

Регулювання взаємовідносин суб'єктів внутрішньої торгівлі споживчими товарами



Ігор ГАРБАРУК
експерт з торгівлі

відкрита лекція

18.09.2015

11:40

Rank	Name	Net Worth	Age	Residence	Source
1	 Bill Gates	\$54 B	54	Medina, CA	Microsoft
2	 Warren Buffett	\$45 B	80	Omaha, NE	Berkshire Hathaway
3	 Larry Ellison	\$27 B	66	Woodside, CA	Oracle
4	 Christy Walton	\$24 B	61	Jackson, TN	Walmart
5	 Charles Koch	\$21.5 B	74	Wichita, KS	manufacturing, energy
5	 David Koch	\$21.5 B	70	New York, NY	manufacturing, energy
7	 Jim Walton	\$20.1 B	62	Fayetteville, AR	Walmart
8	 Alice Walton	\$20 B	61	Fort Worth, TX	Walmart
9	 S. Robson Walton	\$19.7 B	66	Bentonville, AR	Walmart
10	 Michael Bloomberg	\$18 B	68	New York, NY	Bloomberg

\$4,3

ТРИЛЬЙОНА
TOP-250 «Global Powers of Retailing»

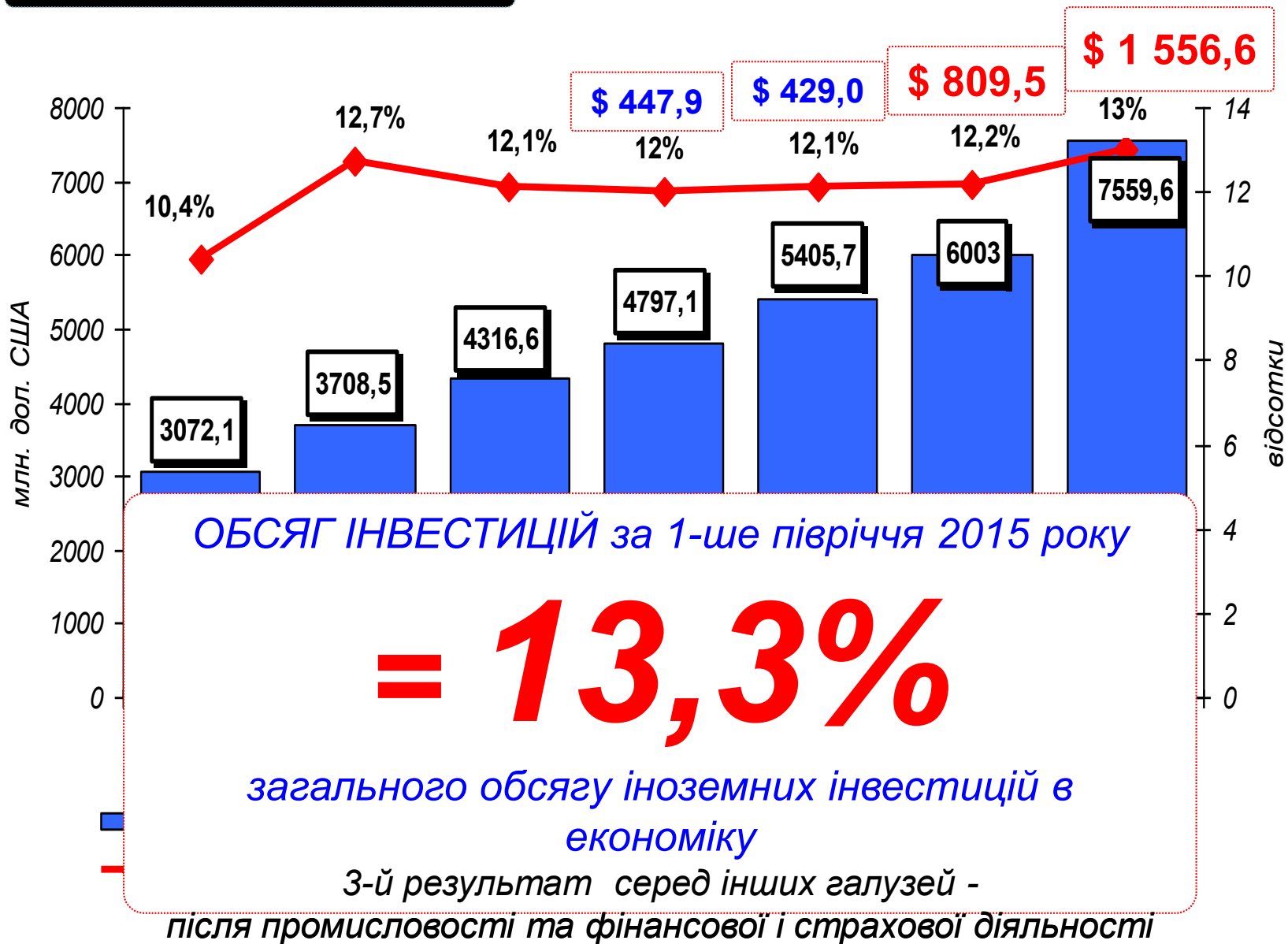
Рейтинг «Global Powers of Retailing 2015» (TOP-250) компанії Deloitte

Місце в рейтингу	Мережа	Країна	\$ млрд.	Динаміка за 5 років
1	<i>Wal-Mart Stores, Inc</i>	U.S.	476,294	+ 3.3%
2	<i>Costco Wholesale Corporation</i>	U.S.	105,156	+ 7.7%
3	<i>Carrefour S.A.</i>	France	98,688	- 3.0%
4	<i>Schwarz Unternehmens Treuhand KG («LIDL»)</i>	Germany	98,662	+ 6.5%
5	<i>Tesco PLC</i>	U.K.	98,631	+ 2.9%

