка показує, наскільки результати наблизились до задекларованих цілей». [3] Ефективність доказової політики це «співвідношення між затратами та досягнутими результатами, яке може вимірюватись як в натуральних показниках (продуктивність праці), так і у вартісних – якщо можливо дати грошову оцінку всім затратам та результатам – тоді це

співвідношення між вигодами та витратами». [3] Тобто, результативність та ефективність показують наскільки раціональною є витрата ресурсів для вирішення проблеми, а також які переваги надає її вирішення.

Методологічні підходи до доказової політики мають застосовуватись в усіх напрямках державної політики, зокрема регуляторної.

Держава має широкий спектр можливостей по регулюванню тих чи інших сфер життя своїх громадян. Це стосується майже всіх сфер побуту людини та її професійної діяльності. Більшість встановлених стандартів, правил, вимог є продуктами регуляції держави тих чи інших сфер. Це стосується стандартів якості продуктів харчування, безпечності дитячи іграшок, класів екологічної безпечності транспортних засобів, напруги та частоти електричної мережі, кількості сидячих та стоячих місць в громадському транспорті, кількості та періодичність проведення щеплень та багато іншого. Всі ці та багато інших вимог та обмежень мають на меті забезпечити певний мінімальний рівень якості та безпечності життя громадян, а також забезпечити можливості для їх розвитку.

Регуляторна політика направлена на накладення обмежень на суб'єктів з метою забезпечення певного рівня конкуренції у випадку, якби суспільство могло отримати шкоду від необмеженої конкуренції. Така політика покликана забезпечити рівність сторін за рахунок обмеження дій домінуючої. Регулювання може виражатись у вигляді встановлення загальних правил поведінки, захисту прав споживачів, надання вигід одним за рахунок інших. [6]

В даній роботі розглядається та регуляторна діяльність держави, що, насамперед, направлена на встановлення вимог та правил в торговельній сфері. А саме, велику увагу приділяється економічним зв'язкам між учасниками ланцюгу поставок продуктів харчування.

Державне регулювання в економічній діяльності необхідне, в тому числі і для компенсації недосконалості конкуренції на ринку. Оскільки, ринок часто позбавлений ідеальної конкуренції, то споживачі не завжди усвідомлюють наслідки вживання небезпечних продуктів або ж працівники, що погоджуються

виконувати небезпечну роботу, можуть не до кінця усвідомлювати наслідки своїх дій. [7].

В таких випадках держава може вдаватись до цінового регулювання або ж встановлення прямого контролю над діяльністю. В першому випадку, здійснюється регулювання шляхом встановлення податків на певні товари або групи товарів. Наприклад, акцизи на алкоголь та сигарети з метою зниження їх споживання. Іноді держава може встановлювати максимальні ціни на соціально важливі групи товарів. Таке регулювання покликано зменшити негативний вплив на споживачів тих, чи інших товарів або послуг, або ж забезпечити доступність певних товарів для незахищених верств населення.

У випадку прямого контролю над діяльністю, держава вчиняє з метою обмеження дій, що пов'язані з неспроможностями ринку. Так, в умовах набуття ринкової влади суб'єктами в певній сфері може призвести до порушення конкуренції та спричинити суттєвого збитку іншим учасникам ринку, споживачам та державі загалом. Обмеження значення ринкової влади є одним з основних завдань антимонопольної політики держави. Встановлення монополії може призвести до контролю з її боку над цінами, зниження якості, доступності та різноманітності товарів, що призведе до економічних збитків суспільства. У випадку накладання обмежень на монополію суспільство може отримати додаткові переваги, як то підвищення доступності, постійне вдосконалення продукту, зростання його якості та ін. за умов дотримання умов конкуренції на ринку.

Антимонопольне та економічне регулювання далеко не завжди може призвести до абсолютно ефективного ринку з досконалою конкуренцією. Проте, застосовуючи економічні інструменти можна привести ринок до наближеного стану.

Відповідно до вільного підприємництва, кожному учаснику дається право вільно приймати та втілювати власні рішення щодо ведення діяльності. Ці рішення охоплюють широкий спектр, як от види діяльності (торгівля,

посередництво, виробництво, переробка і таке інше), групи товарі та їх види, цінова політики підприємства, регіон ведення діяльності, вибір постачальників та багато іншого. В свою чергу, уповноважені органи влади ухвалюють рішення, як от встановлення рівня податків, визначення напрямку розвитку сільського господарства та інших сфер економіки, рівень видатків на соціальний захист населення, оборону країни, рішення, що направлені на стимулювання тих чи інших сфер економіки. Все це здійснює суттєвий вплив на поведінку суб'єктів підприємництва.

Відповідно до [8], регулювання визначається як «накладання державою певних обмежень, які підтримуються загрозою застосування санкцій, на свободу вибору рішень окремих осіб або організацій».

Державна влада неспроможна регулювати кожне рішення, оскільки навіть у держави не достатньо ресурсів для контролю та моніторингу всіх підприємств та споживачів. Наскільки б інтенсивно держава не займалась регулюванням, дуже важливу роль відіграють ринкові сили. Гарним цьому прикладом є Радянський Союз, в якому була сформована регульована державою економіка, так звана планова. Не дивлячись на те, що обсяги виробництва товарів та ціни на них встановлювались державою, ринком визначалась ефективна ціна. У випадку недостатності якогось товару, за ним вишиковувались всім відомі черги. Ефективна ціна цього товару складалась з суми грошей, що необхідно було заплатити та вартості часу, що необхідно було витратити в чергах за товаром.

Регуляторний процес можна розділити на три основні стадії:

- на першому етапі розробляється законодавство, яким безпосередньо буде здійснюватися регулювання. Його розробкою займається законодавець. Т.я. положення законодавчого акту напряму вплинуть на поведінку підприємців та споживачів, а також може вплинути на їх прибутки та добробут, то приймається, що вони намагатимуться вплинути та лобіюватимуть свої інтереси в процесі розробки закону чи акту. Також, важливу роль тут можуть мати професійні

спілки, тому що співробітники відповідної галузі, в якій планується державне регулювання, скоріш за все зазначають впливу.

- На другому етапі відбувається визначення органу, що буде здійснювати безпосереднє впровадження та контроль за дотриманням прийнятого закону або ж акту. На даному етапі першу роль перебирає на себе виконавча влада, хоча роль підприємств та споживачів залишається досить вагомою. Також, важливо виявити потенційно нових учасників ринку, які можуть з'явитись в результаті впровадження регуляції.

- Третій етап не завжди має місце, та все ж таки в міжнародному досвіді досить часто зустрічається - етап дерегуляції. Даний етап свідчить про те, що регуляція виконала свою функцію та вже не здатна покращити ситуацію в сторону більш ефективної роботи ринку та справедливої конкуренції. Або ж витрати на регуляцію не співставні з позитивним ефектом від неї.

Економічне регулювання необхідне для подолання неспроможності ринку, які мають місце на практиці, та сприяє збільшенню суспільного добробуту. Неспроможності ринку можуть бути спричинені природною монополією, зовнішніми ефектами чи іншими джерелами.

За умов відсутності регулювання природної монополії, ціни встановлюються на рівні, що значно перевищує рівень граничних витрат. Це пояснюється тим, що підприємство має на меті отримання максимального прибутку. За таких обставин не може забезпечуватись алокативна ефективність, за якої забезпечується ціна на ринку, що наближається до граничних витрат. Регулювання в сферах з зовнішніми ефектами дає змогу досягти суспільно сприятливого розподілу ресурсів.

## **1.2 Застосування аналізу політики при формуванні та реалізації політики**

Наука про державну політику (*Policy Science*) включає в себе дві складові: дослідження політики та аналіз політики. Дослідження політики стосується академічної діяльності, тоді як аналіз політики це прикладна суспільна наука, яка

застосовується в якості методології підготовки рекомендацій органам влади при формуванні та реалізації державної політики. Отже, дослідження політики шляхом первинного вивчення проблем дає змогу в цілому зрозуміти та сформулювати весь процес вироблення політики. Зазвичай це входить в сферу інтересів науковців. Аналіз політики більше стосується безпосередньо людей, що на практиці займаються виробленням та впровадженням політики. Він включає підготовку рекомендацій щодо урядових рішень для вирішення тієї чи іншої проблеми. [9]

«Аналіз політики - процес і процедури вироблення рекомендацій органам влади про найкращі серед можливих варіанти дій, які розв'язують суспільні проблеми, про оцінювання, моніторинг результатів цих дій». [10]

Аналіз політики застосовується на всіх етапах циклу політики. На першому етапі оцінюється фактичний стан справ, застосовується так званий позитивний аналіз. На цьому етапі досліджується реальний стан речей та здійснюється прогноз розвитку подій. Після цього, аналітику необхідно порівняти отримані результати позитивного аналізу з суспільними цінностями та визначити цілі політики. Після встановлення цілей політики, необхідно здійснити їх поглиблене вивчення за процедурами аналізу політики: формулювання очікуваних результатів політики та альтернативних варіантів політики. На основі попередніх етапів здійснюється вибір політичного рішення. Обирається найкращий варіант політики для вирішення суспільної проблеми.

Аналіз може здійснюватися до прийняття рішення або ж після. Після прийняття рішення аналіз здійснюється для визначення які зміни відбулись внаслідок впровадження обраного владою варіанту політики.

В залежності від розставлених акцентів, аналіз політики може бути політичним, економічним та юридичним. В рамках економічного аналізу політики досліджуються причини неспроможності ринкових механізмів вирішити проблему, визначається ефективність та результативність політики та аналіз регуляторних впливів.

Під час дослідження причин неспроможності ринкових механізмів вирішити проблему потрібно обґрунтувати необхідність державного втручання та оцінити їх ризики. При визначенні ефективності та результативності необхідно обрати показники та методи їх оцінювання (як приклад – метод вигід і витрат).

В економічній теорії за ідеалізованої економіки неможливе покращення становища одного суб'єкта, щоб не погіршилось становище будь-якого іншого. Про це говорить принцип рівноваги за Парето. За ідеально конкурентної економіки ціни встановлюються на такому рівні, що на всіх ринках обсяги попиту та пропозиції рівні.[11]

«Неспроможність ринку – ситуація, коли нерегульований ринок не може спрацювати ефективно (тобто коли розміщення ресурсів, обсяги виробництва благ і/або ціни не відповідають умовам ефективності ринку)». [10] Тобто, по суті неспроможності ринку є ситуаціями, що не дають досягнути досконало конкурентної економіки. Такі ситуації можуть бути через неспроможність ринку спрацювати ефективно, з огляду на соціальні, моральні та політичні чинники.

Спрацювати ефективно ринку заважають такі чинники:

- існування ринків з неповною конкуренцією;
- існування природних монополій;
- існування суспільних благ;
- існування зовнішніх ефектів;
- брак або асиметричний розподіл інформації.

Конкуренція одна з основних умов ринкової економіки, що забезпечує суперництво між учасниками ринку за споживача та спонукає до технічного та технологічно розвитку в цій боротьбі. Вона спонукає виробників до ефективного використання своїх ресурсів з метою виробництва якісніших товарів або послуг. Також, конкуренція сприяє наближенню цін до рівня граничних витрат, що забезпечує для споживача найбільшу вигоду від споживання.



У випадку, якщо один з учасників ринку може встановлювати або одноосібно впливати на ціну, то це означає, що він набув ринкової влади. В такому випадку порушується конкуренція і говорять, що такий ринок є ринком з неповною конкуренцією.

З точки зору позитивного аналізу конкуренція забезпечує ефективне функціонування економіки в цілому. В той самий час, з боку нормативного аналізу вона є цінністю, що забезпечує учасникам ринку економічні права та свободи у підприємницькій діяльності, виборі споживача та робочого місця. [10]

З метою захисту конкуренції держава встановлює її правила, недопущення узгоджених дій та концентрації, контролює недопущення порушень встановлених обмежень та накладає санкції за їх порушення.

Існують ринки на яких ефективніше задовольняються потреби споживачів за умови відсутності конкуренції, що обумовлюється економією на масштабі. Такі ринки називаються природними монополіями. В таких ситуаціях держава повинна приділяти багато уваги для забезпечення балансу між потребами споживачів та встановленими цінами на товари чи послуги.

Ще однією причиною неспроможності ринку є суспільні блага, які надаються всім споживачам незалежно від інших, їх надання наступному споживачу не потребує додаткових витрат та не можуть бути поділені між споживачами. Такі блага можуть бути загальнодержавними, місцевими та глобальними. Через відсутність конкуренції у споживанні виникає питання щодо фінансування виробництва таких благ. Кожен учасник прагне уникнути сплати та примусити інших оплатити виробництво суспільного блага.

Також, зустрічаються ситуації коли учасники ринку впливають на інших економічних агентів, що не є учасниками цього ринку. Такі впливи називають зовнішніми ефектами та бувають позитивними і негативними.

Велика кількість учасників ринку оперують різними даними та між ними може виникнути асиметрія інформації. Це призводить до того, що учасник ринку приймає неефективне рішення через брак інформації вважаючи його

ефективним. Неспроможність ринку тут полягає в нездатності своєчасного забезпечення всіх учасників ринку достатньою інформацією щодо властивостей, справжньої собівартості та справедливої ціни на товар або послугу. Це може призвести до вигоди діяти одній стороні на шкоду іншій або мотив до укладання угоди є лише в сторони з гіршими властивостями. [10]

Суспільне уявлення про справедливість включає розподіл між індивідуумами благ і доходів. Якщо ринок не в змозі забезпечити справедливість в такому розподілі, то це називається неспроможність ринку з огляду на соціальні чинники. Для аналізу політики основною проблемою тут є встановлення суспільного уявлення про справедливість та використовується нормативний аналіз.

З огляду на моральні чинники, державою визначаються достойні та недостойні блага. Достойні блага є бажаними і держава сприяє їх споживанню, а недостойні – небажаними і, відповідно, держава запобігає їх споживанню. Виходячи з цього, держава може втручатись в економічну поведінку учасників ринку.

Неспроможність ринку з огляду на політичні чинники полягає в тому, що саморегульований ринок не може забезпечити інтереси політичних груп, тобто інтереси меншин або груп впливу, що підлаштовують ринкові умови під себе.

Окрім неспроможності ринку мають місце неспроможність влади, що означає її нездатність забезпечити ефективний ринок та його саморегуляцію.

Причинами цього, згідно [10], можуть бути:

- недостатня поінформованість органів влади;
- нездатність забезпечити дотримання регуляторних рішень;
- брак контролю влади з боку суспільства;
- недосконалість політичних процесів;
- низький рівень розвитку політичних інституцій та компетенції політиків.

При формуванні та реалізації політики слід враховувати неспроможності ринку (при обґрунтуванні необхідності державного втручання) та влади (при оцінці ризиків, тобто неуспішності такого втручання).

### **1.3 Інституалізація державної політики у внутрішній торгівлі**

Постановою Кабінету Міністрів України від 20.12.1997 року №1449 було затверджено Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України. Як зазначено в документі, «Стратегічною метою державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі має бути формування і стабілізація споживчого ринку для задоволення соціальних потреб і недопущення соціального напруження суспільства шляхом активізації комерційних відносин між товаровиробниками, продавцями і споживачами на всіх етапах переміщення товарів, підвищення ефективності правового захисту цих відносин з боку держави і створення більш сприятливого інвестиційного клімату у цій сфері»[12]. У Розділі II. «Аналіз сучасного стану розвитку внутрішньої торгівлі» зазначено, що на той час типовим є процес деформації ринку внутрішньої торгівлі, а саме «не досягли ефективного рівня ринкові механізми взаємодії окремих ланок єдиного циклу "дослідження - виробництво – реалізація - споживання". Особливо слабким виявився взаємозв'язок торгівлі і вітчизняного виробництва, що потребує серйозної структурної перебудови і функціональної переорієнтації торгівельної сфери».[12] Не дивлячись на великий проміжок часу, що минув з того часу, в 2020 році залишається актуальним не ефективність циклу "дослідження - виробництво - реалізація - споживання". Це виражається в несправедливому розподілі ризиків між учасниками ринку, особливо в ланці між виробництвом та реалізацією.

Наступним кроком в намаганнях врегулювання відносин в сфері внутрішньої торгівлі стала постанова Кабінету Міністрів України від 24.06. 2009 р. № 632, якою була прийнята «Програма розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року». Характеризуючи стан внутрішньої торгівлі того часу зазначається про впровадження торгівельних технологій, що відповідають

європейським стандартам. Починають діяти «торговельні мережі, що здійснюють торгівлю під однією торговельною маркою, дотримуються єдиної стратегії діяльності, мають єдиний центр управління, координації та контролю, власний розподільний склад» [13]. Серед проблемних питань зазначається «збільшення товарообороту між оптовими торговельними підприємствами, що призводить до зростання роздрібних цін». [13] Однією з стратегічних цілей стало «урегулювання відносин, пов'язаних з організацією та функціонуванням роздрібних ринків, створення умов для продажу сільськогосподарської продукції безпосередньо її виробниками» [13]. Першими двома заходами по виконанню програми стали розробка концепції та безпосередньо проекту Закону України від 10.11.2011 р. №9443 «Про внутрішню торгівлю». 13 лютого 2013 року проводились громадські обговорення запропонованого проекту закону на яких представники громадського та приватного секторів заявили про недоцільність прийняття окремого закону. Ними було запропоновано прийняття змін в діючі законодавчі акти щодо проблемних питань замість єдиного закону, що регламентував би внутрішню торгівлю. Міністерство економічного розвитку, спільно з Радою підприємців при Кабінеті Міністрів України, розробили Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі», положення якого повинні були вирішити питання:

- врегулювання взаємовідносин між постачальниками та суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю;
- планування розміщення об'єктів торгівлі та їх облік;
- розвитку малого та середнього підприємництва;
- посилення відповідальності за порушення правил торгівлі та торгівлю у нестворених місцях;
- впорядкування дистанційної торгівлі;
- заборони продажу алкогольних напоїв на розлив поза закладами ресторанного господарства;

- підтримки роздрібного продажу алкогольних напоїв та тютюнових виробів у спеціалізованих місцях торгівлі.

Зазначений законопроект не був націлений на комплексний підхід в сфері регулювання внутрішньої торгівлі і взагалі був знятий з обговорення на робочій групі при Міністерстві економічного розвитку через «домінуючий лобістський вплив на законопроектну роботу з боку підприємницьких кіл і відсутність належного наукового її обґрунтування» [14].

Пропонується розглянути основні положення діючих законів та інших нормативно-правових актів, що стосуються державної політики в сфері внутрішньої торгівлі.

