

Національний університет "Києво-Могилянська академія"
Києво-Могилянська школа врядування
Кафедра суспільного врядування

2019/2020 навч. рік

Аналітична записка

**Дії недоброчесної конкуренції з боку торговельних мереж стосовно
постачальників продуктів харчування**

Анотація

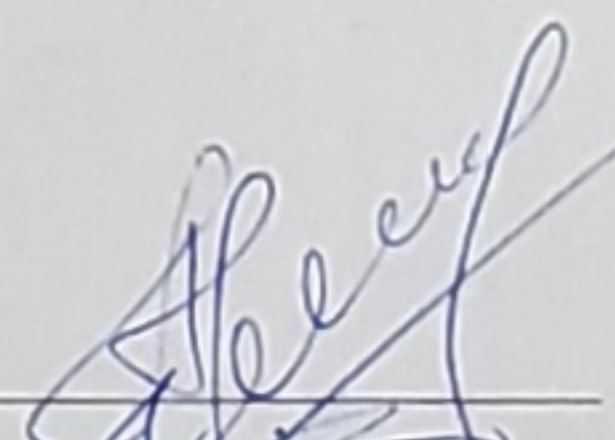
Замовник: Міністерство економічного розвитку та торгівлі

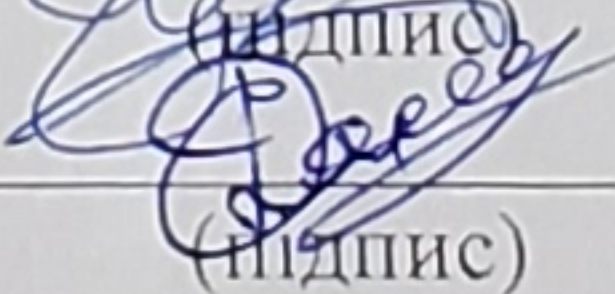
Мета вирішення проблеми: Забезпечити захист економічної конкуренції у взаємовідносинах між торговими мережами та виробниками харчових продуктів.

Рекомендований варіант політики: «Розробка та прийняття змін до закону України «Про захист економічної конкуренції», які визначатимуть порядок відносин суб'єктів ринкових відносин (рітейлери, постачальники, виробники харчової промисловості в питанні термінів розрахунків виплат за постачання продукції».

Відхилені варіанти політики: «Нічого не змінювати» та «Розроблення та реалізація державної програми, спрямованої на економічну підтримку представників виробників харчової продукції».

Ця Аналітична записка – результат нашої власної роботи, вона була написана нами самостійно без співпраці з ким-небудь. Ми даємо згоду на те, що цю Аналітичну записку можна безоплатно використовувати в повному обсязі або частково для публікації он-лайн, в електронному вигляді та для адаптації в навчальних цілях.



(підпис)


(підпис)

Мацейко А.

Сиченко Д.

1. Визначення проблеми, придатної для аналізу політики

1.1. Формулювання проблеми

Припинення та запобігання діям недоброчесної конкуренції з боку торгових мереж стосовно виробників харчових продуктів.

1.2. Замовник аналізу

Міністерство економічного розвитку та торгівлі України

1.3. Симптоми проблеми

1.3.1 Опис симптомів

Продукція харчових підприємств України завжди користувалася попитом у країнах СНД та Європейського Союзу. До 2014 року основним ринком збуту для українських виробників був ринок Російської Федерації. Проте, через введені обмеження, українські компанії втратили великий ринок збуту і були змушені адаптуватись до нових умов ринку.

Введення в дію Угоди про асоціацію між країнами ЄС та Україною відкрило прямий доступ українським компаніям до нових ринків збуту. Проте, багато підприємств зіштовхнулись зі значно вищими вимогами до якості та безпечності продуктів, ніж в Україні та на ринках СНД.

Також, відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», всі оператори ринку харчових продуктів до 20 вересня 2019 року повинні впровадити систему НАССР.

Вищезазначені обставини вимагають від виробників проведення модернізації та сертифікації виробничих потужностей, що потребує суттєвих капіталовкладень.

1.3.2 Причинно-наслідкові зв'язки

На сьогодні склались такі умови, що одним з основних каналів збуту для виробників продуктів харчування (далі - виробники) в Україні являється робота з торговими мережами (далі - мережі). Відповідно, доступ виробників до збуту продукції великою мірою залежить від діяльності мереж.