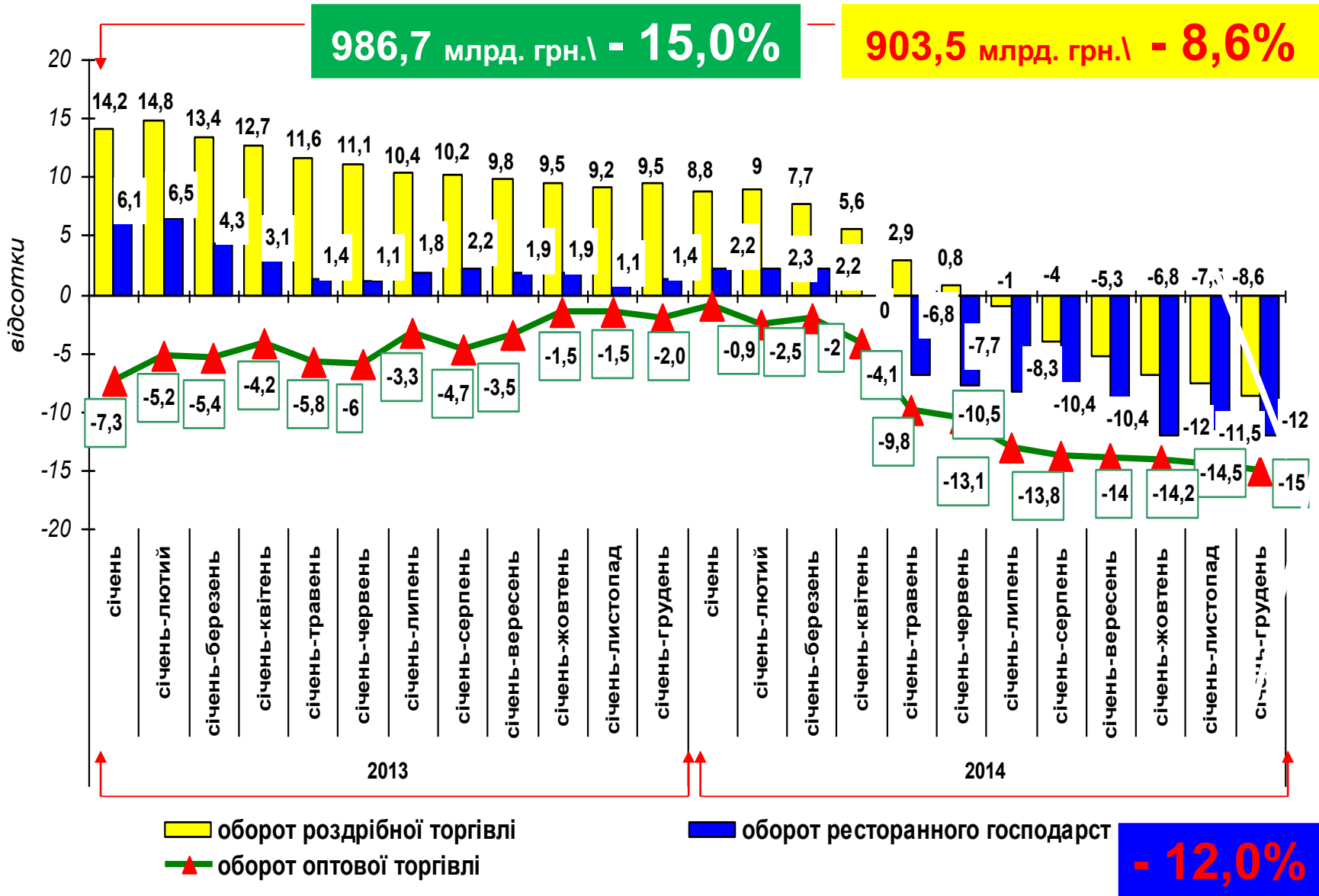
Рейтинг «Global Powers of Retailing 2015» (TOP-250) компанії Deloitte

Місце в рейтингу	Мережа	Країна	\$ млрд.	Динаміка за 5 років
55	<i>OJSC Magnit</i>	Russia	18,197	+ 27.9%
58	<i>X5 Retail Group N.V.</i>	Russia	16,758	+ 15.0%
166	<i>OJSC Dixy Group</i>	Russia	5,628	+ 30.2%
192	<i>OJSC Company M.video</i>	Russia	4.657	+ 16.8%
196	<i>Lenta Group</i>	Russia	4,539	+ 23.2%
206	<i>O'Key Group S.A.</i>	Russia	4,330	+ 22.3%

ІНВЕСТИЦІЇ



показники за січень-грудень 2014 вказані без врахування даних тимчасово окупованої території АРК і Севастополя



