

DOI: 10.15276/ETR.04.2022.6
DOI: 10.5281/zenodo.7482650
UDC: 339.378(477) (045)
JEL: L81, K21

РОЗДРІБНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМИ ДОМІНУВАННЯ

RETAIL NETWORKS IN UKRAINE: DEVELOPMENT TRENDS AND PROBLEMS OF DOMINANCE

Anatolii V. Shcherbak, PhD (Economics)
Institute of Market and Economic & Ecological
Research NASU, Odessa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-7607-5266
Email: av.shcherbak@gmail.com

Received 30.06.2022

Щербак А.В. Роздрібні торговельні мережі в Україні: тенденції розвитку та проблеми домінування. Оглядова стаття.

У статті розглядаються проблеми гармонізації взаємин роздрібних торговельних мереж з їхніми постачальниками в Україні. Проаналізовано тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж, позитивні та негативні наслідки їх динамічного зростання. З'ясовано причини виникнення, сутність та наслідки недобросовісних торгових практик у взаємовідносинах між роздрібними мережами та їх постачальниками. Досліджений досвід державного регулювання діяльності мереж у ЄС. Проаналізований розвиток роздрібних мереж в Україні, недобросовісні торгові практики, які вони використовують. На основі дослідження світового досвіду та ситуації в нашій країні обґрунтовано необхідність та визначені шляхи впровадження державного регулювання взаємовідносин роздрібних мереж з постачальниками.

Ключові слова: роздрібні торговельні мережі, роздрібна торгівля, недобросовісні торгові практики, конкуренція, Антимонопольний комітет України

Shcherbak A.V. Retail networks in Ukraine: development trends and problems of dominance. Review article.

The article examines the problems of harmonizing relations between retail networks and their suppliers in Ukraine. Trends in the development of retail networks, positive and negative consequences of their dynamic growth are analyzed. The causes, essence and consequences of unfair trade practices in the relationship between retail networks and their suppliers have been clarified. The experience of state regulation of networks in the EU has been studied. The development of retail networks in Ukraine, the unfair trade practices used by them are analyzed. Based on the study of world experience and the situation in our country, the necessity is substantiated and ways of introducing state regulation of relations between retail networks and suppliers are determined.

Keywords: retail networks, retail trade, unfair trade practices, competition, Antimonopoly Committee of Ukraine

В останні десятиліття структура роздрібно́ї торгівлі в Україні суттєво змінилася. Ключове значення отримали торговельні мережі. Розвиток мереж призвів до підвищення ефективності, зростання культури обслуговування у роздрібній торгівлі. Водночас торговельні мережі, на відміну від окремих магазинів, мають значну ринкову владу. Вони використовують її, перерозподіляючи на свою користь частину доданої вартості, створеної у інших секторах. Це негативно впливає на конкурентоспроможність підприємств та робить необхідним застосування інструментів селективного регулювання ринкових процесів. Значний досвід державного регулювання діяльності торговельних мереж існує у країнах ЄС. Водночас в Україні відповідні законодавчі акти відсутні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж у світі та їх особливості в Україні, іноземний досвід регулювання роздрібно́ї торгівлі досліджені у працях А. Герасименко, О. Кавун, В. Лісіці, І. Миколайчука, Г. П'ятницької, Ю. Силкиної, В. Ящука тощо. Незважаючи на значну кількість наукових праць із цієї проблематики, в них відсутні обґрунтовані пропозиції, як забезпечити баланс інтересів торговельних мереж та вітчизняних підприємств – постачальників в сучасних умовах.

Цілі статті – на основі аналізу тенденцій розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні, досвіду країн ЄС обґрунтувати заходи державного регулювання взаємовідносин вітчизняних торговельних мереж з товаровиробниками.