В статті 42 Конституції України зазначено, що «Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом.» [15]

Стаття 92 встановлює, що правила конкуренції та норми антимонopolного регулювання визначаються виключно законами України.[15]

Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [16] визначено поняття державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності як «напрямок державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України». [16] Тобто даний напрям державної політики спрямований на дерегуляцію в сфері господарських відносин, вдосконалення законодавства в цій сфері, а також відносин суб'єктів господарювання з державними органами.

Регуляторна діяльність визначена як «діяльність, спрямована на підготовку, прийняття, відстеження результативності та перегляд регуляторних актів, яка здійснюється регуляторними органами, фізичними та юридичними особами, їх об'єднаннями, територіальними громадами в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією України, цим Законом та іншими нормативно-правовими актами». [16] Тобто, регуляторна діяльність є постійним неперервним процесом з метою підвищення ефективності державної політики в сфері господарської діяльності. Результативність оцінюється за показниками, що були задекларовані при прийнятті регуляторного акту.

В статті 4 [16] визначені принципи регуляторної політики, якими є доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість та врахування громадської думки. З врахуванням цих принципів, регуляторна політика держави повинна бути обґрунтованою та відкритою для всіх зацікавлених сторін, форми регулювання та втручання повинні відповідати потребі у вирішенні проблеми, за умови найменших витрат ресурсів забезпечувати максимальний позитивний ефект, надавати можливість суб'єктам планувати свою діяльність у відповідності до державної політики.

Діючий Закон України «Про захист економічної конкуренції» [17] визначає термін економічна конкуренція як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку». [17]

Законом визначається, що «малий та середній підприємець - суб'єкт господарювання, доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній фінансовий рік чи вартість активів якого не перевищує суми, еквівалентної 500 тисячам євро, визначеної за курсом Національного банку України, що діяв в останній день фінансового року, якщо на ринках, на яких діє цей підприємець, є конкуренти із значно більшою ринковою часткою». [17]

Відповідно до Закону, він регулює взаємовідносини Держави, що представлені відповідними повноважними органами, та учасників ринку, учасників ринку між собою та з споживачами або ж з іншими суб'єктами господарювання у зв'язку з економічною конкуренцією. Цей Закон «застосовується до відносин, які впливають чи можуть вплинути на економічну конкуренцію на території України.» [17]

В п.2 Статті 4 [17] сказано, що «Суб'єкти господарювання, органи влади, органи місцевого самоврядування, а також органи адміністративно-господарського управління та контролю зобов'язані сприяти розвитку конкуренції та не вчиняти будь-яких неправомірних дій, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію».

Контроль за дотриманням норм законодавства по захисту економічної конкуренції, захист інтересів учасників ринку та споживачів здійснюється органами Антимонопольного комітету України. В свою чергу, органи влади, місцевого самоврядування, адміністративно-господарського управління та контролю зобов'язані сприяти Антимонопольному комітету України у його діяльності по захисту економічної конкуренції. Також Антимонопольний комітет України наділений повноваженнями по наданню рекомендаційних роз'яснень по застосуванню даного Закону.

Відповідно до Розділу II Закону [17], антиконкурентними узгодженими діями вважаються узгоджені дії, що призвели чи можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції. Також в цьому Розділі вказується, що антиконкурентними узгодженими діями є узгоджені дії, які мають відношення до:

- «1) встановлення цін чи інших умов придбання або реалізації товарів;
- 2) обмеження виробництва, ринків товарів, техніко-технологічного розвитку, інвестицій або встановлення контролю над ними;



3) розподілу ринків чи джерел постачання за територіальним принципом, асортиментом товарів, обсягом їх реалізації чи придбання, за колом продавців, покупців або споживачів чи за іншими ознаками;

4) спотворення результатів торгів, аукціонів, конкурсів, тендерів;

5) усунення з ринку або обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб'єктів господарювання, покупців, продавців;

6) застосування різних умов до рівнозначних угод з іншими суб'єктами господарювання, що ставить останніх у не вигідне становище в конкуренції;

7) укладення угод за умови прийняття іншими суб'єктами господарювання додаткових зобов'язань, які за своїм змістом або згідно з торговими та іншими чесними звичаями в підприємницькій діяльності не стосуються предмета цих угод;

8) суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин.» [17]

Деякі узгоджені дії можуть бути дозволені Антимонопольним комітетом України, «якщо їх учасники доведуть, що ці дії сприяють:

- вдосконаленню виробництва, придбання або реалізації товару;
- техніко-технологічному, економічному розвитку;
- розвитку малих або середніх підприємств;
- оптимізації експорту чи імпорту товарів;
- розробленню та застосуванню уніфікованих технічних умов або стандартів на товари;
- раціоналізації виробництва». [17]

В п.3 Статті 10 [17] Кабінету Міністрів України надаються повноваження надавати дозвіл на проведення узгоджених дій, навіть якщо такий дозвіл не був наданий Антимонопольним комітетом України. В такому разі, ініціаторам узгоджених дій необхідно довести, що позитивні для суспільства наслідки цих дій переважатимуть за наслідки обмеження конкуренції. В даному пункті зафіксована шпарина, яку можуть використовувати впливові суб'єкти

господарювання з метою посилення своєї та послаблення позиції конкурентів. Скориставшись своїм панівним становищем на ринку, такий суб'єкт може вимагати від Кабінету Міністрів України ухвалення позитивного для нього рішення. В такому випадку, рішення фахового органу, що займається захистом конкуренції може бути не прийнятим до уваги, що створює певну небезпеку вибіркового застосування даного Закону.

Відповідно до Закону України «Про недобросовісну конкуренцію» [18] встановлюється, що «недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності». [16] Даний закон застосовується до взаємовідносин, що виникають між суб'єктами господарювання у зв'язку з недоброчесною конкуренцією. Особливістю є те, що він діє навіть на дії вчинені поза межами України, якщо вони можуть негативно вплинути на конкуренцію в середині країни.

Законом визначається поняття «Схиленням постачальника до дискримінації покупця (замовника) є спонукання постачальника конкурентом покупця (замовника), безпосередньо або через іншу особу, до застосування постачальником до покупця (замовника) невігідних умов у господарській діяльності порівняно з цим чи іншими конкурентами покупця (замовника)». [18] Тобто, під поняття схилення постачальника до дискримінації покупця підпадає вимога гарантії найнижчої ціни в порівнянні з іншими учасниками ринку.

Законом України «Про Антимонопольний комітет України» [19] визначається, що «Антимонопольний комітет України є державним органом із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель».

Завдання Антимонопольного комітету України є :

«1) здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання

перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції;

2) контролю за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та дотриманням вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час регулювання цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;

3) сприяння розвитку добросовісної конкуренції;

4) методичного забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції;

5) здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель;

6) проведення моніторингу державної допомоги суб'єктам господарювання та здійснення контролю за допустимістю такої допомоги для конкуренції». [19]

Основними принципами роботи є:

- «- законності;
- гласності;
- захисту конкуренції на засадах рівності фізичних та юридичних осіб перед законом та пріоритету прав споживачів».

Антимонопольний комітет наділений досить широкими повноваженнями, що поділені між трьома сферами:

- контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції;
- контроль за узгодженими діями та концентрацією;
- формування та реалізація конкурентної політики, сприяння розвитку конкуренції, нормативне та методичне забезпечення діяльності комітету.» [19]

Антимонопольний комітет України в своїй діяльності може «розглядати звернення та заяви, проводити розслідувань, запитувати необхідну інформацію, здійснювати догляд майна суб'єктів за необхідністю, вилучати докази, залучати правоохоронні органи, надавати обов'язкові до розгляду роз'яснення, по суті

позбавляти ліцензій, подавати позови до суду, розробляти та давати рекомендаційні роз'яснення нормативно-правових актів, що стосуються захисту конкуренції та контролю за узгодженими діями, конкуренцією». [19]

Важливо відмітити, що охорона особистих та майнових прав працівників Антимонопольного комітету України здійснюється нарівні з працівниками правоохоронних органів.

Отже, можна зробити висновок, що одним з основних пріоритетів роботи Антимонопольного комітету України є забезпечення прав споживачів за умови рівності суб'єктів господарювання (фізичних та юридичних осіб). При цьому, комітет наділений достатньою кількістю та повнотою повноважень для досягнення своїх задач.

Постановою Кабінету Міністрів України №459 від 20 серпня 2014 року «Питання Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства» [20] в п.3 одним з основних завдань визначено, що міністерство бере участь у «формуванні та реалізації державної політики у сфері економічної конкуренції і обмеження монополізму, сприяє розвитку конкурентних відносин».

Наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України №370 від 27 лютого 2020 року затверджено Положення про директорат конкурентної політики. Згідно Положення директорат є самостійним структурним підрозділом міністерства. До завдань Директорату належать:

«- участь у формуванні та реалізації державної політики у сфері економічної конкуренції та обмеження монополізму, сприяння розвитку конкурентних відносин;

- аналіз стану конкурентоспроможності національної економіки;

- визначення напрямів діяльності та розроблення заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки;

- підготовка аналітичних матеріалів з питань економічного розвитку окремих ринків та секторів економіки;

- проведення досліджень щодо наявності регуляторних бар'єрів розвитку економічної конкуренції на ринках та визначення іншої ринкової проблематики, яка стримує розвиток економіки на відповідних ринках;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції, індикативна оцінка рівня конкуренції на ринках;
- аналіз проектів нормативно-правових актів, моніторинг нормативно-правових актів щодо наявності в них державної підтримки суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів з питань, пов'язаних з діяльністю Мінекономіки;
- погодження повідомлень про державну допомогу, підготовлених структурними підрозділами Мінекономіки, а також документів, що стосуються виконання вимог Закону України "Про державну допомогу суб'єктам господарювання" (1555-18);
- унесення пропозицій, у тому числі з урахуванням міжнародного досвіду, щодо вдосконалення законодавства про захист економічної конкуренції та про державну допомогу суб'єктам господарювання, а також нормативно-правових актів з питань конкуренції;
- розроблення та участь у розробленні проектів законів та інших нормативно-правових актів з питань розвитку конкуренції, конкурентної політики, демонополізації економіки, державної допомоги суб'єктам господарювання, здійснення нормативно-правового регулювання питань, що належать до компетенції директорату;
- виконання інших функцій відповідно до покладених на нього завдань». [21]

З метою виконання покладених завдань, Директорат наділений наступними повноваженнями:

- «- отримувати інформацію, документи і матеріали від структурних підрозділів Мінекономіки;
- залучати спеціалістів центральних та місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій (за згодою їх керівників);

- скликати наради та утворювати робочі групи;
- отримувати інформацію, документи і матеріали від центральних органів виконавчої влади, місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій;
- брати участь у нарадах, конференціях та семінарах з питань, що належать до компетенції директорату» [21]

*Висновки до Розділу 1:* У випадку коли спостерігається неспроможність ринку до саморегуляції, держава може вдатись до втручання з метою компенсації недосконалості конкуренції. Таке втручання може здійснюватися регулюванням цін або ж за допомогою безпосереднього втручанням в господарську діяльність суб'єктів господарювання.

Досконала конкуренція є умовою вільного підприємництва, в розумінні якого, кожному учаснику забезпечуються економічні права. Ці права полягають у вільному прийнятті рішень щодо ведення діяльності, стосовно вибору виду діяльності, встановлення цінової політики, вибору постачальників та інше. За умови обмеження конкуренції порушуються економічні права учасників ринку. Це відбувається за наявності неспроможності ринку. В таких ситуаціях від держави вимагається наблизити конкуренцію до стану, коли ринок може функціонувати максимально ефективно.

Загалом втручання держави має три етапи:

1. Розробка законодавства за яким буде здійснюватися регулювання;
2. Безпосередньо контроль за дотриманням встановленого регулювання визначеним органом влади;
3. Дерегуляція, яка рідко зустрічається, втім є не менш важливою за попередні етапи.

Дерегуляцію застосовують коли чинна політика вже не може покращити ситуацію, відповідно вона виконала поставлені перед нею завдання. На думку автора роботи, наявність етапу дерегуляції може свідчити про високу ефективність та результативність запровадженої політики. Адже, якщо ситуація

потребує постійного регулювання, то державна політики вирішує не проблему, а бореться з її симптомами.

В українському законодавстві визначеним органом, що здійснює контроль за дотримання законодавства у сфері конкуренції є Антимонопольний комітет України. Даний орган має спеціальний статус та метою його є державний захист конкуренції в підприємницькій діяльності. Для виконання своїх обов'язків комітет наділений достатніми повноваженнями, щоб проводити об'єктивні розслідування та виносити рішення, проте, на думку автора, правова база та інституційна спроможність органу недостатні для впровадження прийнятих рішень, тобто здійснення безпосередніх контролюючих функцій.



## **РОЗДІЛ 2. ТОРГОВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

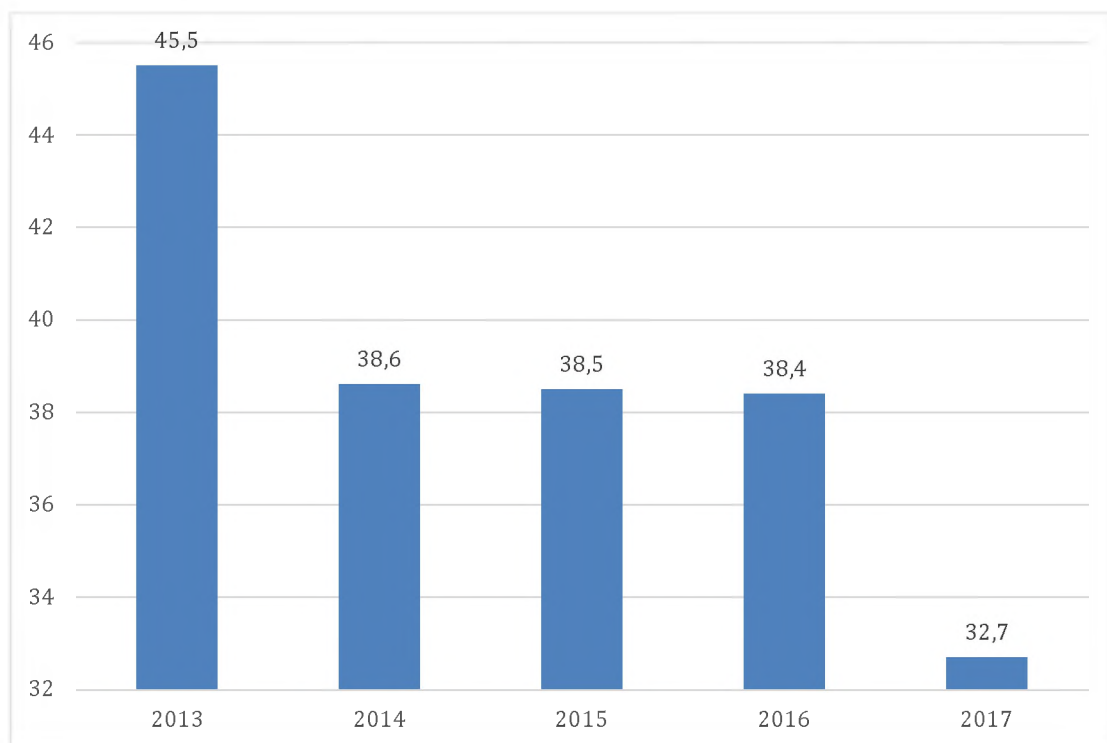
### **2.1 Сучасні тенденції на ринку роздрібної торгівлі в Україні.**

Ринок внутрішньої торгівлі України складається організованого та неорганізованого секторів, кожен з яких має легальну та нелегальну (тіньову) складову. Організований сектор характеризується високим ступенем впровадження організаційно-управлінських форм, тут в основному переважають юридичні особи. В неорганізованому секторі в основному представлені фізичні особи підприємці, які не володіють високою культурною організацією діяльності та впровадження управлінських моделей. Неорганізований сектор створював близько половину загального товарообороту ринку та налічував близько 1,2 млн. учасників. Після прийняття Податкового кодексу їх кількість суттєво зменшилась до 700 тис., а оборот зменшився майже вдвічі – до 27% від загального. Відповідно, організований сектор набув домінуючого становища з 73% національного обороту. [22]

Такий перерозподіл має як позитивні, так і негативні сторони. До позитивних можна віднести, що розвиток організованого сектору дає змогу підвищити якість надання послуг споживачам, запровадити сучасні методи торгівлі та інше. З іншої сторони, ми отримуємо концентрацію на ринку внутрішньої торгівлі, що потенційно несе дуже негативний вплив для галузі в цілому.

Через агресію російської федерації починаючи з 2014 року велика кількість учасників ринку роздрібної торгівлі припинили свою діяльність. Особливо це стосувалось компаній, що здійснювали торгівлю в східних та південних регіонах країни. Найбільшими торговельними мережами, що припинили діяльність за останні роки є Смарт-Холдинг (Амстор) в 2015 році та Український рітейл (Брусничка) в 2019 році. Негативного впливу зазнали не лише великі торговельні мережі, а в першу чергу підприємства торгівлі, що складались з одного або декількох магазинів. Велика кількість дрібних учасників роздрібної торгівлі

припинили свою діяльність, про що свідчать дані Державної служби статистики представлені на діаграмі № 2.1. [23]



Діаграма № 2.1 Зміна кількості магазинів в Україні в 2013-2017 роках.

Джерело: Розроблено автором на основі [23]

Зменшення кількості магазинів було спричинено кількома факторами. В першу чергу, як вже зазначалося вище, це було спричинено окупацією та анексією українських територій російською федерацією. Велика кількість магазинів опинилась на окупованих територіях. Частина магазинів, що входили до торговельних мереж, були відчуженні у власників внаслідок незаконних дій окупаційної влади в Криму та на Донбасі.

Другим суттєвим фактором стало різке зниження курсу національної валюти, істотне падіння ВВП країни, скрутна економічна ситуація, та, як наслідок, суттєве падіння купівельної спроможності населення. Учасники ринку роздрібної торгівлі опинились в тяжких умовах, оскільки платоспроможний попит суттєво звузився. За таких умов, споживачі переглянули свої купівельні вподобання і це призвело до суттєвого зниження об'ємів реалізації. Багато учасників ринку були вимушені припинити свою діяльність.

Продовження діяльності потребувало пошуку постачальників з нижчими закупівельними цінами та зниження прибутковості бізнесу. Таким чином, в зазначених обставинах функціонування ринку роздрібної торгівлі, маленькі магазини та навіть невеликі мережі мають природно слабшу позицію, ніж великі торговельні мережі.