В абсолютній більшості випадків, мережі при укладанні договорів на поставку продукції вимагають від виробників відтермінування платежу не менше 90 календарних днів. Цей термін оплати за поставлену продукцію може

бути збільшений у випадку, якщо виробником були допущені помилки при оформленні видаткових документів.

Окрім цього, мережі часто нав'язують виробникам додаткові послуги. Наприклад, логістичні, маркетингові тощо. Нерідко, в умовах договору на виробника накладаються зобов'язання щодо реєстрації податкових накладних у стисліші строки, ніж цього вимагає законодавство.

За умови великих строків відтермінування платежів, виробники вимушені брати кредити для поповнення обігових коштів. Середня вартість таких кредитів складає від 24% річних.

За умови відсутності додаткового фінансового навантаження від довгих термінів оплати, виробники мали б змогу перерозподілити свої фінанси на розвиток підприємства, модернізацію виробництва, поліпшення умови та оплати праці і, як результат, зменшилась би собівартість продукції та підвищилась би якість продукції.

Проте, в умовах викладених вище, виробники не мають змоги привести свої підприємства у відповідність до європейських та вітчизняних вимог.

1.3.3 Доказова база

Основною проблемою є те, що найбільші торгові мережі часто діють за спільної змови та виставляють подібні умови співпраці з виробниками, що в свою чергу не залишає їм вибору.

Так, Антимонопольний комітет у своєму рішенні №182-р від 29 квітня 2015 року наводить докази того, що найбільші мережі України здійснювали обмін комерційною інформацією з метою впливати на ринок із порушенням законодавства про захист економічної конкуренції.

Мережі, обмінюючись комерційною інформацією, досягали згоди з різних питань, в тому числі й щодо умов співпраці з виробниками. Таким чином, виробники не мають змоги вплинути на умови співпраці з мережами та, по суті, змушені кредитувати мережі, а також замовляти нав'язані додаткові послуги. В ході опитування виробників, яке проводив АМК, було встановлено, що постачальники майже ніколи не можуть вплинути на умови поставки та змінити їх.

Не зважаючи на те, що рішення АМК було оскаржене мережами в суді, важливою обставиною є те, що одна з мереж визнала факт змови.

Під час опитування, яке проводилося серед виробників авторами цього документу, було встановлено, що найбільшою проблемою для виробників є великі терміни оплати і їхнє недотримання мережами.

1.4. Законодавча й інституційна база у сфері, де спостерігаються вказані симптоми

1.4.1 Законодавча база реалізації чинної політики

Проблема базується на законі «Про захист економічної конкуренції». Цим Законом регулюються відносини органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю із суб'єктами господарювання; суб'єктів господарювання з іншими суб'єктами господарювання, зі споживачами, іншими юридичними та фізичними особами у зв'язку з економічною конкуренцією. В свою чергу, характеристикою економічної конкуренції, в тому числі, є неспроможність окремого суб'єкта господарювання визначати умови обороту товарів на ринку.

1.4.2 Інституційна база реалізації чинної політики

В законі «Про антимонопольний комітет України» визначається, що антимонопольний комітет України є державним органом зі спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель.

1.5. Масштаб проблеми

Проблема охоплює всю територію України та її громадян. Харчова промисловість є однією з найбільших за оборотом грошей в країні та стосується кожного громадянина. За рахунок вирішення проблеми можна домогтись підвищення якості, зниження вартості продукції та підвищити конкурентоздатність вітчизняних виробників на зовнішніх ринках.

1.6. Новизна проблеми

Ця проблема є відносно новою для України, її важливість важко переоцінити. Вона прямо впливає на якість та вартість товарів у місцях продажу

і таким чином стосується майже кожного громадянина. Тому питання потребує негайного вирішення.

1.7. Опис механізмів та інструментів чинної політики

Проблема базується на законі «Про захист економічної конкуренції». Цим Законом регулюються відносини органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю із суб'єктами господарювання; суб'єктів господарювання з іншими суб'єктами господарювання, зі споживачами, іншими юридичними та фізичними особами у зв'язку з економічною конкуренцією. В свою чергу, характеристикою економічної конкуренції, в тому числі, є неспроможність окремого суб'єкта господарювання визначати умови обороту товарів на ринку.

В законі «Про антимонопольний комітет України» визначається, що антимонопольний комітет України є державним органом зі спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель.