Викладення основного матеріалу дослідження

Порівняно з незалежними суб'єктами господарювання торговельні мережі мають низку переваг. Купівля великих партій товарів дозволяє знижувати ціни. Мережі мають великі можливості щодо скорочення умовно-постійних і

транзакційних витрат. Це досягається завдяки ефекту масштабу, відмови від послуг посередників, створення власних логістичних центрів. Роздрібні мережі організують виробництво товарів під власними товарними знаками, розміщуючи замовлення безпосередньо у виробників. Вони залучають найбільш кваліфікованих спеціалістів. Переваги мереж для споживачів – можливість придбати всі необхідні продукти в одному місці, порівняно низькі ціни, якість товарів. У багатьох розвинених країнах вони забезпечують понад 70% роздрібного товарообігу. Постачальники не мають альтернативних каналів збуту продукції і часто змушені погоджуватися на вкрай не вигідні для них умови співпраці з мережами.

В ЄС довго і детально обговорювали ці проблеми як на національному рівні, так і на рівні Співдружності. З 2009 по 2016 рік Європарламент ухвалив три резолюції з проблем дисбалансів та зловживань у ланцюжку постачання продуктів харчування. Під час обговорення дійшли висновку, що у ділових відносинах між роздрібними торговельними мережами та їх постачальниками мають місце недобросовісні торгові практики (Unfair trade practices). Недобросовісні торгові практики (далі УТР) можна визначити як практики, які суттєво відхиляються від сумлінної комерційної поведінки, суперечать принципам сумлінності та чесності та в односторонньому порядку нав'язуються одним торговим партнером іншому [1].

Найважливіші прояви УТР:

- необґрунтовані затримки платежів за поставлені товари;
- раптові відмови від договорів або одностороння зміна їх умов;
- перекладання комерційних ризиків на постачальників (запровадження безумовного повернення нереалізованого товару тощо);
- нав'язування послуг, які не становлять цінності для постачальників.

Такі практики особливо поширені в ланцюжку постачання продуктів харчування. У ході опитування, проведеного в березні 2011 року, 96% респондентів у ланцюжку постачання продуктів харчування заявили, що вони зазнавали впливу принаймні однієї форми УТР [2]. Широка поширеність таких практик пояснюється тим, що значна частина продуктів харчування є швидкопсувними, а також дуже важливим значенням малого та середнього бізнесу у цій сфері.

Масштабний перерозподіл доданої вартості на користь торговельних мереж призводить до зменшення доходів інших суб'єктів господарювання, обмежуючи їхню спроможність здійснювати інвестиції, впроваджувати інновації. Особливо страждає від цього малий та середній бізнес, у тому числі фермери. Така ситуація призводить до зниження конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, знижує ефективність всього ланцюжка постачання продуктів харчування.

17 квітня 2019 року Європейський парламент і Рада прийняли Директиву 2019/633 «Про недобросовісні торгові практики у відносинах між підприємствами у ланцюгу постачання сільськогосподарських та харчових продуктів» (далі – «Директива») [3]. Метою Директиви є встановлення мінімального переліку заборонених недобросовісних торгових практик у відносинах між покупцями та постачальниками у ланцюгу постачання сільськогосподарських та харчових продуктів та встановлення мінімальних правил щодо виконання цих заборон та механізмів координації між органами виконавчої влади.

Щоб поліпшити становище фермерів і малого та середнього бізнесу у ланцюгу постачання продовольчих товарів, заборонено 16 недобросовісних торгових практик:

- оплату пізніше 30 днів за поставлені сільськогосподарські та харчові продукти, які швидко псуються;
- оплату за поставку інших продовольчих товарів пізніше 60 днів;
- скасування замовлення та/або поставки швидкопсувних продуктів у короткий термін;
- односторонню зміну покупцем умов договору;
- стягнення з постачальника платежів, які не пов'язані з постачанням продуктів тощо.

Директива є обов'язковою для всіх 27 членів ЄС. Імплементуючи Директиву у національне законодавство, країни ЄС можуть посилити та розширити її норми. Однак вони не можуть запропонувати менший захист, ніж той, що передбачений Директивою.