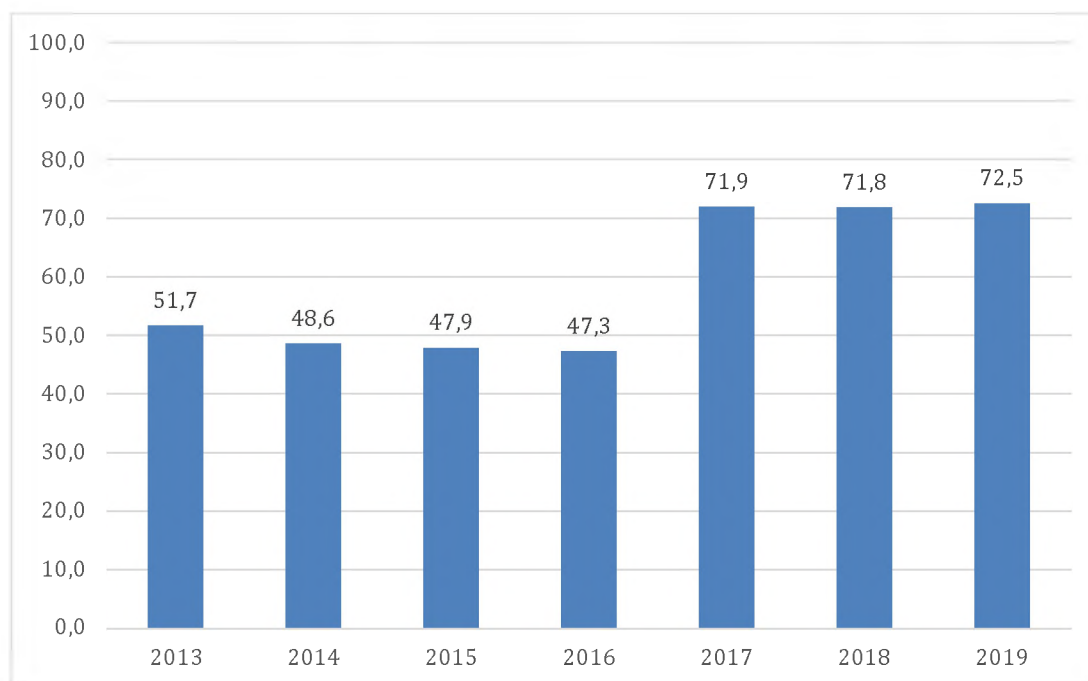
Вище перераховані фактори мали також суттєвий вплив на постачальників, оскільки зменшились об'єми реалізації як на внутрішньому ринку, так і на зовнішніх. Це було пов'язано з тим, що закrywся основний експортний ринок збуту вітчизняних виробників - ринок російської федерації, а частка експорту в країни ЄС була не суттєвою. До того ж, більшість вітчизняних виробників не були готові до експорту в країни ЄС через високі вимоги до якості та безпечності харчових продуктів. Враховуючи сезонну особливість роботи виробників харчової продукції, можна стверджувати, що літом-восени 2014 року склади готової продукції були заповнені, а розмір реалізації знижувався.

За таких обставин великі оператори ринку роздрібної торгівлі мали переваги над іншими через можливість отримувати особливі умови співпраці від постачальників за рахунок ефекту масштабу. Наприклад, нижчі ціни, кращі умови оплати за поставлену продукцію, гарантія найнижчої ціни та інше. Це призвело до збільшення долі ринку роздрібної торгівлі основних гравців та витіснення менших з ринку.

Отримавши лояльні умови від постачальників та зменшення числа конкурентів, торговельні мережі почали інтенсивне зростання товарообороту, кількості магазинів та торговельних площ.

За останні роки юридичні особи, основним видом діяльності яких є роздрібна торгівля, набули ринкової влади в порівнянні з іншими учасниками ринку. Такий висновок можна зробити проаналізувавши дані представлені на сайті Державної служби статистики. [ 23]

Відповідно до діаграми №2.2, частка обсягу реалізації торговельних компаній - юридичних осіб суттєво збільшилась.



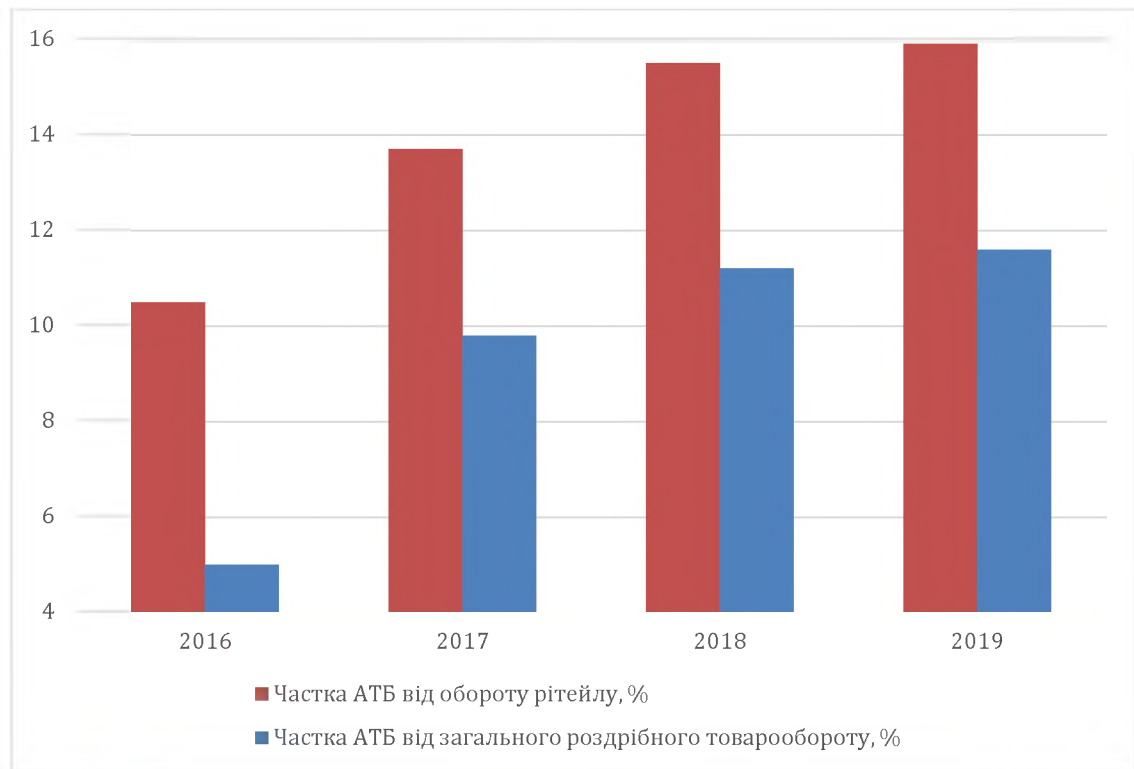
Діаграма №2.2 Частка обсягу реалізації торговельних компаній - юридичних осіб серед загального роздрібного товарообороту.

Джерело: Розроблено автором на основі [23]

В період до 2016 року їх частка в загальній роздрібній торгівлі становила менше або близько половини. Починаючи з 2017 року різко виросла питома вага в загальному роздрібному товарообороті до 70 і більше відсотків.

Така тенденція чітко прослідковується на зміні обороту лідерів, таких як АТБ і Фоззі Груп.

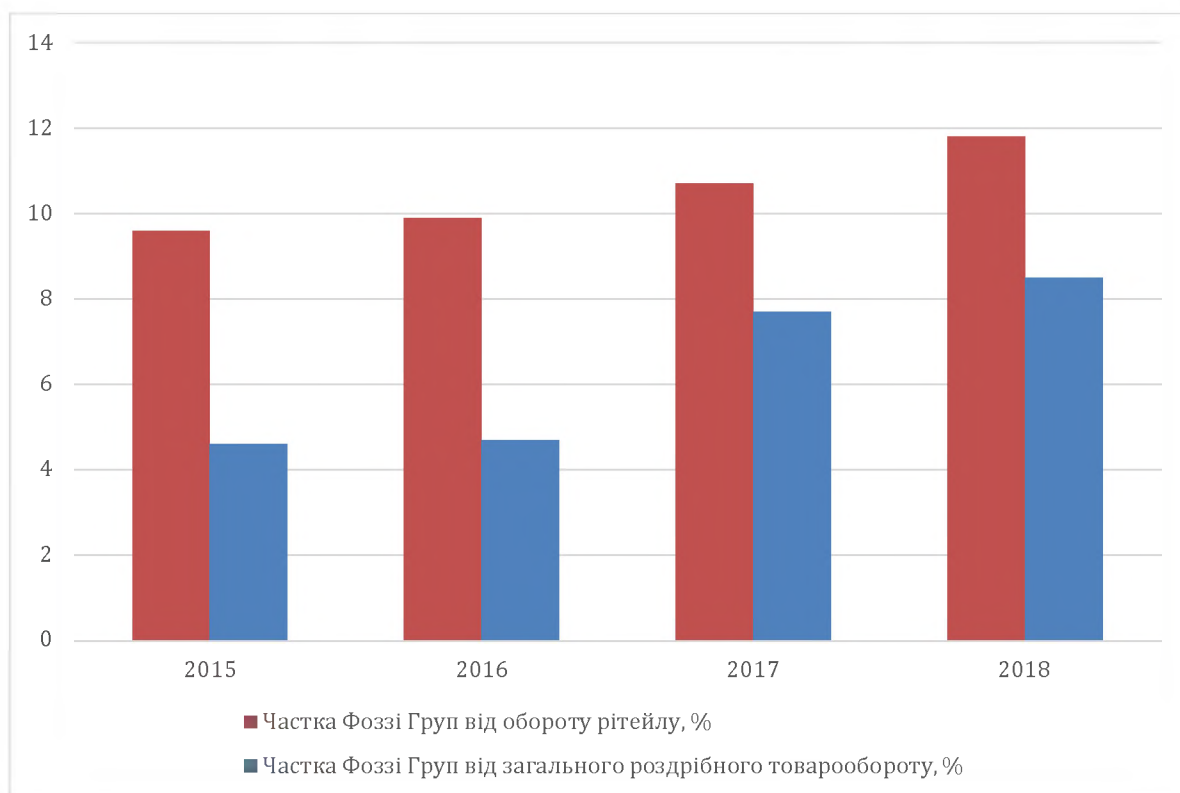
На сайті корпорації АТБ [24] зазначається, що оборот компанії склав 58,5 млрд. грн. в 2016 році, 80,2 млрд. грн. в 2017 році, 103,9 млрд. грн. в 2018 році, 126,8 млрд. грн. в 2019 році. Відповідно, це становить 10,5 % - 2016, 13,7% - 2017, 15,55% - 2018, 15,9% - 2019 роках від загального роздрібного товарообороту ритейлу (таблиця №2.1). У відношенні до загального роздрібного товарообороту це становить: 5,0% в 2016, 9,8% в 2017, 11,2% в 2018 та 11,6% в 2019 році. Вище зазначені дані представлені на Діаграмі №2.3



**Діаграма №2.3 Частка обороту АТБ в роздрібній торгівлі.**

Джерело: Розроблено автором на основі [23] та [24]

З даних зазначених на сайті групи компаній Фоззі Груп [25] та публікацій в інтернеті [26] (таблиця №2.1), можна зазначити, що оборот склав 47 млрд. грн. в 2015, 55 млрд. грн. в 2016, 62,5 млрд. грн. в 2017, 78,8 млрд. грн. в 2018 роках. Відповідно до роздрібного товарообороту ритейлу це становить: 9,6% в 2015, 9,9% в 2016, 10,7% в 2017, 11,8% в 2018 роках, що становить 4,6% в 2015, 4,7% в 2016, 7,7% в 2017, 8,5% в 2018 роках від загального роздрібного товарообороту. Відповідно, зазначені дані представлені на Діаграмі №2.4.



Діаграма №2.4. Частка обороту Фоззі Груп в роздрібній торгівлі

Джерело: Розроблено автором на основі [23], [25] та [26]

В таблиці №2.1 зведено дані щодо роздрібного товарообороту в Україні в період за 2015-2019 роки та відношення обороту лідерів ритейлу.

Рік	Роздрібний товарооборот ритейлу млн.грн <sup>1,2</sup>	Оборот роздрібної торгівлі <sup>2</sup> , млн.грн	АТБ			Сільпо		
			Загальний річний оборот, млн.грн.	Частка від обороту ритейлу, %	Частка від загального роздрібного товарообороту, %	Загальний річний оборот, млн.грн.	Частка від обороту ритейлу, %	Частка від загального роздрібного товарообороту, %
2015	487 558,0	1 018 778,2	н/д	н/д	н/д	47,0	9,6	4,6
2016	555 975,0	1 175 319,2	58,5	10,5	5,0	55,0	9,9	4,7
2017	586 330,1	815 344,3	80,2	13,7	9,8	62,5	10,7	7,7
2018	668 369,6	930 629,2	103,9	15,5	11,2	78,8	11,8	8,5
2019	795 204,2	1 096 692,2	126,8	15,9	11,6	н/д	н/д	н/д

Таблиця №2.1, Характеристика роздрібного товарообороту України

Джерело: Розроблено автором на основі [23], [24], [25] та [26]

Дані в таблиці розкриті представленими учасниками ринку, щодо інших інформації не знайдено.

Асоціація ритейлерів України склала рейтинг ТОП-10 найбільших торговельних мереж за кількістю магазинів станом на червень 2018 року, використовуючи дослідження Дослідницької компанії GT Partners Ukraine «Лідери FMCG-ринку України за кількістю магазинів за підсумками першого півріччя 2018 року».

Згідно даного рейтингу лідером є мережа АТБ, яка налічувала 954 магазини. Другу сходинку рейтингу займає Фоззі Груп з 540-ка магазинами. Першу трійку замикає Волвест Груп, торгівельна мережа якої склала 244 магазини. Далі за кількістю магазинів йдуть наступні ритейлери: Львівхолод – 133, Еко – 115, Оптторг – 110, Український ритейл – 101 (в жовтні 2019 року почалась процедура банкрутства), ЛК Транс – 87, Модерн-Трейд (Київське) – 81, Пакко-Холдинг – 78. [27].

Також, Дослідницька компанія GT Partners Ukraine представила дослідження, яке присвячене основним тенденціям розвитку найбільших гравців продуктового мережевого роздробу України, на базі якого Асоціація ритейлерів України склала рейтинг ТОП-10 найбільших торговельних мереж за сумарною торговельною площею.

З рейтингу видно, що лідером за торгівельною площею є Фоззі Груп з 546,5 тис. кв. м. На другому місці розташувалась мережа АТБ, загальна торгівельна площа якої склала 435,7 тис. кв. м. Третє місце зайняла іноземна мережа Ашан з площею 189,4 тис. кв. м. Важливо відмітити, що показник третього місця у 2,3 рази менше за показник другого. Далі за рейтингом розташувались: Метро – 183 тис. кв. м., Таврія В – 142,4 тис. кв. м., Новус – 107,7 тис. кв. м., Ритейл Груп – 107,2 тис. кв. м., Фуршет – 105,2 тис. кв. м., Еко – 99,2 тис. кв. м., Омега – 73,3 тис. кв. м. [28].

Необхідно звернути також увагу на набуття певними великими торговельними мережами домінуючого стану на ринку. Як зазначається в інтерв'ю власника однієї з невеликих торговельних мереж [29], «український продуктовий ритейл консолідується: з кожним роком найбільші національні



мережі розширюються і поглинають конкурентів, тим самим нарощуючи свою частку. Не маючи достатніх фінансових ресурсів та потрібної ефективності процесів, локальні гравці часто не в змозі протистояти великим гравцям на кшталт АТБ чи Fozzy Group». Існує потенційна загроза змови двох найбільших мереж, що займають разом 28% від загального обороту ритейлу. Такий стан справ потребує особливої уваги з боку Антимонопольного комітету України щодо дотримання законодавства у сфері захисту конкуренції.

Можемо відмітити основні тенденції останніх років на ринку роздрібної торгівлі. З року в рік торговельні мережі збільшують свою питому вагу в загальному роздрібному товарообороті країни. При цьому, кожного року кількість учасників ринку роздрібної торгівлі зменшується, а кількість торгових площ торговельних мереж збільшується. Це свідчить про звуження мережі каналів збуту для виробників готової продукції. На фоні цього відбувається укріплення переговорної позиції представників торгівлі перед представниками виробників. Відповідно, ми можемо констатувати набуття ринкової влади торговельними мережами, що збільшує можливість застосування ними недобросовісних торгових практик та перенесення ризиків ведення діяльності на постачальників та споживачів.

## **2.2 Характеристика ланцюгів поставок продуктів харчування та відповідної державної політики**

Доставка продуктів харчування здійснюється в рамках ланцюгу продовольчого забезпечення. Для того, щоб споживач отримав доступ до продукту задіяний цілий ряд учасників, що здійснюють його виробництво, переробку, логістику, роздрібну торгівлю тощо. На кожному етапі цього ланцюга збільшується цінність продукту, що впливає на його кінцеву ціну. В середньому, населення України витрачає близько половини своїх доходів на придбання продуктів харчування [30].

За останні роки відбулись структурні зміни в ланцюгу постачання продуктів харчування, що посприяло ситуації суттєво різної переговорної сили між

учасниками цього ланцюга. Різна переговорна сила сама по собі є дуже поширеною та не є забороненою, проте іноді може призвести до застосування недобросовісних торговельних практик.

Ланцюг постачання харчових продуктів в Україні можна описати наступним чином. Вирощуванням сировини часто займаються домогосподарства, що в основному знаходяться в сільській місцевості, а також малі фермерства. Інколи, вирощуванням займається саме переробне підприємство. Далі сировина постачається на переробні підприємства на основі усних або письмових договорів. Після переробки та виробництва вже готова продукція зберігається на складах перед відвантаженням до розповсюджувачів харчових продуктів, що здійснюють їх реалізацію безпосередньо кінцевому споживачу.

Відповідно, частіше за все, ланцюг постачання харчових продуктів має вигляд: постачальник сировини – виробник (обробка, переробка) – розповсюджувач продуктів харчування – роздрібний продавець – кінцевий споживач.