- 12,0%

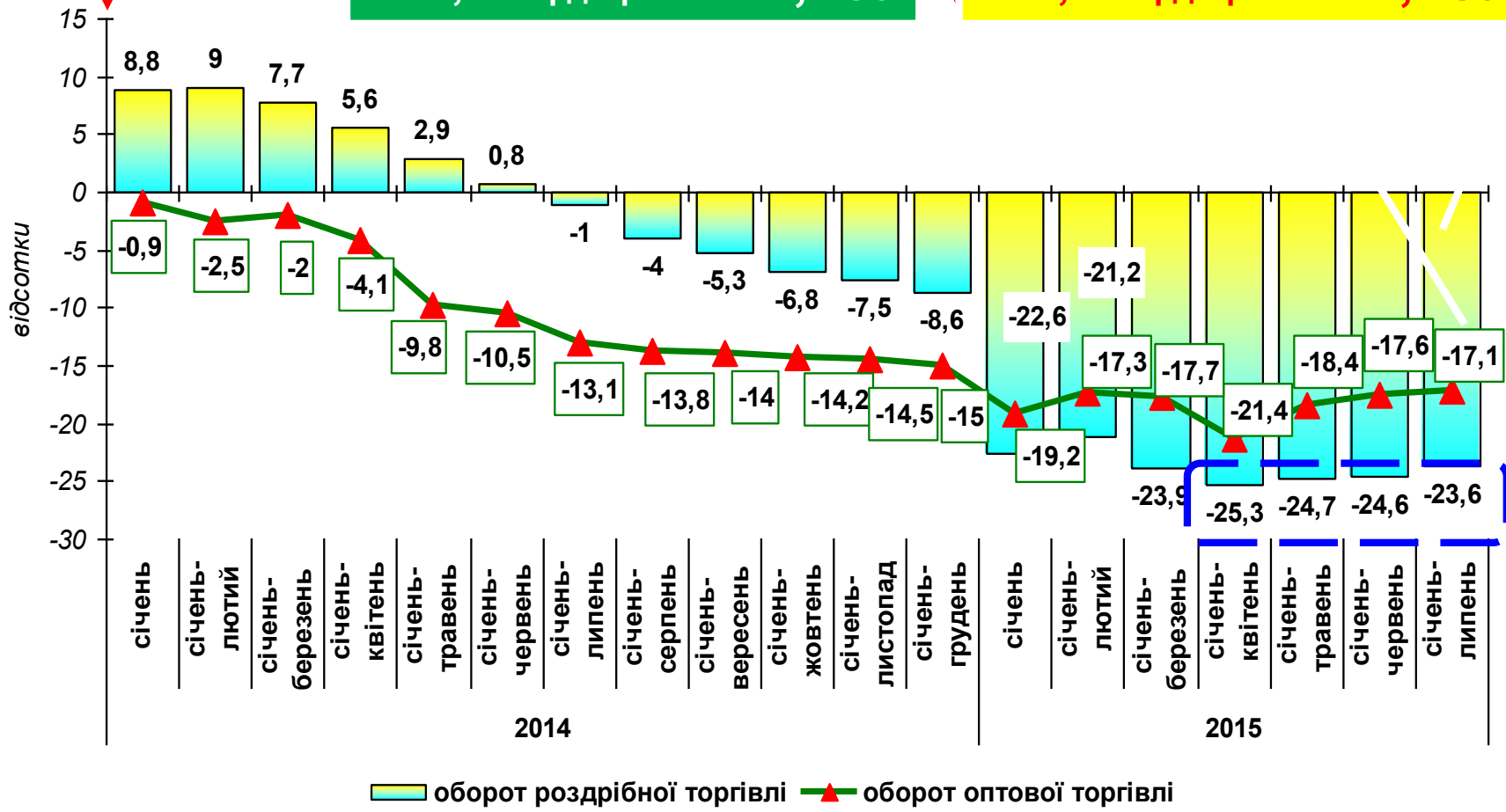
*Зміна об'єму ТО підприємств
оптової, роздрібної торгівлі і ресторанного господарства в 2013-2014
(у % до відповідного періоду попереднього року)*

igor@garbaruk.org

показники вказані без врахування даних тимчасово окупованої території
АРК і Севастополя