1.8. Нагальність вирішення (що буде, якщо не вирішувати)

Наслідками не вирішення проблеми є насамперед економічні – неефективне функціонування ринку, погіршення прибутковості виробників харчової продукції, і як наслідок, початок негативних тенденцій до зниження показників ефективності об'єктів виробництва харчової промисловості, зниження якості та безпечності продуктів харчування, підвищення оптових закупівельних цін на їхню продукцію для торгових мереж.

2. Мета вирішення проблеми

2.1 Формулювання мети вирішення проблеми (за необхідності вказати відповідні завдання політики як конкретизації цілей).

Забезпечити захист економічної конкуренції у взаємовідносинах між торговими мережами та виробниками харчових продуктів. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання:

- зниження вартості продуктів;
- середній термін розрахунків мережами з постачальниками не більше 45 днів з моменту здійснення поставки;

- модернізація виробничого обладнання на 50% протягом найближчих 3 років.

2.1.1 Показники (індикатори) результативності (кожній цілі (завданню) має відповідати свій індикатор результативності або система індикаторів – якщо один індикатор не розкриває всі суттєві аспекти цілі.

- зменшення вартості споживчої корзини;
- збільшення експорту товарів і сировини харчової промисловості;
- збільшення виробництва обладнання для харчової промисловості;
- зменшення дебіторської заборгованості підприємств харчової промисловості

2.1.2 Критерії досягнення цілей (критерій визначає конкретне значення індикатора результативності, яке вважається достатнім для визнання проблеми розв'язаною; кожному індикатору має відповідати свій критерій).

- зменшення вартості споживчого кошика на 3%;
- збільшення експорту продуктів харчування на 15% до 2021 року;
- збільшення обороту підприємств із виробництва обладнання для харчової промисловості на 30%;
- збільшення чистого прибутку виробників на 20% до 2022 року.

2.1.3 Обмеження (список обмежень має охоплювати будь-які ресурси, необхідні для реалізації альтернатив політики).

1) Законодавчі обмеження (захист законом прав і свободи дій суб'єктів ринку, обмеженість регулювання та втручання законом взаємовідносин суб'єктів ринкових відносин).

Станом на сьогодні, законодавством чітко не врегульовані норми в питанні економічних відносин між торговими мережами та постачальниками і виробниками. Крім того, Цивільним кодексом України, в пункті 4, статті 3, захищається право на свободу ведення підприємницької діяльності, яка не заборонена законом, що безумовно, унеможливує врегулювання проблеми, без розроблення та прийняття законодавства, яке чітко прописує терміни розрахунків торгових мереж за поставлену продукцію.

2) Домінування і переважаюча роль сторони ритейлерів перед постачальниками та виробниками у полі їхніх ринкових взаємовідносин. Залежність постачальників від ринків збуту, які представлені торговими мережами, адже є можливість стабільного збуту великої кількості оптової продукції, що забезпечує умови для значних фінансових вливань в бюджет підприємств.

3) Політичні чинники (невизначеність законодавчої діяльності та реалізації політики внаслідок виборів Президента України 2019, наявність лобістських макрогруп в органах влади, які представляють сторону ритейлерів). Існує ймовірність нестабільної роботи парламенту після виборів Президента України-2019, навіть варіанти його розпуску, що не дасть можливості для розробки та ухвалення змін до закону України «Про захист економічної конкуренції», які визначатимуть порядок відносин суб'єктів ринкових відносин.

4) Ризики від державного втручання у сферу бізнес відносин між суб'єктами ринку (торгові мережі, постачальники, виробники), внаслідок недосконало виписаних нормативно-правових актів. Через складну та специфічну систему бізнес відносин між суб'єктами ринкових відносин, нормативне регулювання та втручання держави, може принести негативні наслідки для бізнесу, через надмірну бюрократизованість її підходів в економічну сферу.

3. Підстави для державного втручання

Підставами для державного втручання в цю проблему є наявність значного фінансового навантаження на виробників і постачальників харчових продуктів та недоброчесної конкуренції з боку торгових мереж стосовно виробників і постачальників харчових продуктів. Виробники та постачальники харчової продукції зазнають диктування і нав'язування економічних умов з боку ритейлерів.

Завданням держави щодо подолання проблеми паритетних засад у ринкових відносинах між такими суб'єктами, як ритейлери, постачальники та виробники харчової продукції, що представлена невігідними умовами розрахунків за продукцію, є чітке законодавче визначення справедливих умов взаємовідносин. Іншими інструментами є: сприяння розвитку добросовісної конкуренції,

контроль за поведінкою учасників ринку, контроль Антимонопольного комітету України за дотриманням норм конкуренції, санкції за порушення.