Особливістю ланцюгу є те, що в процесі просування по ланцюгу, товари переходять від меншого підприємства до більшого. В свою чергу, більші компанії прагнуть перенести комерційні ризики на своїх постачальників, що частіше всього є економічно залежними меншими підприємствами. Це здійснюється за рахунок застосування недоброчесних торговельних практик. В нинішніх реаліях, менші підприємства мають дуже обмежені можливості вплинути на умови співпраці.

Відповідно до листа Державної фіскальної служби України від 08.11.2016 № 24033/6/99-99-14-03-03-15 [31], підприємці діляться за оборотом на чотири категорії наступним чином:

- Мікропідприємства – фізичні особи-підприємці та юридичні особи, середній річний оборот яких становить не більше 2 млн. євро;
- Малі підприємства - фізичні особи-підприємці та юридичні особи, середній річний оборот яких становить не більше 10 млн. євро;

- Середні підприємства - юридичні особи, середній річний оборот яких становить від 10 млн. євро та не більше 50 млн. євро;

- Великі підприємства - фізичні особи-підприємці та юридичні особи, середній річний оборот яких становить більше 50 млн. євро.

Рішення Антимонопольного комітету України №182-р від 29 квітня 2015 [32] року виявило, що основними характеристиками договорів співпраці виробників та торговельних мереж є:

- «плата за вхід», яку постачальник повинен платити за розміщення кожної товарної позиції на полицях магазинів торговельних мереж;

- відтермінування платежу за поставлений товар, що значно перевищує термін реалізації продукції і дає змогу мережам по суті користуватись безоплатним кредитом і обіговими коштами за нульовою вартістю;

- плата за просування товарів, так звана «плата за маркетинг» (акції, реклами в друкованих брошурах торговельних мереж та ін.).

Всі ці умови впливають на ціни постачання продукції в торговельні мережі виробниками товарів.

Тексти договорів передбачають, що постачальник несе більшість ризиків втрати або псування товару до фактичного передавання товару представнику торговельної мережі на її складі. Тобто, виробники продукції несуть ризики не лише в процесі вирощування, збору врожаю, переробки сировини, зберігання готової продукції, але і ризики пов'язані з транспортуванням продукції до складу торговельної мережі.

Відповідно до договору, асортимент, найменування, кількість і ціна продукції сторони погоджують в специфікаціях, що є невід'ємними частинами договору. Вноситись зміни до специфікацій можуть лише зі згоди обох сторін. Якщо ж у постачальника виникла необхідність змінити ціну, то він зобов'язаний повідомити про це за певний термін, що може коливатись від 14 до 30 днів. Часто, для зміни ціни, постачальник повинен надати порівняльний аналіз цін на аналогічну продукцію в інших мережах в різних регіонах. Дана практика не лише

затягує процес погодження нових цін, а і несе додаткові витрати для постачальника, що в умовах нестабільності економіки та національної валюти несе ще більші ризики для виробників.

В договорах вказується, що при здійсненні оплати Покупцем (торговельною мережею) раніше вказано терміну відтермінування платежу, Продавець (виробник) повинен сплатити покупцю винагороду, яка вираховується як відсоток від суми поставленого та достроково оплаченого товару. З практики, станом на початок 2020 року ця сума становить 24% річних. Також, договором передбачено, що в разі затримки оплати покупцем, він зобов'язаний сплатити пеню не більше подвійної облікової ставки НБУ, яка з 31.01.2020 року становить 11%. Проте в дійсності, пеню за протермінування платежів торговельні мережі не сплачують, т.я. для її стягнення виробникові необхідно звертатись до господарського суду, в якому справа буде розглядатись близько 3 місяців (середній термін розгляду справ в 2018 році склав 93 дні [33]). І це лише перша інстанція.

Середній термін оплати, прописаний в договорах, складає 60-90 днів, а в деяких випадках може сягати до 150 днів. При цьому, відповідно до повідомлення Українського союзу промисловців і підприємців, середній термін реалізації продукції складає не більше 30 днів.

Важливою обставиною договірних відносин є те, що торговельна мережа може повернути товар постачальнику під різними приводами, такими як закінчення строку придатності, пошкодження упаковки або тари, для сезонних товарів – закінчення сезону реалізації, закінчення строку дії договору, в тому числі за умови його дострокового розірвання та інше. Повернення товару відбувається силами постачальника та за його рахунок. Тобто, ми бачимо, що торговельні мережі перекладають відповідальність на постачальників навіть за непроданий товар. Такі умови не спонукають покупців більш раціонально підходити до формування об'ємів замовлення у постачальників і, тим самим,

знижують ефективність всього процесу виробництва продуктів харчування та призводять до перевиробництва.

Більшість постачальників зазначають, що під час укладання договору не можуть змінити умови поставок на свій бік. Більша частина укладених договорів носить шаблонний характер, а протоколи розбіжностей вказують, що частіше всього постачальник бажає змінити умови поставки в частині отримання і оплати додаткових послуг на користь торговельної мережі, умов повернення товарів, строків та умов розрахунку, обсягу штрафних санкцій та розподілу відповідальності. Особливо важливо зазначити, що якоюсь мірою вплинути на умови поставки можуть лише великі постачальники відомих брендів.

Основними недобросовісними торговельними практиками є:

- невизначеність, неоднозначність та непевність умов, що зазначаються в договорі;
- надмірна передача своїх ризиків на контрагента;
- нав'язування контрагенту додаткових платних послуг;
- несправедливий розрив комерційних умов.

Недобросовісні торговельні практики можуть мати шкідливий характер і особливо негативно впливати на малих та середніх підприємців. Зазнаючи їх, такі підприємці позбавляються можливості здійснювати фінансові інвестиції у продукцію та виробничий процес, розвивати мережу збуту та здійснювати експансію на зовнішні ринки. А, відповідно, вони починають втрачати свою конкурентоздатність, так як через брак інвестицій відстають в технологічному прогресі. Також, недобросовісні торговельні практики негативно впливають і на ефективність роботи підприємств, що в свою чергу призводить до нераціонального використання ресурсів, перевиробництва та, як наслідок, зайвих харчових відходів, підвищених витрат та ін.

Необхідно зазначити, що учасники ланцюга поставок продовольчих товарів в процесі виробництва, переробки, логістики тощо, взаємодіють з контрагентами, що не приймають безпосередньої участі в цьому ланцюзі

(постачальники паливно-мастильних матеріалів, упаковки, енергоносіїв тощо). Негативний вплив недобросовісних торговельних практик позначається і на цих контрагентах, адже учасники ланцюгу не можуть вчасно та в повній мірі виконувати свої зобов'язання.

Будь-яка сторона потенційно може захищати свої права та претендувати на компенсації негативного впливу недобросовісних торговельних практик з боку партнера в судовому порядку. Проте, на практиці, судовий шлях врегулювання таких спорів не є ефективним та справедливим. В першу чергу через те, що судові процеси вимагають суттєвих матеріальних та трудових витрат. По друге, слабша сторона побоюється, що сильніша може припинити комерційну співпрацю через судовий позов.

Виходячи з аналізу договорів, можна стверджувати, що торгівельні мережі, закупаючи продукцію нав'язують постачальникам умови співпраці, за яких виробники несуть майже всі ризики, що виникають при виробництві, зберіганні, транспортуванні продукції до полиці та реалізації продукції, оплачують складську логістику на складі торговельної мережі. В додаток, виробники по суті безкоштовно кредитують мережі та зобов'язуються споживати додаткові послуги, що не пов'язані з безпосередньою їхньою діяльністю та сферою відповідальності.

### **2.3 Закордонний досвід державного втручання у функціонування ланцюгів поставок.**

Країни, що межують з Україною вже здійснюють державне регулювання або ж знаходяться на етапі його запровадження. Це стосується таких країн, як російська федерація, Республіка Молдова, країни Європейського Союзу та інші.

Так в російській федерації, в 2009 році прийнятий федеральний закон «Про основи державного регулювання торговельної діяльності в російській федерації» [34]. В закон постійно вносяться зміни та доповнення, що свідчить про постійні зміни в даній сфері і що закон є «живим». Серед всіх цілей закону необхідно виділити такі: 1) забезпечення єдності економічного простору російської

федерації шляхом встановлення вимог до організації та здійснення торговельної діяльності; 2) розвиток торгівельної діяльності з метою забезпечення потреб галузей економіки у вироблюваній продукції, забезпечення доступності товарів для населення, формування конкурентного середовища, підтримки вітчизняних виробників продукції; 3) забезпечення балансу економічних інтересів суб'єктів господарювання та дотримання прав та законних інтересів населення. Тобто, закон направлений на забезпечення єдиного економічного простору всередині країни, що дотримується балансу інтересів виробників та торгових компаній з урахуванням прав кінцевих споживачів.

Даним законом, серед інших, визначаються наступні поняття:

- «Торгівельна діяльність – вид підприємницької діяльності, що пов'язаний з купівлею та продажем товарів;

- Оптова торгівля – вид торгівельної діяльності, що пов'язана з купівлею та продажем товарів для використання їх в підприємницькій діяльності (в тому числі для перепродажу) або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім та іншим подібним використанням;

- Роздрібна торгівля - вид торгівельної діяльності, що пов'язана з купівлею та продажем товарів для використання в особистому, сімейному, домашньому та іншому подібному використанні, та не пов'язана зі здійсненням підприємницької діяльності;

- Торговельна мережа – сукупність двох або більше торгових об'єктів, що належать на законних підставах суб'єкту господарювання або декільком суб'єктам господарювання, що входять до однієї групи у відповідності до федерального закону «Про захист конкуренції», або сукупність двох і більше торговельних об'єктів, що використовуються під єдиним комерційним позначенням або іншим засобом індивідуалізації;

- Продовольчі товари – продукти в натуральному або ж переробленому вигляді, що знаходяться в обороті та споживаються людиною в якості їжі (в тому числі продукти дитячого харчування, продукти дієтичного харчування),

бутильована питна вода, алкогольна продукція, пиво та напої, що виготовляються на його основі, безалкогольні напої, жуйні гумки, харчові добавки та біологічно активні добавки;

- Послуги по просуванню товарів – послуги, що надаються суб'єктам господарювання, які здійснюють поставки продовольчих товарів в торговельні мережі, з метою просування продовольчих товарів, в тому числі шляхом рекламування продовольчих товарів, здійснення їх певної викладки, дослідження споживчого попиту, підготовки звітності, що містить інформацію про такі товари, або ж здійснення іншої діяльності, що націлена на просування продовольчих товарів.» [34]

Законом встановлено, що державне регулювання торговельної діяльності здійснюється через встановлення вимог до її організації та здійснення, антимонопольного регулювання, інформаційного забезпечення, державного та муніципального контролю в цій сфері.

Законом закріплюється, що суб'єкти господарювання самостійно визначають вид, форму, спосіб здійснення торгівлі, її спеціалізацію, тип торгового об'єкту, що використовується для ведення діяльності, порядок та умови її здійснення, встановлені ціни, форму проведення рекламних кампаній та інші умови та порядок здійснення торговельної діяльності.

Стаття 9 [34] встановлює права та обов'язки суб'єктів господарювання, що пов'язані з укладанням та виконанням договорів постачання. Так, суб'єкт мережевої торгівлі зобов'язується забезпечити доступ потенційних постачальників до інформації щодо відбору контрагентів для підписання договорів постачання продовольчих товарів та суттєвих особливостей таких договорів шляхом розміщення її на власному сайті в мережі інтернет. В свою чергу постачальники продовольчих товарів повинні забезпечити інформування вище зазначеної інформації у вказаний спосіб, а також інформації про якість та безпечність вказаних товарів.



Договір між постачальником та суб'єктом господарювання, що веде торговельну діяльність, може включати винагороду для останнього за певний купівлю ним певного об'єму продовольчих товарів. Сукупний розмір зазначених вище виплат та плати за просування товарів, логістичних послуг, послуг по підготовці, обробці, упаковці та інших подібних послуг не може перевищувати 5% від суми продовольчих товарів, які були куплені. При розрахунку загальної суми не враховується сума ПДВ та акцизів, якщо вони мають місце. Інші виплати виробника на користь компанії, що здійснює торговельну діяльність не допускається. Вищезазначені послуги надається на основі окремого договору надання послуг та не можуть бути об'єктом договору на поставку продовольчих товарів.

У випадку, якщо поставка товару здійснюється з умовами відтермінування платежу, то строк такого відтермінування не може перевищувати встановлений термін в залежності від терміну придатності товару:

- Не більше 8 (восьми) днів з моменту фактичного поставки на продовольчі товари строк придатності яких не перевищує 10 (десяти) днів;
- Не більше 25 (двадцяти п'яти) днів на продовольчі товари строк придатності яких встановлений від 10 (десяти) до 30 (тридцяти) днів;
- Не більше 40 (сорока) днів на продовольчі товари строк придатності яких встановлений більше 30 (тридцяти) днів, а також вітчизняна алкогольна продукція;

Постачальник зобов'язаний передати в триденний строк з моменту фактичної поставки оформлені згідно чинного законодавства документи на поставку, а торговельна компанія зобов'язується їх прийняти.

Суб'єктам господарювання заборонено: вимагати або отримувати плату за право поставок (так звана плата за вхід), за зміну асортименту продовольчих товарів. Також заборонено відшкодування витрат, що були викликані втратою або пошкодженням продовольчих товарів після переходу права власності, за виключенням випадків, коли втрата або пошкодження відбулись з вини

постачальник продовольчих товарів. Встановлена заборона на відшкодування витрат, пов'язаних з утилізацією непроданих продовольчих товарів.

Відповідно до повідомлення [35] на сайті ради федерації від 31 березня 2017 року, запровадження вищезгаданого закону дало як позитивні так і негативні результати. За результатами проведеного контролюючими та громадськими організаціями моніторингу за дотриманням закону «Про основи державного регулювання торговельної діяльності в російській федерації». Серед позитивних результатів запровадження закону зі змінами та правками важливо відмітити стримування зростання вартості продуктів харчування, зменшення терміну оплати за поставлений товар до 8-40 днів, чіткішим став перелік документів, з моменту передачі якого починається відлік відтермінування платежу, дало змогу здійснити перехід на пряму торгіву націнку без використання виплат, що здійснювались виробниками на користь суб'єктів господарювання, що здійснюють торговельну діяльність.

Проте, повідомляється, що торговельні мережі шукають можливість обійти обмеження максимального розміру ретро-бонусів в 5%. Після набуття чинності закону, торговельні мережі вимагали від постачальників знижку на товарі в розмірі від 10% до 50%, що дорівнює або навіть більше розміру ретро-бонусів, які виплачувались раніше. В переговорному процесі виробники звертались з проханням зменшити в такому разі кінцеву ціну на полиці магазину, проте такі прохання не знайшли відгуку в торговельних мережах. В результаті, у виробників продовольчих товарів зменшились обігові кошти, оскільки раніше в них якийсь час знаходились в обігу ті гроші, що мали бути виплачені на користь торговельних мереж, то зараз вони відсутні. За інформацією від постачальників, в 2016 році середня торговельна націнка торговельної мережі складала від 30% до 100%, то в 2017 році вона складає від 70% і більше, і навіть може сягати 300%.

Нова загрозлива тенденція до суттєвого збільшення штрафів, що не відповідають наслідкам порушень. Така поведінка торговельних мереж може свідчити не про намагання змусити постачальників дотримуватись умов

договорів, а про спроби компенсувати зниження дохідності після введення в дію закону за рахунок накладання штрафних санкцій на постачальника.

За результатами громадських слухань учасниками було запропоновано здійснити ряд заборон на кшталт заборони повернення нереалізованої продукції, на проведення додаткових не передбачених в законодавстві перевірок якості товарів та проведення аудитів торговельними мережами на платній основі. Також, пропонується введення квотування місць на торговельних полках для регіональних виробників за певних умов, встановлення максимального розміру всіх штрафних санкцій по договору між постачальником та торговельною мережею.

Досвід застосування закону та пропозиції до змін в ньому свідчать про несистемну та реакційну спрямованість державної політики, що здійснюється в російській федерації. Суть політики полягає в тому, щоб точково реагувати на зловживання з боку торговельних мереж недобросовісними торговими практиками. Характерною рисою є та обставина, що державна політика, яка знайшла своє відображення в законі «Про основи державного регулювання торговельної діяльності в російській федерації» націлена в основному на певних суб'єктів господарювання, а не на всю сферу в цілому.

Як показала практика, суб'єкти господарювання, що займають панівне становище та володіють ринковою владою завжди зможуть знайти можливість обійти встановлені заборони та обмеження. Тож, ефективність такої політики дуже низька та не вирішує проблеми, а лише бориться з її симптомами. Також важливо пам'ятати, що високий рівень зарегульованості сфери створюють нові ризики корупційних зав'язків суб'єктів господарювання та контролюючих органів.

В зверненні Європейської Комісії від 28 жовтня 2009 року [36] наголошується на важливості ефективного функціонування ланцюга постачання продовольчих товарів, що об'єднує собою три важливі галузі європейської економіки (сільське господарство, харчову промисловість та сектор

дистрибуції), які в свою чергу створюють 5% доданої вартості в ЄС та в них задіяно 7% робочого населення. В середньому, домогосподарства Європейського Союзу витрачають до 16% своїх доходів на продукти харчування.

У зверненні зазначається, що в кінці 2007 на початку 2008 року почали різко зростати в ціні сільськогосподарські продукти, що в свою чергу призвело до збільшення вартості продуктів харчування. Частину збільшення цін на продукти харчування поглинули підприємства, що займаються переробкою та дистрибуцією. Починаючи з другого кварталу 2008 року, ціна на продукцію сільського господарства почали знижуватись, проте ціни на продукти харчування продовжували зростати до 4 кварталу 2008 року та почали зниження в 3 кварталі 2009 року. За результатами дослідження видно, що реакція виробників та розповсюджувачів продуктів харчування на збільшення цін була набагато швидшою ніж на її зменшення. Така відмінність в реакціях на зміну ціни обумовлена в тому числі структурними та іншими недоліками ланцюгу поставки продовольчих товарів. Також, низькій швидкості та масштабу розповсюдження зміни ціни сприяє нерівномірність в переговорній силі між учасниками ланцюгу, що часто зустрічається. Такі нерівномірності можуть призводити до застосування недобросовісних торгових практик одного учасника по відношенню до іншого, зі слабшою переговорною позицією.

Одним із найголовніших висновків звернення є визнання необхідності дій по усуненню недобросовісних торговельних практик між суб'єктами господарювання. З цією метою Комісія співпрацювала з органами країн-членів Союзу з метою встановлення та оцінки таких практик, а також запровадження механізмів для їх подолання.