617,2 млрд. грн. \ - 17,1%

599,9 млрд. грн. \ - 23,6%

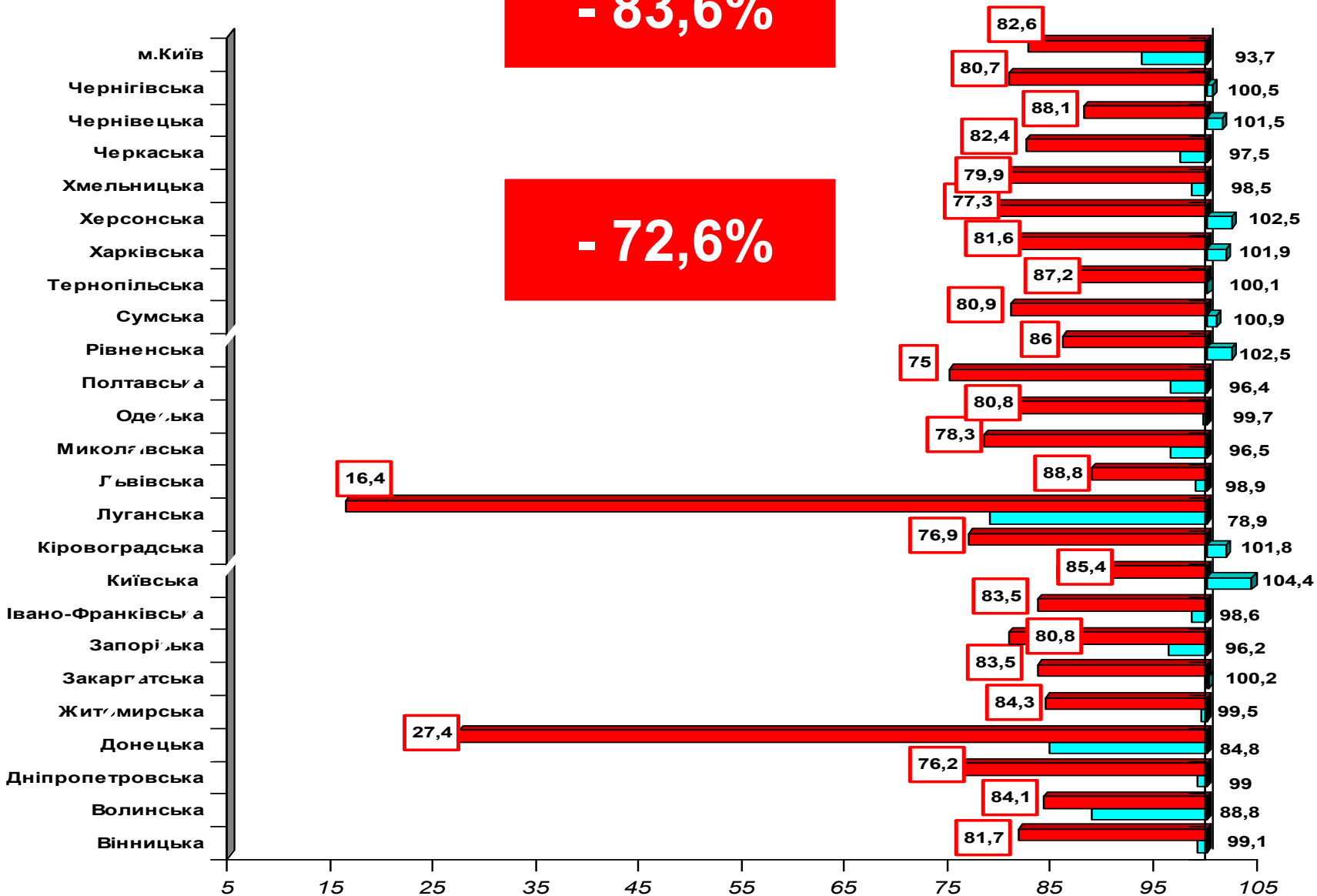


*Зміна об'єму ТО підприємств
оптової і роздрібної торгівлі – січень липень 20145
(у % до відповідного періоду попереднього року)*

igor@garbaruk.org

- 83,6%

- 72,6%



Темпи зміни роздрібного ТО підприємств (юр.особи) в розрізі регіонів за січень-липень 2014-2015
(у % до відповідного періоду попереднього року)

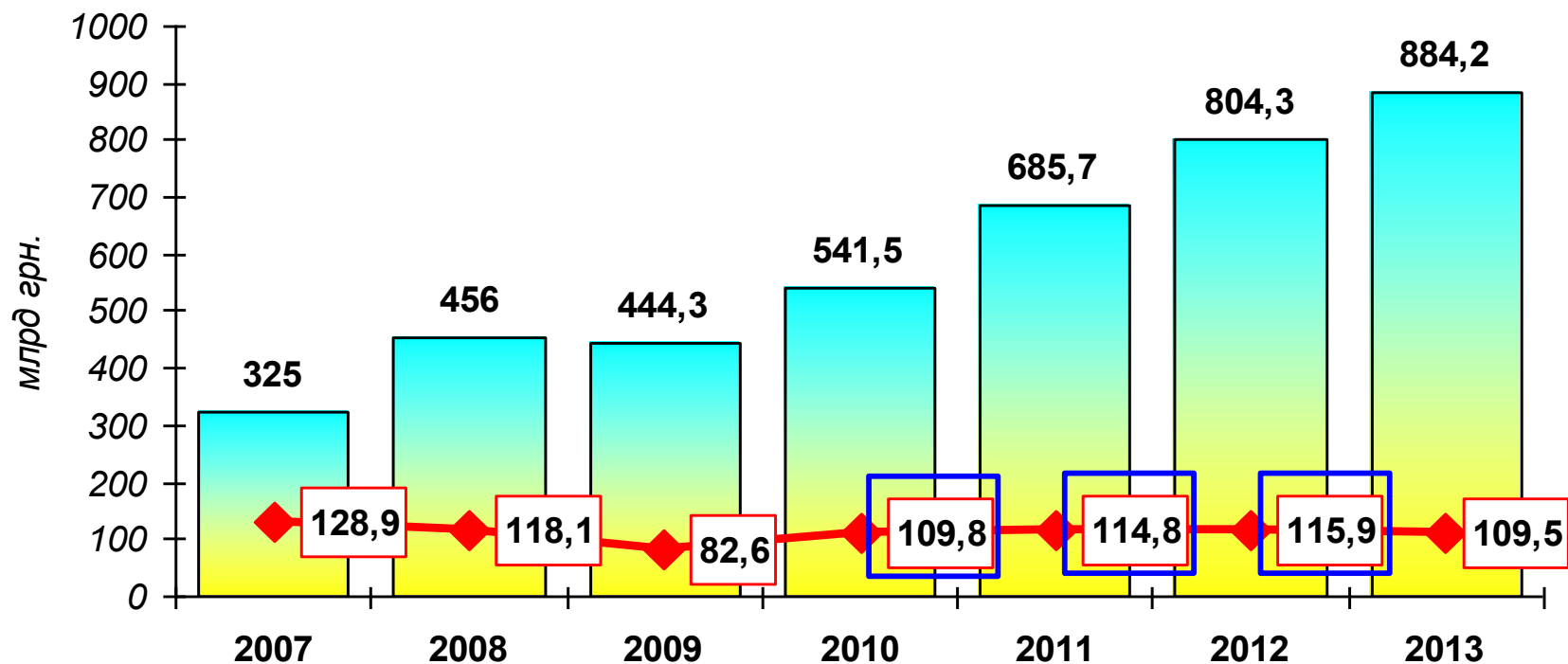
■ 2014 ■ 2015

2005 рік, міжнародний рейтинг «Global Retail Development Index»

«3» місце

серед TOP-30 країн найбільш привабливих для інвестицій в сфері

рітейлу
Оборот роздрібно́ї торгівлі
(2007-2013 роки)



■ обсяг обороту роздрібно́ї торгівлі, млрд. грн.