Роздрібні торговельні мережі почали розвиватись в Україні з кінця 1990-х років. Найважливішими чинниками стали економічне піднесення та швидке зростання реальних доходів населення. Супермаркети, гіпермаркети створювалися спочатку у містах-мільйонниках, потім у інших обласних центрах. Гостра конкуренція між мережами, зростання плати за землю сприяли тому, що вони відкривали магазини також у невеликих містах. Пізніше чимало мереж стали створювати підприємства за межами регіонів, де виникли, а окремі вийшли на загальнонаціональний рівень. Водночас кількість невеликих магазинів та ринків скоротилася.

Роздрібні торговельні мережі активно купують промислові підприємства або укладають із ними довгострокові договори, які передбачають виробництво продукції під власними торговими марками мереж. Це дозволяє знижувати витрати на 20-30% порівняно з покупкою у незалежних виробників. Найбільше товарів під власною торговою маркою продає АТБ. Обсяг реалізації таких товарів у 2017 році становив 18,7 млрд. грн, або 23,3% продажів компанії [4].

В Україні діють іноземні торговельні мережі, у т.ч. Metro, Auchan, Novus (Литва). Однак, на відміну від більшості країн Центральної та Східної Європи, їхня частка в товарообігу невелика. Це пов'язано з несприятливим підприємницьким кліматом в Україні.

Консалтингова компанія А.Т. Kearney більше 20 років розраховує Індекс глобального розвитку ритейлу (Global Retail Development Index). На його базі складається рейтинг найпривабливіших для інвестицій країн. Оцінка кожної з них враховує ризик країни (політичні ризики, показники боргу, рівень злочинності та корупції, доступність банківського фінансування); насиченість ринку (частка сучасної роздрібною торгівлі, площа торговельних центрів на одного мешканця, кількість іноземних ритейлерів); привабливість ринку (чисельність населення міст, роздрібні продажі на душу населення, ефективність бізнесу та потоки прямих іноземних інвестицій); тиск часу (як швидко ринок насититься). У 2005 році Україна займала в зазначеному рейтингу 3 місце, у наступні два роки – відповідно 4 та 5 місця. Проте потім ситуація швидко погіршилася. У 2021 році Україна була на 33 місці серед 35 країн.

Дослідницька компанія GT Partners Ukraine підготувала звіт «Ринок роздрібною торгівлі продовольчими товарами України: поточний стан та прогнози розвитку на 2022-2023 роки». У ньому узагальнено інформацію щодо 180 мереж, які діють на цьому ринку. Як видно з таблиці, лідируючі позиції серед продуктових мереж займають АТБ (1214 магазинів) та Fozzy Group (714 магазинів). При цьому кількість торгових точок мережі АТБ у 2021 році збільшилася на 113, а Fozzy Group – на 100. Проте за кількістю магазинів, що відкриваються, лідером став відносно молодий оператор «М'ясомаркет». Його мережа збільшилася у 3,5 рази – з 52 до 180 точок [5]. Власником цієї мережі є агрохолдинг МХП (Миронівський хлібопродукт), найбільший виробник м'яса в Україні.

Таблиця 1. Найбільші продовольчі мережі України за кількістю магазинів у 2021 р.

Компанія	Мережі	Розташування центрального офісу	Кількість торгових точок	
			2021 р	2020 р.
ТОВ «АТБ-маркет»	АТБ, АТБ express	Дніпро	1314	1201
FozzyGroup	Сільпо, Фора, Fozzy, LeSilpo, Thrash!, Favore	Київ	714	614
VolwestGroup	Наш Край, SPAR, Наш Край ЕКСПРЕС	Луцьк	278	281
Артеїл	КОЛО	Київ	252	221
ТОВ ТПК «Львівхолод»	Рукавичка, Під Боком	Львів	185	179
ПАТ «МХП»	М'ясомаркет	Київ	180	52
ТОВ «Оптторг-15, ТОВ НМСМ «Делві»	Делві	Київ	156	135
ТОВ «ЕКО»	Еко маркет, Симпатик	Київ	137	144
ТОВ «КлеверСторс»	Сім 23, Сім 23 togo	Луцьк	126	89
ПП «Мережа-Сервіс-Львів»	Близенько	Луцьк	119	90