3.1 Аналіз неспроможностей ринку (які саме ситуації неспроможності ринку потребують державного втручання - з огляду на економічні, соціальні та політичні чинники).

Соціальні чинники. Внаслідок не вигідного становища виробників та постачальників харчової продукції, спричиненого невчасними розрахунками за поставлену продукцію торговими мережами (рітейлерами), можливе зростання ціни на всі групи товарів, як компенсаційні заходи за фінансові збитки. Таким чином, матиме місце зростання цін на товари харчової продукції для населення, що безумовно погіршить купівельну спроможність громадян.

Економічні чинники. Залученням додаткових кредитних позик з банків, через відтермінування рітейлерами платежів за поставлену продукцію, змушує виробників харчової продукції вкладати менші кошти на поточну діяльність та інвестування у розвиток виробництва. Відповідно така ситуацію, потенційно загрожує зниженню спроможності харчової галузі так і економічному розвитку України в цілому, що безумовно вимагає державного втручання.

Політичні чинники. Так як, представлені суб'єкти економічної діяльності не в змозі самостійно дійти до консенсусу в питанні термінів розрахунків за поставлену продукцію, необхідне створення нормативно-правового регулювання даного питання.

4. Середовище проблеми для аналізу політики

4.1 Складники середовища

Економічний складник - ринкова влада торговельних мереж. Склалася на фоні повного закриття російського ринку збуту після військової агресії з боку РФ до України та запровадження двосторонніх санкцій країнами.

Політичний складник - політичне лобювання інтересів бенефіціарів торговельних мереж депутатами попередніх скликань Верховної Ради.

Соціальний складник - низька купівельна спроможність населення. Через події останніх років (військова агресія, втрати територій та ВВП, високий рівень інфляції та нестабільність національної валюти), реальні доходи громадян

знизились, при цьому наслідком дій недоброчесної конкуренції торговельних мереж є високий рівень цін на продукти харчування.

Фізичний складник - рівень урбанізованості суспільства. Економічно активне населення країни сконцентроване у великих містах, де основними каналами збуту є магазини торговельних мереж.

4.2 Ресурсні затрати для вирішення проблеми

Ресурс більшості - необхідний для прийняття законодавчих змін у Верховній Раді. Зважаючи на суттєву зміну складу Верховної Ради, можна припустити, що пропоновані зміни будуть прийняті.

Правовий ресурс - необхідний для розробки відповідних змін до законодавства. Необхідно залучити юристів-експертів для врахування міжнародного досвіду/

Ресурс примусу - необхідний для контролю за виконанням політики. Необхідно розробити та впровадити нові методи та механізми контролю за учасниками ринку.

4.3 Яких ресурсів може бракувати для розв'язання проблеми

Ресурс більшості - на момент написання роботи немає впевненості у наявності політичної волі до законодавчого врегулювання проблеми роботи.

Ресурс примусу - на даний момент розслідування антимонопольного комітету України не призвели до поліпшення ситуації через відсутність незалежного господарського суду.

4.4 Конкретні продукти як результат розв'язання сформульованої проблеми

Законодавче врегулювання порядку відносин між такими суб'єктами ринкових відносин як торгові мережі, постачальники та виробники харчових продуктів в питанні термінів розрахунків виплат за постачання товарів (10-45 днів). Додаткові виплати постачальників мережам не більше 5% від суми поставок.

4.4.1 Короткострокові, середньострокові й віддалені кінцеві результати

Короткострокові: зменшення витрат виробників на 12%

Середньострокові: збільшення оборотних коштів виробників, модернізація виробництва, збільшення обсягів виробництва продукції.

Віддалені: розширення можливостей експортного потенціалу, збільшення рівня якості та безпечності харчової продукції.

4.4.2 Бажані/небажані, передбачувані/непередбачувані кінцеві результати

Бажані: зниження ціни на харчову продукцію для поставок торговельним мережам.

Небажані: ризик створення моделі відносин між виробниками і торговельними мережами, не використання виробниками вивільнених оборотних коштів на вдосконалення й модернізацію виробництва, які виходитимуть за визначені межі законодавства,

Передбачувані: законодавче врегулювання, чітко визначення правил в питанні розрахунків за постачання товарів.

Непередбачувані: імпортозаміщення з боку торговельних мереж.