◆ зміни обсягу обороту роздрібно́ї торгівлі, у % до попереднього року

СПОЖИВАЧ ??? ...

- купує тільки обмежений мінімум продуктів*
- зменшує свій середній чек за рахунок придбання більш дешевих товарів*
- скорочує кількість придбани SKU та їх споживання*
- відмовляється від придбання якісних товарів та переходить на менш якісні, але значно дешевші товари*
- подрібнює свою покупку між декількома торговими операторами – бажаючи придбати більшу кількість акційних товарів з мінімальною націнкою*



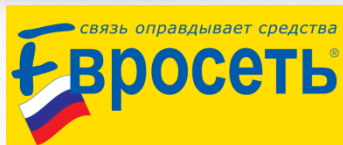
Е В Г Е Н И Й
Ч И Ч В А Р К И Н



Когда падает
экономика,
нужно торговать
дешевой едой!

42 610 936

[/countrymeters.info/](http://countrymeters.info/)



ПРОДАВЕЦЬ ~~WAR~~ ПРОДАВЕЦЬ

ПОСТАЧАЛЬНИК ~~WAR~~ ПОСТАЧАЛЬНИК

ПРОДАВЕЦЬ ~~WAR~~ ПОСТАЧАЛЬНИК

ПАРТНЕРСТВО чи ПРОТИСТОЯННЯ ?!..



ПРОБЛЕМАТИКА

РІТЕЙЛЕР

- 1 Систематичні вимоги зниження «вхідної ціни» (що може дозволити зробити вище власну націнку) - поряд зі збільшенням рівня додаткових платежів.
- 2 Прагнення отримати у постачальника весь спектр **додаткових платежів** - у вигляді передоплати за майбутнє надання послуг.
- 3 Збільшити **відстрочку власних платежів** постачальнику за реалізований товар - з метою оптимізації процесу управління власними фінансами.
- 4 **Недотримання платіжної дисципліни** - як штучна можливість безвідсоткового «мікрокредитування» власної операційної діяльності.
- 5 Бажання **структурувати власну заборгованість** за рахунок переведення її в статус так званих «товарних кредитів».
- 6 Прагнення 100%-кового виконання постачальником замовлення. При цьому, **накладення штрафів**: за поставку не в повному обсязі, порушення строків поставки, тощо.

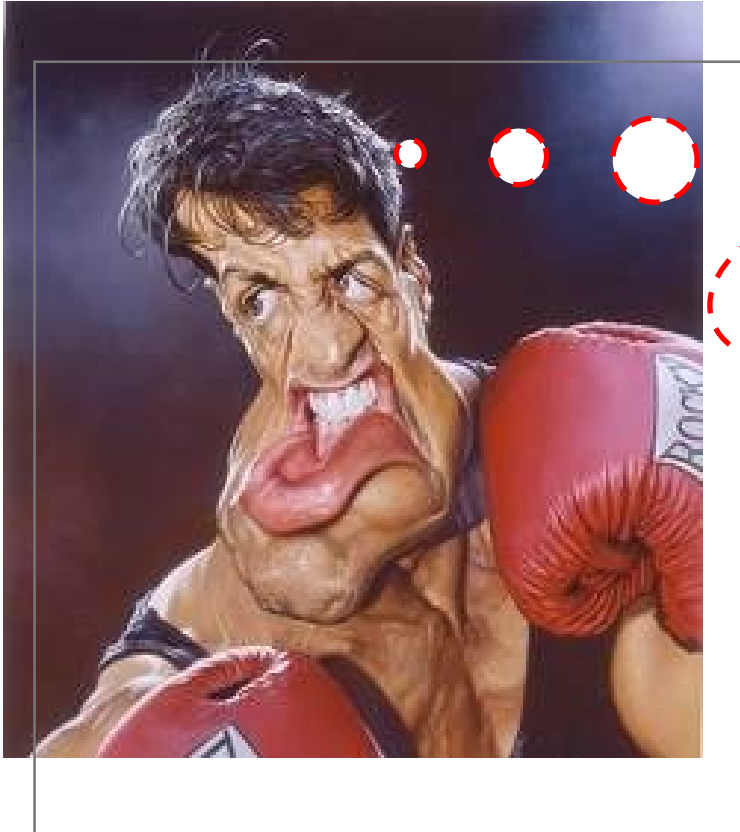
ПРОБЛЕМАТИКА

ПОСТАЧАЛЬНИК

- | | |
|----|---|
| 7 | <i>Прагнення слідувати принципу: «поставив товар = отримав оплату», без врахування затребуваності товару споживачами та необхідності додаткових інвестицій в його просування в ТТ мережі</i> |
| 8 | <i>Прагнення максимізувати замовлення продукції з боку мережі без урахування рівня її оборотності - з метою зменшити замовлення товару конкурентів</i> |
| 9 | <i>Відсутність гарантій стабільно високої якості товару та стабільності поставок</i> |
| 10 | <i>Непередбачуваність в питаннях стабільності цінової політики - підвищення вхідної ціни без попереднього узгодження</i> |
| 11 | <i>Небажання стандартизувати свої бізнес-процеси під структуру роботи кожної мережі (документообіг, система та контроль поставок, різний підхід до планування ...)</i> |

ПОСТАЧАЛЬНИК

ЗАВДАННЯ! - задовольнити найбільшу кількість споживачів, реалізувавши найбільшу кількість товарів власного виробництва



1. Продажі падають ...
2. Конкуренція зростає...
3. Кредитори тиснуть...
4. Мережі не платять ...
5. Залишки зростають?!