В 2011 році в ході Бізнес Форуму Комісії на високому рівні було запропоновано створити діалог всіх зацікавлених сторін в ланцюгу поставок продовольчих товарів щодо справедливих та недобросовісних практик. Метою було виявити можливі зловживання переговорної сили та асиметрії в

переговорних процесах. Результатом такого діалогу став набір принципів належної практики. Ці практики були викладені в Ініціативі ланцюга поставок.

Загальні принципи належної практики були визначені як:

1. Сторони повинні забезпечувати максимальну ефективність та оптимізацію витрат ресурсів з урахуванням інтересів споживачів та загальну стійкість ланцюгу поставок продовольчих товарів;
2. Сторони є незалежними суб'єктами господарювання та дотримуються прав ведення діяльності на власний розсуд та приймати рішення щодо прийняття чи не прийняття угод;
3. Поведінка сторін повинна ґрунтуватись на відповідальному, добросовісному та професійному відношенні.

Більш детально було визначено конкретні принципи:

1. Угоди повинні укладатись в письмовій формі та бути чіткими, прозорими і охоплювати якомога більше особливостей роботи, включаючи права та процедури припинення дії;
2. Договірні відносини повинні бути передбачуваними та не опускати односторонні зміни, якщо це не вказано в договорі. Повинен бути прописаний процес внесення змін з погодженням сторін.
3. Угоди повинні виконуватись;
4. Сторони обмінюються інформацією у відповідності ідо законодавства та не використовують її для введення в оману контрагентів;
5. Інформація, що передається між сторонами, якщо вона не є загальнодоступною, повинна залишатись конфіденційною та використовуватись лише з тією метою, для якої її надавалось;
6. Сторони повинні нести окремо кожна свої економічні ризики;
7. Сторони не можуть застосовувати погрози з метою отримання невинновданої переваги або перенесення невинновданих витрат.

Ініціатива ланцюга поставок є спробою на загальноєвропейському рівні встановити механізм саморегуляції. Не дивлячись на те, що велика кількість

компаній та асоціацій з всього Європейського Союзу долучились до Ініціативи та визнали необхідність дотримання принципів належної практики, достатньо велика кількість учасників ринку, особливо серед фермерів та м'ясопереробної галузі, не приєднались до Ініціативи. Ті учасники, що не долучились до Ініціативи визнають встановлені нею принципи та необхідність їх дотримуватись, проте стурбовані відсутністю дієвих механізмів впливу на контрагентів по дотриманню цих принципів та питанням конфіденційності при поданні скарги, що підсилює страх розірванні відносин економічно залежних сторін.

У зверненні Європейської Комісії від 15 липня 2014 року щодо Подолання недобросовісних торговельних практик у ланцюзі поставок продовольчих товарів для бізнесу [37] зазначається, що 96% респондентів загальноєвропейського опитування постачальників продовольчого ланцюгу визнали, що піддавались хоча б одній з форм недобросовісних торговельних практик. Зауважується, що такі практики несуть негативний вплив особливо на малі та середні підприємства, впливаючи на їх спроможність фінансових інвестицій в технології та продукцію і розвивати свою мережу збуту товарів. Згідно проведеного опитування, більша частина респондентів зазначили, що недобросовісні торговельні практики змушують їх збільшувати свої витрати та зменшувати доходи.

Метою даного звернення визначено сприяння справедливим та стійким комерційним відносинам, а також забезпечення рівних умов для учасників ланцюга постачання продуктів харчування.

З метою дослідження проблеми недобросовісних торговельних практик в продовольчому та не продовольчому секторі, для збору думок зацікавлених сторін в 2013 році Європейською Комісією опублікована Зелена Книга про недобросовісні торговельні практики. Внаслідок таких публічних обговорень встановлено, що особливо актуальна проблема застосування недобросовісних

торговельних практик саме в продовольчому секторі та вони набули таких проявів:

- Надмірна передача витрат або ризиків;
- Несправедливе припинення комерційних відносин;
- Використання конфіденційної інформації партнером;
- Використання невизначених, неоднозначних та неповних умов договору.

Країни-члени Європейського Союзу намагались вирішити питання застосування недобросовісних торговельних практик на національному рівні різними способами. Одні країни запроваджували законодавче врегулювання, інші намагались запровадити саморегулювання. Проте, в масштабах всього Союзу не було вироблено єдиного підходу. Це давало змогу великим компаніям з більшою переговорною силою вдаватись до так званих «форумових угод». Це означало, що сильніша сторона в односторонньому порядку визначала в яких країнах-членах діє договір, що давало змогу обійти національні обмеження тих чи інших країн.

З метою вирішення проблеми застосування недобросовісних торговельних практик, даним зверненням пропонується поєднання підходів саморегуляції та регуляторних актів на національному рівні.

У звіті Європейської Комісії про недобросовісні торговельні практики у ланцюзі постачання продовольчих товарів від 04 травня 2016 року [38] враховано близько 25 документів різних структур Європейського Союзу. Даний документ підтверджує серйозність та масштабність проблеми і нагальність її вирішення. Зазначається, що проблема застосування недобросовісних торговельних практик стосується багатьох сфер економіки, проте особливо актуальна для ланцюгу поставки продовольчих товарів. Враховуючи, що кожне домогосподарство витрачає близько 14% своїх доходів на продукти харчування, в ланцюгу поставки харчових продуктів задіяно близько 47 млн. чоловік населення Європейського Союзу та на цю галузь припадає 7% валової доданої вартості всього Союзу, ця проблема потребує якнайшвидшого вирішення.

Практики недоброчесної конкуренції частіше застосовуються до сторони зі слабшою переговорною силою. Ця слабка переговорна сила в основному пов'язана з економічною залежністю сторони від контрагента, яка пояснюється розмірами підприємства та масштабом впливу на галузь. Можна зробити висновок, що недоброчесні торговельні практики частіше застосовуються до малих та середніх підприємств. Тут, важливо зазначити, у Звіті Європейської комісії вказується, що 99,1% підприємств у виробництві продуктів харчування та напоїв – це мікро-, малі та середні підприємства.

Такі підприємства частіше піддаються недоброчесним торговельним практикам, серед яких трапляються:

- Затримки платежів;
- Односторонні або зворотні зміни умов договорів;
- Раптове розірвання договору;
- Несправедлива передача комерційного ризику;
- Плата за фіктивні послуги;
- Передача транспортних та складських витрат постачальникам;
- Примусова участь в акціях, плата за розміщення товарів на полицях магазинів;
- Безумовне повернення непроданих товарів.

Вплив таких практик на кінцевого споживача також є. Він може виражатись в обмеженні вибору продуктів та доступу до нових та інноваційних товарів. Це може бути викликане тим, що виробники під дією недобросовісних торговельних практик, не матимуть змоги інвестувати фінансові ресурси в модернізацію своїх виробничих потужностей та товар через більші витрати або менший прибуток, ніж очікувалось. В результаті, виробники можуть уникати комерційних відносин та взагалі відмовитись від виробничої, переробної чи торгівельної діяльності.

Особливо суттєвим негативним впливом недобросовісних торговельних практик є те, що вони призводять до перевиробництва та надмірних харчових



відходів, а отже до неефективного використання ресурсів і, відповідно, неефективної роботи галузі.

Зазначається, що держави-члени по різному підходили до вирішення проблеми. Деякі скористались механізмами саморегуляції, а деякі безпосередньою державною регуляцією. Важливо зазначити, що ті держави-члени Союзу, що спочатку вирішили скористатись саморегуляцією, згодом все ж вдалися до регуляції на законодавчому рівні.

У Звіті Європейська Комісія вказує, що там де існують недобросовісні торговельні практики в ланцюгу постачання харчових продуктів, вони суперечать основним принципам законодавства. Однак, не має можливості застосовувати наявне законодавче поле до запобігання вказаних практик. Широке розповсюдження таких практик свідчить і про те, що механізми саморегуляції, що використовуються майже у всіх країнах-членах Союзу, не є достатньо дієвими.

В Звіті вказується думка комітету з питань сільського господарства та розвитку сільських територій. Комітет в більшій частині підтримує позицію Європейської Комісії та звертає увагу на важливу особливість, яка не згадувалась до цього. Великі торговельні мережі запроваджують власні торговельні марки і в такому випадку вони виступають як замовник та конкурент для виробників, тим самим вони посилюють свою переговорну позицію у взаємовідносинах з партнерами.

17 квітня 2019 року було прийнято Директиву Європейського Парламенту та Європейської Ради 2019/633 [39] щодо недобросовісних торговельних практик між учасниками ланцюгу постачання сільськогосподарської та продовольчої продукції. Директива стала результатом багаторічного дослідження взаємовідносин між учасниками ланцюгу, спроб пошуку альтернативних варіантів вирішення проблем самими учасниками.

Дана Директива встановлює мінімальний перелік недобросовісних торговельних практик у відносинах між сторонами в ланцюгу постачання

продовольчих товарів та встановлює мінімальні правила виконання цих заборон, а також механізми координації між виконавчими органами. Директива розповсюджується на відносини між:

- Постачальниками, річний оборот яких менше 2 000 000 Євро з покупцями, річний оборот яких перевищує 2 000 000 Євро;

- Постачальниками, річний оборот яких перевищує 2 000 000 Євро та не більше 10 000 000 Євро з покупцями, річний оборот яких перевищує 10 000 000 Євро;

- Постачальниками, річний оборот яких перевищує 10 000 000 Євро та не більше 50 000 000 Євро з покупцями, річний оборот яких перевищує 50 000 000 Євро;

- Постачальниками, річний оборот яких перевищує 50 000 000 Євро та не більше 150 000 000 Євро з покупцями, річний оборот яких перевищує 150 000 000 Євро;

- Постачальниками, річний оборот яких перевищує 150 000 000 Євро та не більше 350 000 000 Євро з покупцями, річний оборот яких перевищує 350 000 000 Євро;

Важливо зазначити, що Директива застосовується, якщо обоє або хоча б один з учасників є контрагентом Європейського Союзу. Тобто на відносини всередині, а також при експортно-імпортних операціях в Європейському Союзі.

Директивою встановлюються такі істотні умови договірних відносин між сторонами:

- Для швидкопсувних сільськогосподарських та харчових товарів встановлений строк оплати не більше 30 днів, для інших таких товарів – не пізніше 60 днів. Дата початку відрахування строку оплати відрізняється в залежності від того чи регулярними є поставки, або ж ні.

- Покупцю забороняється скасовувати замовлення в строки, що є обґрунтовано малими для пошуку альтернативного каналу збуту продукції, але в будь-якому випадку менше ніж за 30 днів.

- Забороняється покупцю в односторонньому порядку змінювати умови договору, що стосуються періодичності, способу, місця, термінів або обсягу поставки, умов доставки, стандартів якості, умов оплати та цін на сільськогосподарську та харчову продукцію.

- Не допускається вимагання покупцем від продавця платежів, що не стосуються продажу відповідної продукції.

- З моменту передачі права власності забороняється вимагати від постачальника сплати за зіпсований або ж втрачений товар, якщо це не є наслідком дій постачальника.

- Покупцю заборонено незаконно набувати, використовувати та розкривати комерційні таємниці постачальника.

- Покупцю заборонено погрожувати здійснити комерційну помсту, якщо постачальник виконує свої зобов'язання, навіть якщо він подав скаргу до органів виконавчої влади.

- Заборонено покупцю вимагати компенсацію витрат на розгляд скарг від клієнтів, що стосуються продажу товару за відсутності вини постачальника.

- Покупець не може повертати непродані сільськогосподарські та продовольчі товари постачальнику за його рахунок або ж вимагати плату за їх утилізацію.

- Продавцю заборонено вимагати компенсацію з постачальника в рамках проведення акції.

- Заборонено вимагати оплати на користь покупця за проведення реклами та маркетингових дій.

- Не допускається оплати за послуги з облаштування приміщень, що використовуються для продажу продукції постачальника.

Директивою встановлено, що держави-члени Союзу повинні призначити один або більше органів виконавчої влади, що здійснюватиме контроль за порушенням заборон. Постачальник має право звернутись до визначеного

виконавчого органу зі скаргою та зазначити, яка інформація повинна залишитись конфіденційною для того, щоб не зазнати шкоди у зв'язку з поданням скарги.

Органи виконавчої влади повинні мати повноваження проводити розслідування за власної ініціативи або ж у відповідь на скаргу. В ході розслідування мають право вимагати у постачальників та покупців необхідної інформації, проводити анонсовані перевірки в рамках розслідувань. За результатами розслідувань вимагати припинення порушень заборон та накладати або ж порушувати провадження про накладення штрафних санкцій на порушника. Такі штрафи повинні бути ефективними, пропорційними та стримуючими до подальших порушень.

В 2025 році Комісія повинна провести першу оцінку ефективності норм Директиви та, за необхідності, виступити з законодавчими ініціативами. До 1 травня 2021 року держави-члени повинні прийняти та опублікувати законодавчі акти, що приводитимуть національне законодавство у відповідність до даної Директиви.

Інституції Європейського Союзу достатньо довго та детально вивчали зазначену проблему, постійно проводились консультації з зацікавленими сторонами. Спочатку на національному, а потім і на рівні всього Союзу здійснювались спроби вирішення проблеми в рамках саморегуляції. Такий підхід показав себе не достатньо ефективним, оскільки не міг гарантувати анонімність стороні, що зазнає негативного впливу від застосування недобросовісних торговельних практик, та необхідний ефективний вплив на сторону, що завдає такого впливу. В такому випадку, Європейською Комісією було вирішено встановити та заборонити недопустимі торговельні практики. Контроль за виконанням заборон будуть здійснювати національні органи. Так встановлені заборони на вимоги необґрунтованих платежів на користь покупця, відмови від замовлення за короткий термін до поставки, встановлення відтермінування платежів більше ніж 30 та 60 днів залежності від того, чи є харчові товари швидкопсувними, на повернення непроданого товару та інші.

Такими заборонами здійснена спроба зробити неможливим перенесення комерційних ризиків з одного контрагента на іншого.

*Висновки до Розділу 2:* Ланцюги поставок продуктів харчування в Україні наближено можна описати як ланцюг, на початку якого розташовуються малі та мікропідприємства, що займаються вирощуванням сировини. Далі ця сировина поступає до середнього підприємства, що займається її переробкою та виготовленням готової продукції. Вже у вигляді готового товару, продукти харчування потрапляють до розповсюджувачів, тобто підприємств роздрібної торгівлі. Основну частину роздрібного товарообороту забезпечують національні торговельні мережі. Так ми бачимо, що від початку до кінця ланцюгу товари просуваються від менших до більших підприємств.

Менші підприємства часто мають економічну залежність від більших покупців, а більші компанії намагаються перенести власні ризики на менших, економічно залежних, постачальників. За таких умов можуть застосовуватись недобросовісні торговельні практики з метою переносу відповідальності на партнера та отримання більшого прибутку.

Розслідуючи картельну змову великих торговельних мереж, Антимонопольним комітетом України було визначені основні договірні умови з постачальниками. За стандартними редакціями договорів можна сказати, що торговельні мережі намагаються повністю перенести свої комерційні ризики на постачальників. Це проявляється в необґрунтовано довгих строках відтермінування платежу за поставлену продукцію, повернення непроданого товару за рахунок постачальника, виплати постачальника на користь мережі та іншому. Більшість виробників зазначили, що не можуть вплинути та змінити умови співпраці в договорах.

У зв'язку з початком військової агресії російської федерації в 2014 році різко погіршилась економічна ситуація в Україні. Для багатьох виробників харчових продуктів один з основних ринків збуту, ринок російської федерації, став недоступний. Також суттєво скоротилось внутрішнє споживання через

анексію та тимчасову окупацію територій. За таких обставин, учасникам ланцюгів поставок харчової продукції необхідно було розвивати нові канали збуту. Після підписання Угоди про асоціацію, більшість виробників були не готові до експорт в країни Європейського Союзу, оскільки для цього необхідно було швидко переоснастити виробничі майданчики, щоб відповідати високим вимогам до якості та безпечності продуктів харчування. Тому необхідно було шукати споживача всередині країни. В цей час найбільш масовим каналом збуту були торговельні мережі, які володіли сотнями супермаркетів по всій території України. Таким чином, торговельні мережі мали великий вибір між постачальниками та, відповідно, отримали суттєву перевагу в переговорному процесі.

За роботи в таких умовах наступні кілька років, торговельні мережі збільшують свою частку в загальному роздрібному товарообороті, розширюються торговельні площі, росте кількість магазинів. При цьому, загальна статистика по країні свідчить, що кількість учасників роздрібного товарообороту зменшується, падає кількість магазинів і, відповідно, зменшується товарооборот малих роздрібних торговельних підприємств.

Зараз ситуація складається так, що торговельні мережі набули ринкової влади в ланцюгах поставок продуктів харчування і, тим самим, порушується конкуренція на цьому ринку. Ринкову владу торговельні мережі використовують для перенесення власних комерційних ризиків на постачальників за допомогою недобросовісних торговельних практик. Такі практики призводять до менших ніж очікувалось прибутків та більших витрат для сторони, що їх зазнає. Негативний вплив від них несе реальні загрози для продовольчої безпеки країни. Адже через відсутність можливості постійно інвестувати у виробничі потужності та товар, вітчизняні підприємства відстають в технологічному прогресі та падає їх конкурентоздатність як на внутрішньому так і зовнішніх ринках.

Подібна проблема вже вирішується в сусідніх країнах. Так для аналізу було досліджено досвід російської федерації та Європейського Союзу. російська

федерація впроваджує реакційну політики, тобто здійснює прямі заборони певних дій. Це призводить навіть до погіршення умов роботи виробників. На думку автора, причиною цьому є боротьба з симптомами, а не з самою проблемою.

В Європейському Союзі в 2019 році була тільки прийнята Директива, яка має вступити в дію в 2021 році та має на меті заборонити певні види недобросовісних практик. Важливою особливістю є те, що забороняються недобросовісні практики у відносинах між контрагентами з різною економічною вагою. Також, норми Директиви будуть розповсюджуватись на відносини, якщо хоча б один із контрагентів з Європейського Союзу. Перед прийняттям Директиви відбулись спроби запровадити саморегуляцію учасниками ринку. Це не призвело до дієвих результатів, тож було прийнято рішення запровадити законодавче регулювання.