4.4.3 Результативність розв'язання сформульованої проблеми

Законодавча забезпеченість; наявність чітких прописаних взаємовигідних умов; доступність на ринку якісних товарів для споживачів.

4.4.5 Ефективність розв'язання сформульованої проблеми

Вигоди в довгостроковому періоді отримують всі стейкхолдери; ріст виробництва харчової продукції; підвищення експортного потенціалу харчової продукції.

4.4.6 Економічність розв'язання сформульованої проблеми

З боку держави не передбачається додаткових фінансових витрат; зниження відпускних цін на харчову продукцію; зниження собівартості продукції.

4.4.7 Політичні сили, у програмах і гаслах яких задекларовано вирішення сформульованої проблеми

“Слуга народу” - відповідно до передвиборчої програми, в розділі “7. Економічна стратегія” згадується про перетворення АМК в незалежний та ефективний орган, демонополізація ключових галузей. В цьому ж розділі йдеться про досягнення рівня вищого середньоєвропейського по рівню доходів та якості життя. Дана партія утворює монобільшість в парламенті.

“Батьківщина” - в програмі політичної партії напряму не згадується про державну політику у сфері торгівлі, проте згаданий в ній “Новий курс України”

(Нова економічна стратегія України) передбачає “Для фермерів, малих та середніх сільгоспвиробників буде гарантований законом спрощений доступ до торговельних мереж”. Дана політична сила є мало не єдиною партією з міцною структурою розгалуженою по всій країні, що надає їй великий вплив в політичному житті країни, навіть при тому, що вона є опозиційною на даний момент.

“Опозиційна платформа - за життя” - передвиборча програма містить тези про “боротьбу з монополізмом, рейдерством та нечесною конкуренцією”. Враховуючи, що дана політична сила є другою за кількістю мандатів у Верховній Раді, доцільно було б провести консультації з її представниками.

“Голос” - в програмі акцентується увага на проблемі високопосадовців, що відстоюють інтереси певних бізнесових кіл та, таким чином, сприяють монополізації деяких галузей економіки. Також згадується про неухильне застосування антимонопольного законодавства та спрощення процедур торгівлі.

5. Консультації

5.1. Аналіз стейкхолдерів: категорії заінтересованих сторін, на яких не здійснюється вплив, але які сприяють вирішенню проблеми

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживач; Торгово-промислова палата України; Антимонопольний комітет України; Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі.

5.2 Розподіл ідентифікованих стейкхолдерів на групи:

5.2.1 цільова група:

Асоціація Рітейлерів України; Аграрний союз України; Український союз підприємців та промисловців

5.2.2 група непрямого впливу:

ВГО Союз споживачів України; Всеукраїнська профспілка працівників і підприємців торгівлі, громадського харчування та послуг; Федерація роботодавців АПК та продовольства України; Профспілка працівників АПК.

5.2.3 група потенційного впливу:

Асоціація експортерів та імпортерів «ЗЕД», Асоціація міжнародних автоперевізників України.

5.2.4 група з вагомим авторитетом:

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживач; Торгово-промислова палата України; Антимонопольний комітет України.

5.2.5 експерти:

Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі

5.2.6 групи, які виявляють інтерес:

Незалежна асоціація банків України

5.3 Стейкхолдери, якими слід провести:

5.2.1 безпосередня форма консультацій:

- 1) Асоціація Рітейлерів України
- 2) Аграрний союз України
- 3) Український союз підприємців та промисловців
- 4) Служба захисту прав споживачів

5.2.2 опосередкована форма консультацій:

- 1) Торгово-Промислова Палата України
- 2) Державна служба з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів
- 3) Антимонопольний комітет України

5.3 Градуїований перелік стейкхолдерів з якими необхідно провести:

5.4.1 електронні консультації:

- 1) Торгово-Промислова Палата України
- 2) Державна служба з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів

5.4.2 громадські обговорення:

- 1) Асоціація Рітейлерів України
- 2) Аграрний союз України
- 3) Український союз підприємців та промисловців
- 4) Антимонопольний комітет України

5.5 Градуїований перелік стейкхолдерів за очікуваним позитивним короткостроковим чи середньостроковим впливом

Очікуваний позитивний короткостроковий вплив:

- 1) Аграрний союз України
- 2) Український союз підприємців та промисловців

Досягнення статутних цілей, підняття рейтингу серед цільових груп, збільшення впливу на прийняття владних рішень.