РІТЕЙЛЕР

ЗАВДАННЯ! - задовольнити найбільшу кількість споживачів, які є потенційно можливими покупцями його ТТ, надавши їм можливість придбання максимальної кількості товарів, які їм виробники надали для реалізації



1. Як зацікавити покупця...
2. Знижувати ціни чи ні...
3. На які товари...
4. На скільки...
5. За рахунок чого?!

РІТЕЙЛЕР

1	замовлення високо маржинального товару - мінімальне
2	замовлення товарів економ-сегменту - збільшується
3	ротація товарів – систематична
4	зміна планограми магазину - з виділенням зони економ.товарів
5	навантаження персоналу збільшується
6	збитки, списання - ростуть
7	збитки зростають, а ТО падає
8	збитки зростають, а ТО падає
9	збитки зростають, а ТО падає
10	збитки зростають, а ТО падає
11	постачальники скорочують виконання заявок на поставку
12	кредиторська заборгованість - росте
13	відвантаження припиняються = Out of Stock
14	кваліфікований персонал звільняється
15	прибутковість знижуються - збитки збільшуються

ПОСТАЧАЛЬНИК

1	<i>дешевий продукт з високою оборотністю – вимога часу</i>
2	<i>необхідність ротації і скорочення асортиментної лінійки</i>
3	<i>незадіяні виробничі лінії</i>
4	<i>скорочення персоналу</i>
5	<i>інвестиції для реорганізації виробництва</i>
6	<i>рентабельність - мінімальна</i>
7	<i>конкуренція - посилюється</i>
8	<i>залишки товару (stock) - ростуть</i>
9	<i>необхідність додаткової рекламної підтримки</i>
10	<i>збільшення витрат на зберігання та перевезення товару</i>
11	
12	
13	
14	
15	<i>необхідність розпродажу товару за демпінговими цінами</i>

«В кожного – СВОЯ правда!»

- *«Товар не важливий - важливе тільки вміння продавати !!!»*



- *«Що ви будете продавати, якщо ми вам не дамо товар???»*



КОРПОРАТИВНІ ВІЙНИ –

прихований інструмент впливу на зростання інфляції:

- 1. робота всіх учасників процесу, від виробництва до реалізації товару, в умовах мінімальної рентабельності і пресингу;*
- 2. неймовірна конкуренція в економ сегменті і вимушений відхід з ринку невеликих операторів;*
- 3. необхідність доп.інвестицій в модернізацію і просування;*
- 4. зростаючі кредитні зобов'язання;*
- 5. збільшення термінів оплат та дебіторської заборгованості;*
- 6. необхідність надання «товарних кредитів»;*
- 7. необхідність постійної оптимізації та скорочення витрат;*
- 8. зниження якості;*
- 9. падіння продажів;*
- 10. незадіяні вільні виробничі потужності.*

ЩО ТАКЕ ІНФЛЯЦІЯ?!..

*це вартість **ПОМИЛОК** на стратегічному рівні управління, допущених в кожному секторі економіки країни*

**ПОМИЛОК,
за які платить
СПОЖИВАЧ!**



ХТО?!..

може виступити в ролі дерегулятора взаємин між постачальником і ритейлером?!



ЗАКОНОДАВСТВО



Основними нормативно-правовими актами які регулюють відносини під час здійснення торговельної діяльності, є:

- a. Податковий,
- b. Господарський,
- c. Земельний та
- d. Цивільний кодекси України.

Закони України:

1. *"Про захист прав споживачів"*;
2. *"Про ліцензування певних видів господарської діяльності"*;
3. *"Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг"*;
4. *"Про безпечність та якість харчових продуктів"*;
5. *"Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів"*;
6. *"Про ціни і ціноутворення"*.



Постанови Кабінету Міністрів України:

1. від 30.07.1996 № 854 "Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями";
2. від 20.12.1997 № 1442 "Про затвердження Правил роздрібної торгівлі нафтопродуктами";
3. від 15.06.2006 № 833 "Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів";
4. від 11.11.2009 № 1200 "Про затвердження Порядку здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери";
5. від 30.03.2011 № 383 "Про затвердження Правил торгівлі у розстрочку фізичним особам".

Накази :

1. *Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.1995 № 37 “Про затвердження Правил комісійної торгівлі непродовольчими товарами”;*
2. *Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 № 369 “Про затвердження Правил роботи дрібнороздрібної торговельної мережі”;*
3. *Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.1997 № 2 “Про затвердження Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно торгівлі та закладах ресторанного господарства”;*
4. *Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 26.02.2002 № 57/188/84/105 “Про затвердження Правил торгівлі на ринках”;*
5. *Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 218 “Про затвердження Правил роздрібно торгівлі тютюновими виробами”;*
6. *Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 № 185 “Про затвердження Правил роздрібно торгівлі продовольчими товарами”;*
7. *Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 103 “Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями”;*
8. *Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 104 “Про затвердження Правил роздрібно торгівлі непродовольчими товарами”;*
9. *Міністерства економіки України, Міністерства транспорту та зв'язку України від 11.06.2008 № 206/699 “Про затвердження Правил продажу товарів поштою”.*
10. *Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 219 “Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства”.*