### **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.**

#### **3.1 Доказова база та обґрунтування державного втручання у функціонування ланцюгів поставок.**

В період вивчення ланцюгів поставок харчових продуктів автором проведені зустрічі з представниками підприємств, що займаються виробництвом товарів тривалого зберігання. В ході таких зустрічей були виявлені деякі особливості роботи виробників продуктів харчування тривалого зберігання. Учасники зустрічей представляли малий або ж середній бізнес. Часто такі підприємства здійснюють свою діяльність сезонно – в період вирощування та визрівання плодоовочевої продукції. Більша частина займаються переробкою сировини, що закуповується у малих фермерських господарствах. Проте деякі з компаній окрім переробки сировини займаються і її вирощуванням. У випадку співпраці з фермерами, переробне підприємство, з метою забезпечення себе сировиною, приблизно за півроку до переробки, здійснює авансове фінансування вирощування.

Під час проведення зустрічей представникам виробників ставились питання, що стосувались особливостей збуту готової продукції. Перелік цих питань представлений у Додатку 1.

Перше питання мало на меті виявити основні канали збуту, що використовують підприємства для реалізації продукції. Майже всі підприємства основними каналами збуту визначили торговельні мережі та регіональну дистрибуцію. Частка реалізації через торговельні мережі сягає до 80%, регіональної дистрибуції – до 40%, фірмові магазини – до 10%, експорт та державні закупівлі – до 10% залежно від підприємства. Такі дані свідчать про деградацію мережі збуту у внутрішній торгівлі, що підтверджується даними Державної служби статистики України про зменшення кількості магазинів, які зазначались раніше.



Продукція, що виробляється підприємствами може поставлятись клієнтам під різними торговими марками. Так всю продукцію можна поділити на:

- Власні торгові марки виробника;
- Торгові марки інших учасників ринку;
- Власні торгові марки торговельних мереж.

Власні торговельні марки виробник може реалізовувати виходячи з власних міркувань через будь-які канали збуту. Зазвичай, власна торгова марка включає в себе весь асортимент продукції, що виробляється на конкретному підприємстві. Рівень цін встановлює виробник на власний розсуд з урахуванням ринкової кон'юнктури та встановленого рівня прибутковості.

Інколи, виробники приймають в роботу замовлення на виготовлення продукції під торговими марками інших учасників ринку. Це дозволяє розширити асортимент продукції торгової марки одним та збільшити об'єми випуску продукції іншим. Втім, в такому випадку, в незалежності від змін на ринку, ціна для виробника є фіксованою та може змінюватись за дуже обмежених умов, скоріше як виняток.

Друге питання мало на меті виявити структуру виробленої готової продукції за належністю до торгових марок учасників ринку. Так співбесідникам пропонувалось зазначити відсоткове співвідношення між продукцією, що виробляється під власними торговими марками, торговельних мереж та інших учасників ринку. Так продукція під торговельними марками торговельних мереж займає до 50%, як і власні торгові марки виробників. Під торговими марками інших учасників ринку виробляється до 30%.

Особливу увагу необхідно звернути на умови виготовлення продукції під торговими марками торговельних мереж. В такому випадку, замовлення розміщується на підприємстві, що змогло успішно пройти аудит, що проводився представниками торговельної мережі та взяло на себе зобов'язання постачати продукцію у відповідних об'ємах за заздалегідь встановленою ціною. Практика показує в такому випадку виробник повинен повідомити про зміну ціни не

менше ніж за 30 днів, при цьому провести власними силами та за власний рахунок аудит цін в інших мережах на подібні товари. Ціна може бути змінена, якщо аудит покаже зростання ціни. Це суттєво ускладнює та затягує зміну цін на продукти харчування. Проте відпускні ціни в магазинах торговельних мереж набагато швидше змінюються при зміні ситуації на ринку, що показують розслідування Антимонопольного комітету України згадані раніше. В цей період, між зміною відпускних цін торговельних мереж та виробників, перші отримують прибутки, більші очікуваних, а другі не те, щоб отримують прибутки нижчі за очікувані, а й взагалі, несуть збитки.

Проте, навіть в таких умовах, замовник, тобто торговельна мережа, не несе відповідальності у випадку, якщо замовлений об'єм продукції не буде вибраний в установлені строки. Таким чином, виробники не мають гарантій, що ту продукцію, яку вони виготовили на замовлення торговельної мережі, буде реалізована та оплачена хоча б на обумовлених умовах. Також, виробники не можуть претендувати на компенсацію за зменшення замовлення.

Наступні питання були направлені на виявлення особливостей торгових відносин виробників та підприємствами, що займаються роздрібною торгівлею. Виходячи з відповідей, середній термін сплати за поставлену продукцію, що вказується в договорах становить:

- Для торговельних мереж 60-90 днів;
- Для регіональної дистрибуції 14-45 днів;
- Для державних підприємств 30-60 днів;

Робота з іноземними контрагентами в основному здійснюється по передоплаті.

Представники виробничих підприємств зазначають, що всіма торговельними підприємствами порушуються вказані строки оплати. Торговельні мережі затримують здійснення оплати на 30-60 днів, регіональна дистрибуція на строк до 30 днів і навіть державні підприємства затримують оплати до 60 днів.

Виходячи з вище зазначеного реальні строки оплати становлять:

- Для торговельних мереж 90-150 днів;
- Для регіональної дистрибуції 45-75 днів;
- Для державних підприємств 60-90 днів;

За договорами співпраці деякі постачальники здійснюють платежі на користь торговельних підприємств до 10% від загальної суми реалізованої продукції. Якщо ж такого зобов'язання не зазначено в договорі на поставку, то виробників зобов'язують користуватись послугами певних компаній, часто підконтрольних торговельним підприємствам. Також, на виробників покладаються додаткові зобов'язання по поверненню непроданої продукції, участі в акціях, гарантії найнижчої ціни.

Важливо зазначити, що представники далеко не завжди хотіли ділитись інформацією, що стосувалась комерційної діяльності їх підприємств. Проте за умови, що дане опитування є анонімним та отримана інформація не буде використовуватись з посиланням на конкретне підприємство, невелика кількість виробників погодились надати відповіді в письмовій формі. Але надана інформація не завжди була повною та іноді надавалась вибірково.

В собівартість продукції, окрім витрат на виробництво продукції, також включаються накладні та інші витрати, такі як:

- вартість грошей на період від початку виробництва до отримання плати за кінцевий продукт;
- на реалізацію продукції;
- на зберігання та логістику;
- на утримання адміністрації;
- інші витрати.

Згідно отриманої інформації від опитаних підприємств, в середньому користування кредитними коштами коштує 2% в місяць. Враховуючи термін відтермінування платежу за поставлену продукцію становить 90 днів, а з врахуванням протермінування близько 60 днів. Тобто, реальний строк

відтермінування становить 150 днів або 5 місяців. Для виробників це коштує 10% від вартості продукції. За інформацією Українського союзу промисловців і підприємців, середній термін реалізації продукції складає не більше 30 днів. Відповідно, можна робити висновок, що в собівартість додатково враховується 8% вартості продукції, що є необґрунтованими витратами виробників і є додатковим прибутком торговельних мереж.

Наприклад, торговельна мережа взяла на реалізацію в одного виробника продукції на 1 млн. грн. Реалізувавши продукцію протягом 30 днів, до моменту оплати виробникові, мережа матиме 4 місяця кредитування за нульовою ставкою. Тобто, торговельна мережа отримає додатково 8% до встановленого рівня прибутковості. Ці додаткові 8% оплатить споживач в кінцевій вартості продукції.

Досить часто можна зустріти ситуацію, коли та ж продукція вироблена одним і тим самим підприємством продається на полках магазину під двома, а часто і більше, торгівельними марками в одному магазині. В такому випадку в одного продукту під різними торговими марками різна собівартість і, відповідно, різна кінцева ціна.

Продукція під власними торговими марками торговельні мережі розміщують на кращих полках магазину, ніж всі інші торгові марки. Це дає суттєву перевагу і не коштує власне торговельній мережі нічого. Натомість, якщо постачальник хоче розмістити власну продукцію на таких полках, то йому доведеться додатково заплатити торговельній мережі. Таким чином, продукція торгових марок виробника має меншу вірогідність бути купленою кінцевим покупцем. Це значить, що доля торгових марок торговельних мереж збільшуватиметься в загальній реалізації та витіснить власні торгові марки виробників з полиць. Адже, торгова марка торговельної мережі не прив'язана до виробника і в наступному циклі може виготовлятися будь-яким іншим виробником. Це приводить до послаблення переговорної сили виробника і збільшення ринкової влади торговельних мереж.

За таких умов виробники позбавляються можливості модернізувати свій виробничий та технологічний процес, адже цей процес потребує постійних грошових вливань. За умови збереження таких тенденцій, в близькому майбутньому можлива ситуація, коли вітчизняні виробники не зможуть забезпечувати необхідну якість та кількість продукції через зношеність обладнання та не відсутність грошей на його модернізацію. Також, вже зараз, вітчизняні виробники часто не можуть конкурувати з іноземними підприємствами через високу собівартість. Адже, модернізація підприємств в першу чергу направлена на зниження собівартості та збільшення продуктивності. За умови не втручання держави, ми можемо стикнутись з ситуацією, коли вітчизняні підприємства повністю втратять конкурентоздатність і можливість випускати продукцію та їх місце займуть іноземні постачальники. Це спричинить серйозний удар по економіці, адже призведе до відтоку виручки з країни та зменшення виробництва продукції з доданою вартістю всередині країни. Також, питання забезпечення країни продуктами харчування є важливим аспектом національної безпеки України.

Так, з зазначеного вище, ми можемо зробити висновок, що близько 18% у вартості продукції, що продається на полках магазинів, не обумовлені виробничою чи іншою необхідністю та є додатковим чистим прибутком торговельних мереж за рахунок застосування недобросовісних торговельних практик. Можна зробити припущення, що у випадку обмеження строків оплати за поставлену продукцію, ціни на продукти харчування можуть зменшитись на 8% в короткостроковій перспективі або ці гроші підприємства зможуть направити на модернізацію своїх виробничих майданчиків, що в довгостроковій перспективі призведе до ефективнішої роботи підприємств і, відповідно, зниження собівартості продукції.

29 квітня 2015 року АМКУ виніс рішення, яким встановив антиконкурентні узгоджені дії з боку торговельних мереж, що здійснювали свою діяльність на території м. Києва, і цим призвели до обмеження конкуренції в 2010-2012 рр. [32]

В ході розслідування було встановлено, що всім відповідачам у справі притаманні різні характеристики та вони перебувають на різних рівнях свого розвитку. Відповідно, ці чинники мають визначати поведінку торговельних мереж на ринку. Широкий діапазон відмінностей у характеристиках учасників ринку сприяє зменшенню вірогідності вчинення подібної (схожої або однакової) поведінки.

Розслідування виявило, що торговельним мережам вдалось змістити асиметричність поінформованості учасників ринку роздрібної торгівлі шляхом співпраці з однією консалтинговою компанією. Обмін високодеталізованою інформацією між обмеженим колом учасників забезпечив можливість для вчинення узгоджених торговельної та цінової політик. Важливо відмітити, що через високу вартість послуг консалтингової компанії, малі та середні виробники продуктів харчування було виключені з цього процесу.

В звіті зазначено, що представники торговельних мереж пояснюють схожість цінової політик різних учасників ринку кон'юктурою ринку та коливаннями цін реалізації продукції відповідає коливанням цін закупівлі товарів у постачальників. Проте, це не відповідало дійсності. В деяких випадках, тенденції зміни ціни навіть були обернені. Тобто, при зниженні ціни закупівлі, торговельні мережі підвищували ціну реалізації.

Відповідно до Рішення АМКУ було встановлено штрафи для торговельних мереж на загальну суму більше 200 млн. грн.

Проте Київський апеляційний господарський суд скасував Рішення АМКУ щодо узгоджених дій торговельних мереж, які призвели до необґрунтованого удорожчання цін на 22-38%. Це за умови, що деякі з відповідачів по справі визнали факт вчинення правопорушення. На це АМКУ подав касаційну скаргу до Вищого господарського суду України, який скасував попереднє рішення і відправив справу на новий розгляд до Господарського суду м. Києва. Деякі торговельні мережі, маючи змогу наймати найкращих юристів, вже оскаржили Рішення АМКУ в різних судах в індивідуальному порядку. Врахувавши дійсну

ситуацію з корупцією в судовій системі України, можна зазначити, що позиція АМКУ в оскарженні справи є слабшою, ніж у торговельних мереж.

08 червня 2018 року в Антимонопольному комітеті України відбулась робоча зустріч з близько 45 учасниками. Серед інших, на зустрічі були присутні представники Української асоціації постачальників торгівельних мереж, Асоціації ритейлерів України, Європейської бізнес асоціації, Американської торговельної палати України та інші. Темою зустрічі була «Проблемні питання у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері ритейлу». Зазначається, що «проведений Антимонопольним комітетом аналіз міжнародної практики показав, що основні проблемні питання виникають саме під час взаємодії торговельних мереж з постачальниками. За наявною в Комітеті інформацією, схожі проблемні питання існують і в Україні, що у свою чергу може негативно впливати на розвиток добросовісної конкуренції» [40]. Директор Департаменту досліджень і розслідувань ринків виробничої сфери, фармацевтики та ритейлу Ігор Кустовський, який головував на зустрічі, окремо зазначив, що дослідження відносин між торговельними мережами та постачальниками стане одним з пріоритетних завдань для Антимонопольного комітету України.

З першого погляду може здатись, що Комітет дійсно нарешті звернув свою увагу на проблему застосування недобросовісних торговельних практик з боку торговельних мереж та має бажання розібратись і вирішити цю проблему. Але, якщо розглянути окремо вказаних учасників наради, то інтереси виробників представляла така собі Української асоціації постачальників торгівельних мереж. З відкритих джерел вдалось дізнатись, що дана асоціація створена в 2010 році і опікується захистом прав постачальників. [41] Проте, автор роботи не зміг ознайомитись більш детально з діяльністю та учасниками даної асоціації, так як в мережі інтернет відсутній навіть офіційний сайт організації (або ж автору не вдалось його знайти, що теж наводить на сумніви щодо діяльності асоціації). Вдалось знайти декілька статей щодо діяльності, проте інформації щодо

кількісного та якісного складу учасників організації не знайдено. Більше того, учасники анкетування, яке проводив автор роботи в ході виконання дослідження, на питання чи є вони членами такої організації відповідали, що навіть не чули про таку організацію.

Все це дає підстави стверджувати, що процес обговорень проблеми, який розпочав Антимонопольний комітет України, вже на самому початку відбувається без залучення найбільш зацікавлених сторін, а саме виробників.

Відповідно до зазначених вище Законів України, в законодавстві визначені основні цілі та пріоритети регуляторної політики в сфері господарських відносин. Нормами законів визначено, що пріоритетом в даній сфері є захист конкуренції та недопущення дій, метою яких є її зменшення чи обмеження. Визначений державний орган, який наділений широкими повноваженнями в сфері захисту конкуренції та недопущенню дій недобросовісної конкуренції.

Після розпаду радянського союзу Україні у спадок дісталась планова майже повністю монополізована економіка. Починаючи з 1993 року було здійснено кілька кроків на демонополізацію економіки. В результаті чого було створено тисячі приватних підприємств, що почали займатись господарською діяльністю. Ці підприємства почали створювати конкурентне середовище, яке держава повинна була підтримувати та захищати. Втім, пізніше курс розвитку бізнесу в Україні було направлено на великий бізнес замість малого та середнього. Як зазначається в [42], «при цьому влада надавала перевагу наближеним особам, які з часом ставали олігархами — підприємцями, що зростали не стільки за рахунок підприємницької успішності, скільки завдяки використанню політичних зв'язків, дерибану держбюджету та зухвалому безкарному рейдерству». За такої державної політики конкуренція є небажаним явищем, що в свою чергу призводило до деградації виробничого комплексу та відставання в науково-технічному розвитку всієї економіки.

Діяльність Антимонопольного комітету України по розслідуванню порушень у сфері захисту конкуренції показує низьку результативність не через



неспроможність доведення вини учасників ринку, «а тому що методологічні інструменти АМКУ просто не адаптовані до ефективної боротьби саме з недобросовісними чи обмежувальними торговими практиками. Проте АМКУ, як аналітичний та експертний центр, дійсно може якісно дослідити проблематику, консолідувати думки всіх учасників ринку та запропонувати компромісні шляхи її врегулювання» [43]. Що і показало згадуване розслідування.

Державною політикою України в сфері внутрішньої торгівлі не визначено вектору та не розставлено пріоритетів розвитку. Це може призвести до створення монополії або ж олігополії. Особливо характерним є той факт, що відповідно до повідомлення на офіційному сайті Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 26 березня 2020 року, за умов карантину по запобіганню поширення коронавірусу COVID-19, найбільші торговельні мережі синхронно діють в частині підняття цін. Це свідчить про ситуацію звуження конкуренції у внутрішній торгівлі, що є небезпечним для економіки в цілому. Але, як зазначається в [42], «замість того, щоб, використовуючи ці переваги, чесно захищати всіх підприємців, комітет тепер часто працює не на користь конкуренції, а на олігархів. У нас немає ефективного захисту конкуренції на рівних для всіх умовах».

Досвід Російської Федерації особливо цінний тим, що показує неефективність безпосереднього втручання в господарську діяльність суб'єктів господарювання. Така політика направлена на реагування викликам, а не на створення системи, що в майбутньому зможе сама себе збалансовувати за рахунок прозорих правил конкуренції та захищаючи її.

Виходячи з представлених в Розділі 1 даних видно, що оборот з російською федерацією постійно зменшується і в 2019 році склав всього 4,8% від обороту 2013 року. Це в свою чергу зменшує інтегрованість та залежність українських підприємств ланцюга поставки харчових продуктів. Обмеження, введені указом президента російської федерації «Про застосування окремих спеціальних економічних заходів в цілях забезпечення безпеки російської федерації»,

забороняють ввезення харчових продуктів з країн, що застосували або приєднались до застосування економічних санкцій. Відповідно, в зв'язку з введенням Україною економічних санкцій по відношенню до російської федерації за окупацію та анексію територій, на українських виробників накладені обмеження по доступу до ринку цієї країни. Тому, досвід російської федерації у запобіганні використання недоброчесних торгових практик можна враховувати та не орієнтуватись на нього, як на основоположний.

Україна ратифікувала Угоду про Асоціацію з Європейським Союзом та внесла зміни в Конституцію, де закріплений стратегічний курс «на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору». Це означає, що Україна бере на себе зобов'язання по визнанню основних прав та обов'язків громадян, суб'єктів господарювання та самої держави, що є традиційними для європейського співтовариства. А, отже, для досягнення встановленої стратегічної цілі та з метою дотримання Угоди про асоціацію, керівні державні органи повинні будуть гармонізувати українське законодавство з діючим у Європейському Союзі.