Очікуваний позитивний середньостроковий вплив:

- 1) Антимонопольний комітет України
- 2) Державна служба з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів

Дотримання антимонопольного законодавства, поліпшення репутації АМК, підвищення якості і безпеки харчових продуктів, відстоювання прав та захист споживачів, громадян.

5.6 Градуйований перелік стейкхолдерів за очікуваним негативним короткостроковим чи середньостроковим впливом

Негативним коротко- та середньостроковим ефектом є припинення дій недоброчесної конкуренції з боку торговельних мереж та зниження їх ринкової влади, що може позначитись на зниженні рівня обслуговування споживачів, а також може призвести до часткового імпортозаміщення продуктів харчування вітчизняних виробників.

5.7 Градуйований перелік організацій громадянського суспільства у статутах, проектах і гаслах яких задекларовано вирішення сформульованої проблеми

- 1) Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі
- 2) ВГО Асоціація з питань захисту прав споживачів
- 3) Всеукраїнська профспілка працівників і підприємців торгівлі, громадського харчування та послуг
- 4) Федерація роботодавців АПК та продовольства України
- 5) Профспілка працівників АПК
- 6) ВГО Союз споживачів України

5.8 Градуйований, перелік організацій громадянського суспільства для проведення громадської експертизи

1) Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі

2) ВГО Асоціація з питань захисту прав споживачів

Вказані організації є компетентними в питанні торгівлі та захисту споживачів

5.9 Градуйований, перелік організацій громадянського суспільства які будуть брати активну участь у її вирішенні/не вирішенні через:

5.9.1 вплив:

1) Всеукраїнська профспілка працівників і підприємців торгівлі, громадського харчування та послуг

2) Профспілка працівників АПК

5.9.2 тиск:

1) Федерація роботодавців АПК та продовольства України

2) ВГО Союз споживачів України

5.9.3 контроль:

1) ВГО Асоціація з питань захисту прав споживачів

5.9.4 оцінку:

1) Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі

6. Формулювання варіантів (альтернатив) політики

6.1 Варіант 1: Збереження чинної політики

6.1.1 потенційні переваги варіанта політики

За умови збереження чинної ситуації немає необхідності залучати фінансові та адміністративні ресурси.

6.1.2 потенційні недоліки варіанта політики

За таких умов, буде продовжена практика зловживань торговими мережами, яка проявлятиметься в питанні невігідних термінів розрахунків за поставлену продукцію перед постачальниками та виробниками харчових продуктів. Виробники будуть нести досить відчутні фінансові втрати через дебіторську заборгованість перед ними, та змушені будуть обмежувати внаслідок цього видатки на поточне утримання та перспективний розвиток своїх підприємств. Зрештою, щоб компенсувати ці збитки та вирівняти дохідність виробництва, підприємства харчової промисловості змушені будуть збільшувати вартість

виробленої продукції, що безумовно відобразиться на зниженні купівельної спроможності споживачів (населення) так і зниження цінової конкурентоздатності самих виробників. В підсумку, всі ці тенденції, можуть безумовно відобразитися на загальному стані економіки України, саме в негативному для неї ключі.

6.2 Варіант 2: «Розробка та прийняття змін до закону України «Про захист економічної конкуренції»

6.2.1 потенційні переваги варіанта політики

Дасть змогу вирівняти умови для всіх учасників ринку, уникнути впливу змови торгових мереж щодо умов співпраці з постачальниками, дасть можливість виробникам інвестувати у модернізацію виробництв, а також передумови до зниження цін на продукти.

6.2.2 потенційні недоліки варіанта політики

Торговельні мережі будуть намагатись зберегти свою ринкову владу та обходити встановлені заборони та обмеження. Це може в гіршу сторону відобразитись на якості обслуговування споживачів.

6.3 Варіант 3: Розроблення та реалізація державної програми, спрямованої на економічну підтримку представників виробників харчової продукції.

6.3.1 потенційні переваги варіанта політики

Передбачені такі заходи на підтримку виробників, як збільшення термінів сплати податків в державний бюджет, на підставі, доведення факту виробником чи постачальником, затримки виплати торговою мережею, коштів за поставлену продукцію. Крім того, передбачається впровадження практики надання пільгових кредитів на поповнення обігових коштів для певних категорій підприємств, виробників харчової продукції. Також, законодавчим забезпеченням цих заходів, стане прийняття Закону України "Про створення конкурентних умов в оподаткуванні та стимулювання економічної діяльності в Україні".