ДИСКУСІЙНІ ПИТАННЯ

Закон України “Про внутрішню торгівлю”

1	<i>Встановлення чітких строків розрахунків торгівлі з постачальниками продовольчих товарів за соціально значущі продовольчі товари</i>
2	<i>Заборона на стягнення плати за надання маркетингових послуг (бонуси, реклама, т.д.) під час реалізації соціально значущих продовольчих товарів</i>
3	<i>Суб'єкт господарювання, який провадить дистанційну торгівлю, повинен мати офісне приміщення, в якому він здійснює зберігання документів, пов'язаних з господарською діяльністю (в тому числі з купівлі-продажу товарів)</i>
4	<i>Алкоголь і тютюнові вироби реалізуються у спеціалізованих магазинах або у відокремлених від інших товарів приміщеннях (відділах, секціях) з обладнаним місцем розрахунку.</i>
5	<i>Проводити торговельну діяльність у <u>магазинах</u> площею ПОНАД 200 кв.м. можуть лише суб'єкти господарювання, які застосовують загальну систему оподаткування</i>

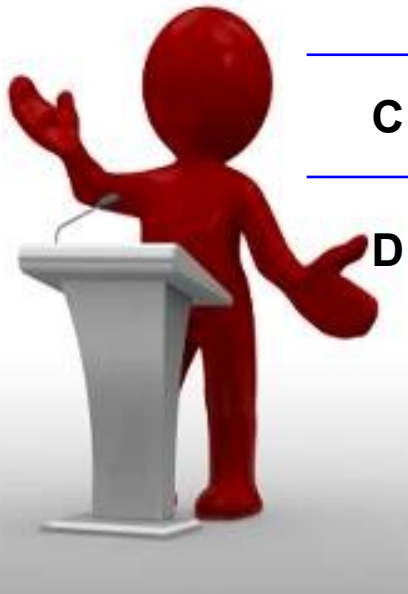
КОДЕКС СУМЛІННИХ ПРАКТИК

взаємовідносин між торговельними мережами та постачальниками споживчих товарів

(перелік рекомендованих практик на основі визнання принципу рівності всіх учасників комерційних взаємовідносин)

Цілі розробки:

A	<i>Забезпечення балансу комерційних інтересів мереж і постачальників та підвищення ефективності їх взаємодії</i>
B	<i>Дотримання етичних правил використання ринкової сили і сприяння розвитку добросовісної конкуренції</i>
C	<i>Оптимізація витрат в загальному ланцюжку поставок</i>
D	<i>Задоволення потреб споживачів в стабільно якісних товарах за оптимальною ринковою ціною</i>



ТЕНДЕНЦІЇ



Частка найбільших мереж України /2012/
в роздрібному ТО:

- TOP-10 = **23,7%**
- TOP-5 = **19,3%**

Для порівняння:

- Угорщина, TOP-10 = **88%**
- Словенія, TOP-10 = **99%**
- Великобританія, TOP-4 = **86%**
- Німеччина, TOP-5 = **65%**
- Франція, TOP-5 = **85%**

ПРИКЛАДИ ЗАКОНОДАВСТВА



Великобританія	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Кодекс добросовісної поведінки супермаркетів щодо постачальників, 2002 р.</i>
Франція	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Торговий кодекс, 1807 р.</i><input type="checkbox"/> <i>Торговий кодекс, 2004 р.</i><input type="checkbox"/> <i>Закон про модернізацію економіки, 2004 р. (також встановлює норми захисту конкуренції у сфері торгівлі)</i>
Німеччина	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Німецьке торговельне укладання, 1897 р.</i><input type="checkbox"/> <i>Федеральний Закон "Про міське та сільське планування», 1968</i>
Польща	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Кодекс торговельних організацій</i>
США	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Єдиний торговий кодекс, 1913 р.</i>
Росія	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Закон про засади державного регулювання, 2010 р.</i>
Україна	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> <i>Звід Правил торгівлі затверджений наказом Мінторгу СРСР та Мінторгу УРСР у 60-х рр. (діяв до 1995 р.);</i><input type="checkbox"/> <i>Постанова щодо Порядку провадження торговельної діяльності, 2006 р.</i>

НІМЕЧЧИНА

*Federal law on town and country planning of 1968 and amendments
federal Decree dated 23 January 1990 relative to the land use*



Правила територіального розміщення торгових об'єктів

При відкритті торгових об'єктів площею менше 700 кв.м. діє спрощена система отримання дозволу.

Вважається, що відкриття торгового об'єкту площею понад 1 200 кв.м. автоматично здійснить негативний вплив на міську інфраструктуру та розвиток (доки не буде доведено зворотне).

Заборонено розміщувати крупні торгові комплекси ближче, ніж в 10 км. від великих міст.

*Рішення щодо розміщення торгових об'єктів приймаються:
муніципальними адміністраціями.*

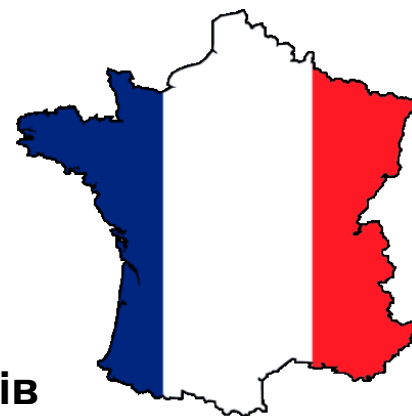
Регулювання рівня цін, що встановлюються торговими об'єктами

ЗАБОРОНЕНО - продавати товар нижче рівня його собівартості.

ДОЗВОЛЕНО - знижувати ціни сезонних харчових продуктів або продуктів, термін придатності яких завершується.