Враховуючи вищезазначене, пропонується враховувати шлях врегулювання проблеми застосування недоброчесних торговельних практик країн Європейського Союзу та адаптувати його до реалій українського ринку.

В процесі розгляду справи Антимонопольного комітету України щодо картельної змови торговельних мереж пропонувалось впровадити правила поведінки учасників ланцюгів поставок харчових продуктів замість прийняття законодавчого врегулювання торговельної діяльності. Втім зі зміною політичної кон'юнктури обидва варіанти вирішення проблеми були відкладені.

Враховуючи попередній досвід спроб впровадження норм саморегуляції та державного втручання, державна політика у сфері вирішення зазначеної проблеми повинна зосередитись на двох напрямках:

1. забезпечити достатній рівень захисту від застосування особливо шкідливих недоброчесних торговельних практик

2. забезпечення умов для створення у майбутнього механізму саморегуляції всередині самими учасниками ринку.

З метою забезпечення першого необхідно визначити найбільш шкідливі на даний момент та заборонити їх застосування. З огляду автора, такими практиками є:

- Строки оплати за поставлені харчові продукти, що суттєво перевищують реальних строк реалізації продукції;
- Відмова від замовлення в строки, що недостатні для пошуку альтернативного каналу збуту;
- Великі суми оплат, що виробники повинні здійснювати на користь покупців, так званих ретро-бонусів.
- Повернення непроданих залишків харчових продуктів.

Зменшення строків оплати за поставлені продукти харчування дасть змогу збільшити швидкість обороту грошей в економіці, а, відповідно, і доходність бізнесу, що в свою чергу може призвести до збільшення фінансових інвестицій в технологію виробництва та сам продукт з боку виробників харчових продуктів. Така поведінка зможе стати причиною зменшення цін та підвищення рівня якості та безпечності продуктів харчування в довгостроковій перспективі. В короткостроковій же, може призвести до зменшення відпускних виробниками цін на 8%, як це було описано в підрозділі 2.2. Виходячи з того, що одне середньостатистичне домогосподарство в Україні витрачає 49% своїх доходів на продукти харчування, то це здійснить суттєвий позитивний вплив на добробут громадян.

Відмова від замовлення, що часто практикується замовниками спричинена неефективним плануванням з їхнього боку. Це призводить до перевиробництва, неефективного використання сировини, енергоресурсів, підвищеного забруднення навколишнього середовища, збільшення харчових відходів. Також, це призводить до збитків, які повністю покриваються виробниками, які є в основному малими та середніми підприємствами. Для них такі додаткові витрати

часто є непосильними та змушують до виходу з ринку. Держава від цього отримує збільшення безробіття, а відповідно і збільшується навантаження на бюджет, зменшення надходжень у вигляді податків від підприємства. Виробники харчових продуктів часто розташовуються близько до сировинної бази, тобто в сільській місцевості і, часто, є основним роботодавцем та великим платником податків в рамках громади або навіть району. Закриття таких підприємств негативно відображається на сільській інфраструктурі.

Оплати виробників на користь замовників за надання часто фіктивних послуг, а в інших випадках послуг, що пов'язані з реалізацією продукції, по суті є додатковим прибутком для торгових компаній. Таким чином, торговельні компанії отримують прибуток за рахунок споживачів в якості цінової націнки та за рахунок постачальників в якості сплати ретро-бонусів. Звичайно ж постачальники враховують це в собівартості та ціні на продукцію, тож в результаті за це платить кінцевий споживач. Такі виплати можуть сягати до 20% від вартості реалізованого товару за певний період. Досить часто такі виплати здійснюються на користь третіх юридичних осіб, що є підконтрольними торговельним компаніям. За умови заборони таких виплат, скоріш за все, торговельні компанії перенесуть їх у цінову надбавку, але в такому разі вони збільшать базу оподаткування і будуть змушені платити більші суми податків.

Практика повернення непроданих залишків харчових продуктів наносить такий самий негативний вплив, як і відмова від замовлення. Тобто, призводить до прямих збитків виробника. Саме за рахунок цих двох негативних торговельних практик торговельні компанії намагаються перекласти основні комерційні ризики на виробників. Такий перенос ризиків не сприяє удосконаленню та більш відповідального ставлення до планування роботи торговельних компаній, що в свою чергу ще більше знижує рівень ефективності роботи ринку харчових продуктів.

Автор вважає, що перераховані вище недобросовісні торговельні практики найбільш негативно впливають на ефективність роботи ринку та їх необхідно

заборонити шляхом прийняття змін до відповідного законодавства. Як один із можливих варіантів, зміни до закону «Про захист економічної конкуренції» та «Про недоброчесну конкуренцію». В ці закони необхідно внести додаткові пункти, які б забороняли застосування цих практик та надати Антимонопольному комітету повноваження по виявленню таких порушень з накладання відповідних штрафних санкцій. Необхідно дослідити, чи достатньо наявних сучасних технологічних засобів Державної фіскальної служби для відслідковування своєчасності здійснення платежів за поставлену харчову продукцію. Важливо, щоб за дотриманням заборон недобросовісних торговельних практик проводився постійний контроль і розгляд порушень не носив виключно заявний характер, адже підприємства заявники можуть боятись комерційної помсти від партнера.

Прийняття таких заходів необхідне вже в найближчій перспективі, якщо прийняти до уваги економічну ситуацію в країні та світі. Вони дадуть змогу розвиватись вітчизняним підприємствам та підвищать їх конкурентоздатність на зовнішніх ринках.

Що стосується другого пріоритетного напрямку державної політики, то тут необхідно детальніше вивчити національний досвід країн-членів Європейського Союзу. Визначити які саме форми саморегуляції були використанні та до яких наслідків вони призвели. Основним завданням тут має стати створення форми взаємодії, за якої учасники ринку зможуть в загальному діалозі домовитись між собою щодо розподілення комерційних ризиків та встановити правила, які будуть прозорі, зрозумілі кожному та обов'язкові для всіх учасників ринку харчових продуктів. Такий діалог повинен відбуватись за участі держави в якості медіатора та фасилітатора. Це може отримати відображення у запровадженні «Кодексу доброчесної поведінки в ланцюгу постачання харчових продуктів», який буде розроблений за участі виробників та торговельних компаній, їх асоціацій та спілок. Слідкувати за дотриманням Кодексу повинна організація, що буде утворена учасниками ринку, а допомагати в її діяльності можуть такі

державні органи, як Антимонопольний комітет України, бізнес-омбудсмен, Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Важливо розробити такі механізми розгляду спорів, що стосуватимуться порушення Кодексу які дадуть змогу не звертатись до суду. Так як це сприятиме довірі контрагентів всередині ринку та дасть змогу напрацьовувати нові форми взаємодії. Обов'язковою умовою подачі скарги на порушення Кодексу повинна стати анонімність скаржника тому, що підприємства, до яких будуть застосовуватись недобросовісні торговельні практики, не подаватимуть скарги через страх комерційної помсти.

В майбутньому, необхідно звернути увагу на питання, яке поки що не стало проблемою, проте потенційно несе серйозну загрозу. Торговельні мережі досить агресивно виводять на ринок свої власні торгові марки. Товари під такими торговими марками не прив'язані до конкретного виробника та можуть одночасно вироблятися різними підприємствами. Умови співпраці по виготовленню власних торгових марок торговельних мереж лояльніші до виробників. Менші строки платежів в договорах, вчасність здійснення оплати за поставлену продукцію, відсутність повернення нереалізованої продукції, відсутність відмови від замовлення та інші. Продукти власних торгових марок виставляються на кращих полицях магазинів. За доступ до таких полиць для торгових марок виробників необхідно доплачувати. Все це надає переваг певним товарам та порушує конкуренцію. Адже, в такому разі, продукція вироблена на одному заводі під різними торговими марками конкурує між собою за різних умов. З метою вирішення такої потенційної проблеми пропонується розглянути можливість запровадження квот на розміщення продукції регіональних виробників в певній пропорції.

### **3.2 Проект Концепції державної політики щодо запобігання дії недобросовісних торгових практик в ланцюгах поставок**

Для досягнення встановлених цілей пропонується «Проект Концепції державної політики щодо запобігання дії недобросовісних торгових практик в ланцюгах поставок харчових продуктів».

#### **1. Проблема політики**

1.1. Неспроможність ринків до саморегуляції та інституційна неспроможність влади до забезпечення справедливої конкуренції в ланцюгах поставок продуктів харчування.

#### **1.2. Носій проблеми (клієнт; суспільна група, яка страждає від проблеми)**

Український споживач та український бізнес

#### **1.3. Масштаб проблеми**

Загальнонаціональна

Загальнонаціональна проблема, що має вплив на всі сектори економіки та населення через перенесення комерційних ризиків на постачальників продуктів харчування.

#### **1.4. Гострота проблеми**

Гостра

Гостра проблема, яка потребує пріоритетного вирішення. Внаслідок дії недоброчесних торговельних практик ціни на продукти харчування необґрунтовано завищені не менше ніж на 8% та стримується розвиток у сфері виробництва харчових продуктів. Наявна ситуація з перенесенням комерційних ризиків на виробників призводить до зниження їх конкурентоздатність, особливо на зовнішніх ринках.

#### **1.5. Динаміка проблеми**

Негативна

Торговельні мережі все більше набувають ринкової влади на ринку роздрібної торгівлі, що дає змогу зловживати недобросовісними торговельними практиками. Про це свідчать дані Державної служби статистики. Останні

тенденції свідчать про скорочення кількості учасників роздрібної торгівлі приблизно на 40% з 2013 року та збільшення питомої ваги торговельних мереж в загальному роздрібному товарообороті України з 50% в 2013 році до 70% в 2019 році.

#### 1.6. Причини проблеми

Причина 1 – Набуття ринкової влади торговельними мережами на ринку роздрібної торгівлі..

Причина 2 – Неналежне нормативно-правове забезпечення

Причина 3 – Недостатня інституційна спроможність та відсутність належної взаємодії між органами влади

Причина 4 – відсутність дієвої державної програми розвитку експорту харчових продуктів.

Причина 5 – неспроможність ринку до саморегуляції спричинена економічною залежністю одних учасників ланцюгу поставок харчових продуктів від інших.

#### 1.7. Показники результативності політики

- Фактичний строк розрахунку з постачальниками за поставлені продукти харчування не перевищує 60 (шістдесяти) днів;
- Збільшення інвестиційних витрат виробників на модернізацію підприємств до 15% (п'ятнадцяти);
- Зниження ціни харчових продуктів на 8% протягом перших двох років запровадження політики;
- Витрати домогосподарств на придбання продуктів харчування становлять не більше 45% (сорока п'яти) всіх доходів;

#### 2. Пропонований курс політики

##### Підцілі

1. Розробка та прийняття нормативно-правових актів щодо запобігання застосування недобросовісних торговельних практик у відповідності до діючого законодавства ЄС.



Показники результативності:

- Кількість розроблених нормативно-правових актів (1 проект закону України)

- Кількість прийнятих нормативно-правових актів (1 закон України)

Завдання до підцілі:

- Розробка нормативно-правових актів щодо ланцюгів поставок харчових продуктів.

2. Введення контролю за дотриманням встановлених максимальних строків здійснення оплати за поставлену харчову продукцію шляхом введення автоматичної системи фіксації порушень на основі електронних баз фіскальних органів.

Показники результативності:

- 70% транзакцій від загальної кількості відповідають встановленим обмеженням

Завдання до підцілі:

- Посилення взаємодії Антимонопольного комітету з фіскальними органами;

- Розробка та впровадження системи автоматичного контролю за дотриманням встановлених максимальних строків здійснення оплати за поставлену харчову продукцію.

4. Розробка проекту державної програми підвищення конкурентоздатності вітчизняної харчової промисловості.

Показники результативності:

- Вітчизняні виробники харчових продуктів збільшили експорт виробленої продукції на 15%.

Завдання до підцілі:

- Виявити та подолати основні перешкоди, що не дають змогу вітчизняним виробникам збільшувати експорт виробленої продукції;

- Встановити пріоритетні країни для експорту та шляхи поглиблення торговельних стосунків;

5. Організація майданчику, що створює умови до саморегуляції в ланцюгах поставок продуктів харчування.

Показники результативності:

- До участі в обговоренні принципів та механізмів саморегуляції залучено таку кількість учасників ринку, що покривають не менше 60% річного рівня виробленої продукції та не менше 60% від річного роздрібного обороту продуктів харчування.

Завдання до підцілі:

- Провести Національний Бізнес Форум з усіма зацікавленими учасниками ланцюгів поставок продуктів харчування щодо встановлення справедливих та недобросовісних торговельних практик;

- Розробити та представити до обговорення Зелену Книгу про недобросовісні торговельні практики;

- Результатом громадських обговорень є підписання Кодексу доброчесної поведінки учасників ланцюгів поставок харчових продуктів;

- Створити арбітражний недержавний орган по контролю за дотриманням правил Кодексу його учасників.

*Висновки до Розділу 3:* В ході особистого спілкування зі представниками виробників продуктів харчування вдалось визначити основні суттєві умови їх співпраці з компаніями, що займаються торговельною діяльністю.

Основними каналами збуту готової продукції являються торговельні мережі, які можуть займати до 80% всієї реалізації підприємства. До 40% займає дистрибуція, та до 10% сягає експорт та продажі державним органам. Це говорить про деградацію каналів збуту та концентрацію в розповсюдженні харчових продуктів.

Цікаво, що один і той самий продукт може бути виготовленим тим самим виробником, але під різними торговельними марками. Власниками торгових

марок можуть бути самі виробники, торговельні мережі або ж інші учасники ринку. Близько половини товарів, що випускається одним підприємством може реалізовуватись під торговельною маркою торговельної мережі, майже стільки ж під маркою виробника. Інколи, підприємство може до 30% виготовляти продукцію під маркою іншого учасника ринку. Продукція, що продається під торговою маркою торговельної мережі розміщується на найкращих торгових місцях, мережа промотує її та в першу чергу намагається збути саме її. За такі ж позиції на полицях магазину та промотування власнику марки необхідно доплачувати. Також, виробники відмічають, що на продукцію виготовлену під маркою мережі кращі умови співпраці, коротші строки оплати, протермінування платежів трапляються рідше. Це підтверджує, що строки відтермінування платежів для виробників є необґрунтовано довгими. Такий підхід ставить продукцію інших торгових марок в неконкурентне становище.

Також було визначено, що середні договірні строки відтермінування платежів за поставлену продукцію суттєво перевищують реальні строки реалізації кінцевому споживачу. І навіть в такому випадку покупці часто не дотримуються встановлених строків та протермінують оплату. Так фактичний строк відтермінування може сягати 150 днів з моменту передачі товару покупцю. Це спричиняє додаткові витрати для виробників, які включаються у вартість продукції та дозволяє торговельним компаніям отримувати безкоштовне кредитування за рахунок споживачів. В середньому це збільшує вартість продукції близько на 10%. Також, торговельні мережі отримують додаткові платежі від виробників за послуги, що часто нав'язуються виробнику. Такі послуги коштують до 10% від вартості реалізованої продукції.

Проведені зустрічі підтвердили інформацію, що містилась в рішенні Антимонопольного комітету України від 29 квітня 2015 року. За цим рішенням торговельні мережі визнавались винними в картельній змові, деякі з фігурантів навіть визнали свою провину. Комітет описав основні умови співпраці постачальників та торговельних мереж. Ці умови не відповідають стану, за яким

ринок працює ефективно та поняттю справедливому розподіленню отриманих результатів роботи ринку.

Втім рішення Антимонопольного комітету України оскаржується в судовому порядку вже майже 5 років. До того ж це відбувається не в рамках одного судового процесу, а кожен фігурант здійснює окреме оскарження. В 2018 році Директор Департаменту досліджень і розслідувань ринків виробничої сфери фармацевтики та ритейлу Ігор Кустовський головував на робочій зустрічі присвяченій темі «Проблемні питання у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері ритейлу». Судячи з повідомлення на сайті Комітету, де окремо виділили присутність представника Української асоціації постачальників торгівельних мереж, саме вони представляли інтереси постачальників торговельних мереж, в тому числі і виробників. Під час проведених зустрічей з виробниками, виявилось, що жоден з них не входить до зазначеної Української асоціації постачальників торгівельних мереж та не знає про її існування. Такий стан справ та підхід не дозволяє Комітету результативно здійснювати захист конкуренції в ланцюгах поставок харчових продуктів.

З метою вирішення проблеми пропонується на першому етапі вирівняти переговорні позиції учасників ланцюгів поставок харчових продуктів шляхом впровадження відповідного законодавства, яке повинно обмежити застосування недобросовісних торговельних практик, а деякі з них заборонити. На другому етапі пропонується напрацювати разом з усіма зацікавленими сторонами ефективний механізм саморегуляції та залучити до нього більшу частину учасників ланцюгів поставок харчових продуктів.

## ВИСНОВКИ

В ході магістерського дослідження за результатами виконання поставлених завдань, автором були зроблені наступні висновки:

1. З метою подолання неспроможності ринку держава має вдаватись до втручання в діяльність суб'єктів з метою захисту конкуренції та забезпечення економічних прав всіх учасників ринку. В структурі державних органів на Антимонопольний комітет України покладений обов'язок по контролю за дотриманням законодавства у сфері захисту конкуренції. На нього покладені обов'язки та повноваження для здійснення такої діяльності. Як показала практика, цей спеціальний орган не може забезпечити захист конкуренції. Дуже добре це ілюструє справа про картельну змову торговельних мереж. В ситуації коли деякі з фігурантів визнали змову, Антимонопольний комітет так і не можу притягнути порушників законодавства до відповідальності вже понад 5 років. В той же час, обговорення проблем торговельних мереж з постачальниками проводиться без залучення представників всіх сторін. Виробників та постачальників на обговореннях представляє організація про існування якої ніхто з опитаних виробників не знає та не має можливості дізнатись про її діяльність чи учасників з відкритих джерел, офіційного сайт не має.

Одна з основних, це інституційна неспроможність, яка в тому числі пов'язана з потенційними корупційними зв'язками. Також, правова база не відповідає сучасним викликам, що стоять державою в сфері продовольчої безпеки.

2. Ланцюги поставок харчових продуктів включає в себе підприємства, що займаються поставкою сировини, її обробкою та переробкою, дистрибуцією готової продукції та роздрібною торгівлею. В рамках ланцюгів поставок товари передаються від менших учасників до більших. Природньо що менші підприємства мають економічну залежність від більших.