6.3.2 потенційні недоліки варіанта політики

Недоліком такого варіанту є залучення додаткових фінансових ресурсів з бюджету для впровадження програм підтримки підприємств.

6.5 Критерії зіставлення варіантів політики

Результативність – це міра досягнення проголошених цілей політики, тож вона визначається як відношення між цільовими показниками до прогнозованих їх значень внаслідок виробництва продуктів політики. Результати зведені у таблиці нижче. Для оцінок результативності альтернатив була обрана трибальна шкала, так як альтернатив лише три. Рейтинг визначався як сума оцінок альтернатив.

Ефективність – це показник, який визначався спрощеним методом вигід та витрат для кожної з основних груп учасників, кого зачіпає варіант вирішення проблеми.

Альтернатива 1

Об'єкт впливу	Вигоди	Витрати	Всього
Держава		Політика не потребує додаткових витрат	0
Виробники		Щомісячні додаткові витрати на нав'язані послуги (~10%) та кредитування для поповнення обігових коштів (~2%).	-12
Торгові мережі	Отримання додаткового прибутку (~5%), нульове товарне кредитування на строк від 90 днів (~2%).		+12
Громадськість		Вартість продукції в магазинах вища на 12% від реальної, якість продуктів знижується.	-12

Всього: -12%

Альтернатива 2

Об'єкт впливу	Вигоди	Витрати	Всього
Держава	Розвиток харчової промисловості.	Політика не потребує додаткових витрат	
Виробники	Зменшення загальних витрат на виробництво та реалізацію продукції (~12%)		+12
Торгові мережі		Зменшення прибутку на 10%.	-10
Громадськість	Зниження вартості продукції на 10%, підвищення якості продукції.		+10

Всього: +12%

Альтернатива 3

Об'єкт впливу	Вигоди	Витрати	Всього
Держава	Розвиток харчової промисловості.	Політика потребує залучення значних коштів для кредитування підприємств. +	-2
Виробники	Зменшення витрати на обслуговування кредитів (~1%).		+1
Торгові мережі			
Громадськість	Зниження вартості		+1

	продукції на 1%, підвищення якості продукції.		
--	---	--	--

Всього: 0

Справедливість - При визначенні справедливості варіантів орієнтація була на таку оцінку: скорочується або збільшується нерівність у розподілі вигід і витрат між зацікавленими сторонами (насамперед - серед населення) при реалізації цього варіанту порівняно зі статус-кво.

Політична здійсненність - визначається можливістю мобілізації усіх адміністративних ресурсів для вчасного здійснення політики.

адміністративна здійсненність - визначається мінімальною кількістю ситуацій неспроможності влади/держави.

6.6 Порівняння варіантів політики

	Результативність	Ефективність	Справедливість	Адміністративна здійсненність	Політична здійсненність	Всього:
Альтернатива 1	1	1	1	3	3	9
Альтернатива 2	3	3	3	2	1	12
Альтернатива 3	2	2	2	1	2	9

7. Оцінювання політики

7.1 Цілі оцінювання

Встановлення відповідності здійснюваних заходів з реалізації розробки та прийняття змін до закону України «Про захист економічної конкуренції» меті та завданням по вирішенню проблеми.

7.2 Організація оцінювання

7.2.1 План оцінювання.

Збір даних серед виробників продуктів харчування;

Збір даних серед торговельних мереж;

Збір даних від Державної фіскальної та Служби статистики України;

Аналіз отриманих даних та формування висновків та рекомендацій.

7.2.1 Охоплений період часу.

5 років

7.2.2 Організаційні, людські, фінансові, матеріальні, інформаційні ресурси, які є необхідними для проведення оцінювання.

Фахівці з оцінювання

7.2.3 Наявні обмеження.

Бажання приймати участь у дослідженні ситуації з боку стейкхолдерів.

7.3 Проведення оцінювання

7.3.1 Стислий опис методології оцінювання.

В ході проведення оцінювання необхідно визначити наскільки впливає запроваджена політика на перерозподіл комерційних ризиків між учасниками ринку. Для цього використовуються дані, що будуть отримані в ході анкетування та порівняння їх з статистичними даними Державної служби статистики та Державної фіскальної служби. Також важливо оцінити чи здійснюють модернізацію обладнання виробники за умови поліпшення їхньої роботи при запровадженні державного втручання.