ФРАНЦІЯ

Royer Law, Doubin Law, Sapin Law, Raffarin Law



Правила територіального розміщення торгових об'єктів

Для відкриття магазину площею від 1 500 кв.м. необхідно пройти походження спеціально створеної комісії, що оцінює шкоду, яку може принести будівництво місцевій інфраструктурі.

Для відкриття магазину площею більше 300 кв.м необхідно отримати спеціальну ліцензію.

Критерії видачі ліцензії: вплив магазину на рівень зайнятості регіону, стан навколишнього середовища та інше.

Рішення щодо розміщення торгових об'єктів приймаються: локальними чиновниками, що працюють на виборних посадах.

Регулювання рівня цін, що встановлюються торговими об'єктами

ЗАБОРОНЕНО:

- продавати товар нижче рівня його собівартості;*
- вирівнювати ціни на загальному рівні;*
- брати бонуси за включення в асортимент продажів новинок;*
- використовувати виключення зі списку постачальників торгового об'єкту в якості шантажу за отримання кращих умов поставок.*

ІРЛАНДІЯ

*Planning and Development Act 2000.
Retail Planning Guidelines dated 2 January 2001*



Правила територіального розміщення торгових об'єктів

Торгові площі продовольчих супермаркетів обмежені розміром 3 000 кв.м.

В столиці площа продовольчих супермаркетів може складати до 3 500 кв.м.

Площа непродовольчих торгових гіпермаркетів може складати не більше 6 000 кв.м.

ПОЛЬЩА



Регулювання торговельної діяльності

Законодавство щодо регулювання торгової діяльності перекликається з французьким.

Існує ряд обмежень для будівництва магазинів де торговельний зал більше 400 кв.м.

Для відкриття магазину площею більше 2 000 кв.м. необхідно пройти експертизу щодо комерційної доцільності проекту та отримати відповідне погодження.

Встановлюється плата за будівництво (з кв.м.), торговельна площа залишається незмінною протягом дії дозволу.

Уряд слідкує, щоб не супер- та гіпермаркети не застосовували демпінгові ціни по відношенню до невеликих магазинів.

США



Правила територіального розміщення торгових об'єктів

Регулювання територіального розміщення торгових об'єктів є сферою відповідальності штатів, а частіше – окремих міст.

Критерії розміщення є різними в кожному штаті.

Зазвичай до них відносяться: асортимент, рівень зайнятості та стан навколишнього середовища.

Рішення щодо розміщення торгових об'єктів приймаються: локальними радами по територіальному зонуванню та розміщенню.

ЄС



На території ЄС з 1 березня 2013 року набула чинності Директива Європейського парламенту та Ради № 211/7/EU "Про заходи при несвоєчасній оплаті в торгових транзакціях".

Директивою встановлюється максимальний термін оплати 30 днів, який можна продовжити щонайбільше до 60 днів.

Збільшено штрафні санкції за прострочення оплати.

ЛАТВІЯ

Negodīgas mazumtirdzniecības prakses aizlieguma likums



*21 травня 2015 року Латвійським Сеймом прийнятий
«Закон про заборону нечесної практики в роздрібній торгівлі»*

Законом передбачається термін оплати для продовольчих товарів (з терміном придатності не більше 25 днів) не більше 30 днів з дня їх поставки.

Термін оплати овочів - не більше 20 днів з дня поставки товарів

Рітейлерам по відношенню до постачальників також заборонено:

- нав'язувати і стягувати так звану "плату за полиці";*
- змушувати компенсувати збитки в результаті недоотриманого прибутку від продажу товарів і витрати, пов'язані з відкриттям нових та оновленням старих магазинів;*
- обмежувати їх право домовлятися з іншими роздрібними мережами про нижчу ціну на вироблені і поставлені ними товари.*

Штраф за порушення закону може скласти 0,2% від нетто-обороту торгового підприємства за останній звітний рік.



Посилання на авторські тематичні матеріали

- <http://www.business.ua/articles/companies/Pora-prekratit-zaigryvat-c-obschestvom-i-biznesom%C2%A0-103703/> - «Пора прекратить заигрывать с обществом и бизнесом», газета «БІЗНЕС», 06.07.2015
- <http://www.trademaster.ua/articles/1334> - «Товарооборот порождает доход», портал роздрібної торгівлі «TradeMaster», 04.06.2014
- <http://trademaster.ua/articles/1420> - «Хронические болезни FMCG-ритейла», портал роздрібної торгівлі «TradeMaster», 21.08.2014
- <http://www.dsnews.ua/politics/garbaruk> - «Игорь Гарбарук: Наши рынки превратились в «шанхай-базары», «Деловая Столица», 23.02.2013

Ігор ГАРБАРУК



викладач
Кафедри торговельного
підприємництва
КНТЕУ

1 експерт з торгівлі - проблематика взаємовідносин виробників товарів щоденного вжитку та роздрібних торговельних мереж

2 спікер та модератор профільних рітейл-форумів, всеукраїнських та міжнародних конференцій

Працював на керівних посадах у національних виробничо-торговельних холдингах (корпорація «Олімп», мережа супермаркетів «Фуршет»).

3 В період 2011-2013 - директор Департаменту розвитку торгівлі «Міністерства економічного розвитку і торгівлі України».

2015 – Радник Міністра екології та природних ресурсів України

*ЯКЩО ВАМ СПОДОБАЛАСЬ
ПРЕЗЕНТАЦІЯ –
ПОДІЛІТЬСЯ НЕЮ З ДРУЗЬМИ
:)*