В роботі проаналізовані дані Державної служби статистики України, що показуються зміни структури внутрішньої торгівлі. Так, в період починаючи з

2013 по 2017 роки в Україні на 28% зменшилась загальна кількість магазинів. В той самий період збільшився товарообіг юридичних осіб, що займаються торгівлею в порівнянні з іншими учасниками і складає 71,9% в 2017 році проти 51,7% у 2013 році. Дві найбільші мережі сконцентрували близько 20% від загального роздрібного обороту. Таким чином, на ринку роздрібної торгівлі відбувається процес концентрації, що негативно впливає на конкуренцію.

Ситуація, що склалась в ланцюгах поставок потребує зовнішнього втручання. Торговельні мережі, які набули ринкової влади, почали переносити свої комерційні ризики на постачальників, використовуючи недобросовісні торговельні практики. Такі практики несуть в собі суттєвий негативний вплив на харчову промисловість.

3. Недобросовісні торговельні практики використовуються мережами з метою переносу своїх комерційних практик. Вивчивши дані розслідування Антимонопольного комітету щодо картельної змови торговельних мереж та проаналізувавши дані отримані в ході зустрічей з виробниками харчових продуктів, основними видами недобросовісних практик визначені:

- Строки оплати за поставлені харчові продукти, що суттєво перевищують реальних строк реалізації продукції. В ході опитування встановлено, що строк оплати за поставлену продукцію вказаний в договорах складає від 60 до 90 днів, при цьому покупці зазвичай затримують платежі ще строк від 30 до 60 днів. Таким чином реальний термін оплати за продукцію становить від 90 до 150 днів, хоча середній строк реалізації харчової продукції становить близько 30 днів.

- Відмова від замовлення в строки, що недостатні для пошуку альтернативного каналу збуту. У випадку такої відмови постачальник не має можливості знайти інших канал збуту і витрати по виготовленню, зберіганню та логістиці продукції стають прямими збитками виробника. Застосування такої практики не стимулює, а навпаки заохочує покупців менш відповідально ставитись до ефективного планування закупок та торгівлі.

- Великі суми оплат, так званих ретро-бонусів, що виробники повинні здійснювати на користь покупців. Такі суми можуть сягати до 10% від вартості продукції і, відповідно включаються виробниками у собівартість продукції. Ці суми складають по суті бек-маржу торговельних мереж. Тобто торговельні компанії отримують прибуток за рахунок цінової націнки з кінцевих споживачів та за рахунок ретро-бонусів з постачальників. За умови, що середнє домогосподарство в Україні витрачає близько половини своїх доходів на продукти харчування, така ситуація потребує державного втручання.

- Повернення непроданих залишків харчових продуктів. Ця практика так само, як і відмова від замовлення, повністю лягають у вигляді збитків на виробника. Вони заохочуються низько ефективне планування з боку торговельних мереж та призводить до перевиробництва, збільшення харчових відходів, збільшеного забруднення навколишнього середовища.

4. Ситуація по застосуванні недобросовісних торговельних практик в Європейському Союзі схожа до ситуації в Україні. Контрагенти з більшою економічною силою намагаються перекласти свої ризики на менших постачальників. Європейська Комісія декілька разів доповідала про стан справ у ланцюгах поставок харчових продуктів та намагалась ініціювати процеси саморегуляції ринку. Проте, в 2019 році була прийнята Директива, що вводить регулювання по забороні недобросовісних практик. Дана Директива передбачає заборону деяких практик та безпосереднє регламентування певних умов співпраці постачальників та покупців. Ці заборони та регламентування стосується контрагентів з різною економічною силою та на взаємовідносини, якщо хоча б один з їх учасників є контрагентом Європейського Союзу. Так, встановлюються наступні обмеження:

- Для швидкопсувних сільськогосподарських та харчових товарів встановлений строк оплати не більше 30 днів, для інших таких товарів – не пізніше 60 днів. Дата початку відрахування строку оплати відрізняється в залежності від того чи регулярними є поставки, або ж ні.

- Покупцю забороняється скасовувати замовлення в строки, що є обґрунтовано малими для пошуку альтернативного каналу збуту продукції, але в будь-якому випадку менше ніж за 30 днів.

- Забороняється покупцю в односторонньому порядку змінювати умови договору, що стосуються періодичності, способу, місця, термінів або обсягу поставки, умов доставки, стандартів якості, умов оплати та цін на сільськогосподарську та харчову продукцію.

- Не допускається вимагання покупцем від продавця платежів, що не стосуються продажу відповідної продукції.

- З моменту передачі права власності забороняється вимагати від постачальника сплати за зіпсований або ж втрачений товар, якщо це не є наслідком дій постачальника.

- Покупцю заборонено незаконно набувати, використовувати та розкривати комерційні таємниці постачальника.

- Покупцю заборонено погрожувати здійснити комерційну помсту, якщо постачальник виконує свої зобов'язання, навіть якщо він подав скаргу до органів виконавчої влади.

- Заборонено покупцю вимагати компенсацію витрат на розгляд скарг від клієнтів, що стосуються продажу товару за відсутності вини постачальника.

- Покупець не може повертати непродані сільськогосподарські та продовольчі товари постачальнику за його рахунок або ж вимагати плату за їх утилізацію.

- Продавцю заборонено вимагати компенсацію з постачальника в рамках проведення акції.

- Заборонено вимагати оплати на користь покупця за проведення реклами та маркетингових дій.

- Не допускається оплати за послуги з облаштування приміщень, що використовуються для продажу продукції постачальника.



Держави-члени Європейського Союзу повинні прийняти та опублікувати до 01 травня 2021 року законодавчі акти, що приводитимуть національне законодавство у відповідність до норм Директиви. В 2025 році Комісія повинна провести першу оцінку ефективності норм Директиви та, за необхідності, виступити з законодавчими ініціативами.

5. Провівши зустрічі з виробниками харчової продукції, були отримані докази того, що торговельні мережі використовують недобросовісні торговельні практики по відношенню до постачальників. Через їх вплив виробники отримують менші за очікувані прибутки та позбавляються можливості інвестувати в розвиток підприємства та продукт. Це впливає на якість та безпечність продуктів харчування. Відповідно, така ситуація негативно відображається на споживачах, що зазнають обмеження у виборі та доступності до якісних та безпечних харчових продуктів, а також призводить до зменшення конкурентоздатності вітчизняних виробників як всередині країни так і на зовнішніх ринках. Вже зараз товари вітчизняного виробництва витісняються з ринку. Тож деяка сільськогосподарська сировина експортується для переробки за кордон та, після переробки, імпортується в Україну. Це стає можливим завдяки підтримці інших держав своїх товаровиробників. Така ситуація перетворює харчову промисловість в сировинну експортно орієнтовану галузь. В свою чергу, відповідні державні органи не мають змоги захистити конкуренцію, в тому числі через недосконалість нормативно-правової бази та зовнішнє лобіювання інтересів певних груп.

За умови відсутності змін у політиці держави по вирішенню поставленої проблеми, в середньостроковій перспективі велика кількість вітчизняних виробників змушені будуть вийти з ринку припинивши свою діяльність, а їхнє місце на полках торговельних мереж займуть імпортовані товари з-за кордону, що стане суттєвим негативним впливом на економіку країни в цілому.

З цього можна зробити висновок, що недобросовісні торгівельні практики в ланцюгах поставок харчових продуктів несуть загрозу продовольчій безпеці країни і тому потребують втручання держави.

6. На основі аналіз взаємовідносин учасників ланцюгів поставок харчових продуктів було встановлено факт домінування одних над іншими. Це призводить до несправедливості в розподілі ризиків між учасниками, перевиробництва, надмірних відходів та витрат, що відповідно, призводить до зменшення ефективності роботи ринку. Для усунення цієї проблеми, першочергово необхідно зрівняти переговорні позиції між сторонами. Тобто, пропонується запровадити підхід позитивної дискримінації менших підприємств перед більшими. Це дасть змогу на другому етапі заохотити учасників ринку до перемовин щодо досягнення компромісів.

При впровадженні цього підходу державна політика має сконцентруватись на вирішенні двох завдань: запобігання застосування недобросовісних торговельних практик та стимулювання розробки і впровадження механізмів саморегуляції.

З метою вирішення першого завдання необхідно розробити та впровадити законодавчі заборони по застосуванню недобросовісних практик. Таким чином, можна нівелювати суттєвий перекис переговорних позицій між покупцями та постачальниками. За таких умов сторони будуть зацікавлені до проведення консультацій з метою запровадження механізмів саморегуляції учасниками ринку. Держава повинна забезпечити діалог між учасниками ланцюгів поставок та створити майданчик для вироблення механізмів саморегуляції учасниками ринку. Це дасть змогу в майбутньому відмовитись від активного державного втручання та перейти до етапу дерегуляції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кілієвич О.І. Особливості визначення цілей і завдань соціально-економічної політики при впровадженні підходу до її формування, що базується на доказових фактах. *Національні цінності й національні інтереси в системі публічного управління : матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю* (Київ, 12 жовтня 2017 р. / за заг. ред. В. С. Куйбіди, І. В. Розпутенка. - Київ : НАДУ, 2017. – Т. 1.- 392 с. С. 304-308.
2. Дегтярьова І.О. Політика, що заснована на доказах / Публічне управління. Термінологічний словник / бібл. опис. / за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петроє, К., 2018 – с. 117
3. Тертичка В. Опорний конспект лекцій до навчальної дисципліни Доказова політика., URL: <https://www.ipas.org.ua/index.php/library/educational-materials/294-evidence-based-policy> (дата звернення: 06.05.2020).
4. Дослідження державних політик: методологія, процедури та європейські практики: монографія / Л. В. Гонюкова, В. М. Козаков, В. А. Ребкало та ін., за заг. ред. Л. В. Гонюкової, В. М. Козакова. Київ : НАДУ, 2018. – 400 с.
5. Тертичка В. Опорний конспект лекцій до навчальної дисципліни Процес і процедури вироблення політики, URL: <https://www.ipas.org.ua/index.php/library/educational-materials/302-protses-i-protseduri-viroblennja-politiki> (дата звернення: 06.05.2020).
6. Тертичка В. Державна політика: аналіз та здійснення в Україні. – Київ : Основи, 2002. – 750 с.
7. Віскузі В. К., Вернон Д.М., Гарингтон Д.Е. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика. Київ : Основи 2004. 1047 с.
8. Alan Stone, Regulation and Its Alternatives. Washington, D.C. : Congressional Quarterly Press, 1982, p.10
9. Державна політика : підручник / за наук. ред. : Ю. В. Ковбасюк, К. О. Ващенко, Ю. П. Сурмін та ін. – К. : НАДУ, 2014. – 448 с

10. Кілієвич О. “Економічний аналіз державної політики», навч. посібник. – К.: НАДУ, 2011. 78 с.
11. Аналіз політики: концепції і практика, Іван Дзюб, Анатолій Олійник. Український переклад, - К.: ОСНОВИ, 1998. – 655 с
12. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України : Постанова Кабінету Міністрів України від 20 грудня 1997 р. N 1449, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF> (дата звернення: 06.05.2020).
13. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009 року № 632, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-%D0%BF> (дата звернення: 06.05.2020).
14. Дмитренко І.А. Підвищення ефективності державної політики в сфері роздрібної торгівлі. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Torg\\_2014\\_17\\_9.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Torg_2014_17_9.pdf) (дата звернення: 06.05.2020).
15. Конституція України : URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 06.05.2020).
16. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності : Закон України від 02.04.2019 р. №1160-IV, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15> (дата звернення: 06.05.2020).
17. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 13.02.2020 р. №2210-III , URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 06.05.2020).
18. Про недобросовісну конкуренцію : Закон України від 11.12.2019 р. №236/96-ВР, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 06.05.2020).

19. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 19.04.2020 р. №3659-XII, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12> (дата звернення: 06.05.2020).

20. Питання Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства : Постановою Кабінету Міністрів України від 20.08.2014 року №459, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-%D0%BF> (дата звернення: 06.05.2020).

21. Про затвердження Положення про директорат конкурентної політики : наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 27.02.2020 року №370, URL: <https://www.me.gov.ua/Ascod/List?lang=uk-UA&id=d6a26174-d0fd-406b-9c30-7a4043f04eb5&tag=SistemaOblikuPublichnoiInformatsii&fNum=370> (дата звернення: 06.05.2020).

22. Апопій В.В. Сучасні проблеми та пріоритети діяльності торговельних підприємств, URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Torg\\_2019\\_24\\_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Torg_2019_24_3.pdf) (дата звернення: 06.05.2020).

23. Офіційний сайт Державної служби статистики, статистична інформація, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.05.2020).

24. Офіційний сайт корпорації АТБ, URL: <https://atb.ua> (дата звернення: 06.05.2020).

25. Офіційний сайт групи компаній Фоззі Груп, URL: <https://www.fozzy.ua/ua/> (дата звернення: 06.05.2020).

26. Власник "Сільпо" і "Фора" збільшив оборот на 25% за рік. Економічна правда, URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/04/17/647107/> (дата звернення: 06.05.2020).

27. Підсумки півріччя: топ-10 продуктових мереж України за кількістю магазинів (інфографіка), URL: <https://rau.ua/novyni/top-10-produktovyh-setej-ukraine/> (дата звернення: 06.05.2020).

28. Топ-10 продуктових мереж України за сумарною торгівельною площею, URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/top-10-retailers/> (дата звернення: 06.05.2020).

29. Встояти перед АТБ: як закарпатський рітейлер Лечо конкурує з національними гравцями, URL: <https://rau.ua/novyni/regional-novini/zakarpatskyi-ritejler-lecho/> (дата звернення: 06.05.2020).

30. Структура грошових витрат домогосподарств України за 17 років (2002-2018 роки), Інфографіка, Державна служба статистики, URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2020/domogosp/sgvd\\_2002\\_2018.png](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2020/domogosp/sgvd_2002_2018.png) (дата звернення: 06.05.2020).

31. Лист ДФС від 08.11.2016 № 24033/6/99-99-14-03-03-15 <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovyi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-yuridichnih-osib/70278.html> (дата звернення: 06.05.2020).

32. Витяг з рішення 182-р від 29 квітня 2015 року Антимонопольного комітету України, Київ, URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=113528&schema=main> (дата звернення: 06.05.2020).

33. Аналіз стану здійснення правосуддя при розгляді господарських справ у 2018 році, URL: [https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/Analiz\\_KGS\\_2018\\_1.pdf](https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/Analiz_KGS_2018_1.pdf) (дата звернення: 06.05.2020).

34. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в российской федерации : Федеральный закон: редакція від 25.12.2018 р., URL: <https://www.zakonrf.info/doc-16539705/> (дата звернення: 06.05.2020).

35. «О ходе реализации Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/parliamentary/79240/> (дата звернення: 06.05.2020).

36. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS, A better functioning food supply chain in Europe, Brussels, 28.10.2009, COM(2009) 591. URL: [https://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/pages/publication16061\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/economy_finance/publications/pages/publication16061_en.pdf) (дата звернення: 06.05.2020).

37. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions, Tackling unfair trading practices in the business-to-business food supply chain, Strasbourg, 15.7.2014 COM(2014) 472 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0472&from=EN> (дата звернення: 06.05.2020).

38. REPORT on unfair trading practices in the food supply chain (2015/2065(INI)), A8-0173/2016, 4.5.2016, European Parliament, Plenary sitting, URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0173\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0173_EN.pdf) (дата звернення: 06.05.2020).

39. Directive (eu) 2019/633 of the European Parliament and of The Council of 17 April 2019, Official Journal of the European Union, 25.4.2019, URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/633/oj> (дата звернення: 06.05.2020).

40. В АМКУ обговорили проблемні питання, які виникають у процесі співпраці торговельних мереж та постачальників у сфері рітейлу, 08 червня 2018 року, URL: <https://amcu.gov.ua/news/v-amku-obgovorili-problemni-pitannya-yaki-vinikayut-u-protsesi-spivpratsi-torgovelnikh-merezh-ta-postachalnikiv-u-sferi-riteylu> (дата звернення: 06.05.2020).

41. Українська асоціація постачальників торговельних мереж, URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F\\_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0)

[%BA%D1%96%D0%B2 %D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85 %D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6](#) (дата звернення: 06.05.2020).

42. Борисенко З. Питання реформи конкурентної політики та монополізації гостро стоять на порядку денному України. [https://dt.ua/zepovit/konkurentna-borotba-334082\\_.html](https://dt.ua/zepovit/konkurentna-borotba-334082_.html) (дата звернення: 06.05.2020).

43. Олександр Дякулич, Маріанна Бек, «Потрапити на поліцію, або мережевий ефект», URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/antimonopolne-konkurentne-pravo/konkurenciya-vrozdrib.html> (дата звернення: 06.05.2020).



## ДОДАТОК 1

Перелік питань, що розглядались під час зустрічей з виробниками  
харчових продуктів

1. Відмітьте канали збуту готової продукції та в якій пропорції, які використовує Ваша компанія:		
а)	Торгівельні мережі	
б)	Фірмові магазини	
в)	Регіональна дистрибуція	
г)	Державні підприємства або органи	
д)	Експорт	
е)	Інше	
2. Відмітьте під торговими марками яких учасників ринку та в якій пропорції ви виготовляєте продукцію:		
а)	Вашого підприємства	
б)	Торгових мереж	
в)	Інших учасників ринку	
3. Вкажіть середній строк сплати, що вказаний в договорах на поставку готової продукції:		
а)	Торгівельні мережі	
б)	Регіональна дистрибуція	
в)	Державні підприємства або органи	
г)	Експорт	
д)	Інше	
4. Вкажіть середній строк протермінування сплати, що має місце при поставці готової продукції (кількість днів після настання строку оплати по договору):		
а)	Торгівельні мережі	
б)	Регіональна дистрибуція	
в)	Державні підприємства або органи	
г)	Експорт	
д)	Інше	
5. Чи здійснюються додаткові платежі Вашою компанією в адресу клієнта (ретро бонуси, плата за введення товарної позиції і т.д). Якщо так, вкажіть середній відсоток від вартості готової продукції.		
а)	Так	
б)	Ні	
6. Вкажіть, чи є у Вас в роботі з клієнтами наступні умови:		

а)	повернення не проданого товару за рахунок постачальника	
б)	гарантія найнижчої ціни для певного клієнта	
в)	обов'язок зниження відпускної ціни для участі в "акції"	
г)	використання послуг певної компанії з метою реалізації готової продукції (логістичних, маркетингових та ін.)	