7.3.2 Показники й критерії оцінювання.

Термін сплати за поставлені харчові продукти в середньому становить 45 днів протягом 2 років після впровадження регулювання.

Зменшення цін на товари споживчого кошика на 15% протягом 4 років.

7.4 Результати оцінювання

Дані для замовника щодо ефективності реалізації обраної альтернативи політики.

7.5 Рекомендації щодо подальших дій

Дане державне втручання повинно мати короткостроковий ефект у вигляді покращення умов роботи для виробників. Це необхідно використати для створення недержавного, добровільного інструменту регулювання у цій сфері. Ним може виступити організація, що буде створена самими учасниками ринку та яка займатиметься недопущенням використання недоброчесних практик учасниками ринку.

Торговельні мережі можуть замінити встановлені недобросовісні практики іншими механізмами перенесення комерційних ризиків, тому необхідно періодично проводити анкетування виробників та торговельних мереж.

8. Рекомендація замовнику

8.1 Рекомендований варіант політики

Порадою замовнику аналізу – Міністерство економічного розвитку та торгівлі України – буде вибір другого альтернативного варіанту «Розробка та прийняття змін до закону України «Про захист економічної конкуренції», які визначатимуть порядок відносин суб'єктів ринкових відносин (рітейлери, постачальники, виробники харчової промисловості в питанні термінів розрахунків виплат за постачання продукції), як найкращого за результатами порівняння.

Такий вибір аргументований тим, що, незважаючи на складність імплементації та деяких складнощів політичної здійсненності, цей варіант представляє найвищу результативність, ефективність та справедливість, адже від розвитку галузі харчової промисловості вигоди отримують усі стейкхолдери політики у довгостроковому періоді. Ця альтернатива політики є чи не найважчою для впровадження, адже потребує значних адміністративних ресурсів й політичної волі.

8.2 Реалізація політики

Рекомендаціями Міністерству економічного розвитку та торгівлі України щодо заходів з реалізації рекомендованого варіанта політики будуть такі:

1. Проведення консультацій зі стейкхолдерами (торгові мережі, постачальники та виробники харчової продукції), вироблення спільних узгоджених рекомендацій з подальшим їх внесенням до процесу розробки нормативно-правових документів.

2. Розробка законопроекту про внесення змін до Закону України «Про захист економічної конкуренції», в якому обмежується максимальний розмір виплат виробників на користь торгових мереж та строк відтермінування платежів за поставлений товар.

3. Подання законопроекту до прийняття Верховною Радою України.

4. Після прийняття законопроекту, покладення на Антимонопольний комітет обов'язку з контролю за виконанням встановлених вимог.

8.3 Підтримка рекомендованого варіанту

8.3.1 Комунікативні цілі:

- Напрацювання дієвих зв'язків між ключовими стейкхолдерами та органами державної влади

- Винесення на широке обговорення розроблених змін до закону України «Про захист економічної конкуренції» з метою отримання зворотного зв'язку та пропозицій, щодо внесення правок до тексту

8.3.2 Ключові повідомлення

- Законодавче регулювання відносин торговельних мереж з постачальниками та виробниками харчової продукції, забезпечить прозорі й рівноправні правила гри для всіх сторін учасників процесу.

- Розвиток харчової промисловості України завдяки вдосконаленню на законодавчому рівні відносин між суб'єктами підприємницької діяльності.

8.3.3 Методи і способи інформування

- Проведення громадських консультацій за участю основних стейкхолдерів

- Розміщення інформації на офіційному сайті Міністерства економічного розвитку і торгівлі

8.3.4 Фінансове забезпечення

- Комунікаційна кампанія проводиться за рахунок фінансування Міністерства економічного розвитку і торгівлі

9. Перелік посилань

1). Рішення АМК -

<http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=113528&schema=main>

2). Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11 січня 2001 року // Електронний ресурс// - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

3). Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 7 червня 1996 року // Електронний ресурс// - <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.

4). Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року // Електронний

ресурс// - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

5). Проект Закону про створення конкурентних умов в оподаткуванні та стимулювання економічної діяльності в Україні // Електронний ресурс// - http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=57388.

6). Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” (Рос)// Електронний ресурс// - <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102135141>

7). Study on the legal framework covering business-to-business unfair trading practices in the retail supply chain/ Final Report 26 February 2014 (Eng)// Електронний ресурс// - <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c82dc8c6-ec15-11e5-8a81-01aa75ed71a1/language-en>.