Джерело: складено автором за матеріалами [5]

Найбільша українська мережа АТБ за результатами за 2020 рік потрапила до списку найбільших ритейлерів світу компанії Deloitte, посівши в ньому 230 місце. При цьому АТБ є однією з найбільш швидко зростаючих: середній темп приросту товарообігу в 2015-2020 роках становив 26,3%. За цим показником компанія знаходиться на 9-му місці у світі. У доповіді відзначається висока ефективність АТБ, оскільки обсяг продажів у розрахунку на 1 м² у неї вищий, ніж у конкурентів, а також агресивна цінова політика компанії [6].

Здійснюється процес консолідації. 2020 року фірма Novus придбала мережу Villa в Україні. У 2021 році ТОВ «Сільпо-Фуд» отримало контроль над більшою частиною супермаркетів «Фуршет».

На розвиток роздрібною торгівлі дуже негативно вплинула агресія Росії. У 2014 році значну частину магазинів було закрито або відчужено у власників. Тільки АТБ втратила контроль над більш ніж 200 торговими точками,

розташованими у Криму та на Донбасі. Ще складнішою була ситуація у 2022 році. Асоціація ритейлерів провела опитування 97 власників та керівників підприємств по всій Україні. З'ясувалося, що за перший місяць бойових дій вони закрили 29% магазинів [7]. Щоправда, згодом значна частина торгових точок відновила роботу. При цьому слід зазначити, що в результаті ефективної роботи роздрібних торгових мереж ані в 2014, ані в 2022 році не спостерігалось помітних перебоїв у забезпеченні населення продовольством, іншими товарами (за винятком зон, де велися активні бойові дії).

Діяльність роздрібних торговельних мереж в Україні призводить до виникнення глибоких розривів товарно-фінансових потоків між переробним та торговельним секторами. Такі розриви генерують системний негативний вплив на відтворювальні процеси, супроводжуються значними фінансовими втратами [8, 9]. Угоди, що укладаються вітчизняними мережами з

постачальниками, передбачають тривалі терміни розрахунку за поставлену продукцію (до 120 днів), до 35 різних послуг (щодо викладення товару на стелажах; контролю за їх наявністю у достатній кількості в торговому залі; перевірці термінів придатності продуктів; контролю за естетичним видом товару тощо) без обґрунтування їх змісту та вартості. На постачальників перекладаються всі комерційні ризики (вони зобов'язані забирати вже поставлений товар, якщо він не проданий до закінчення терміну зберігання або зіпсувався тощо).

Проаналізувавши структуру ціни середнього товару у роздрібних торговельних мережах, фахівці Антимонопольного комітету України (далі – АМКУ) з'ясували, що витрати на його придбання становлять 55%, а торговельна надбавка – 16,51%. Майже 30% – кошти, які отримують роздрібні торговельні мережі в результаті зловживання ринковою владою [10]. Приблизно половина цих доходів пов'язана зі значними відстрочками платежів, що є безвідсотковим кредитом, наданим виробниками торговельним мережам. Власні обігові кошти у виробників вимиваються і виникає потреба самим виробникам брати кредити в банках. Збільшує витрати виробника також перекладання на нього комерційних ризиків. На відміну від України, у багатьох країнах товар, термін придатності якого закінчується, підлягає уцінці, відокремленню на окремі полиці та успішно реалізується в стислі терміни, а підприємство отримує додатковий дохід від продажу таких товарів, а не займається їх знищенням та утилізацією.

Додаткові доходи, отримані роздрібними мережами в результаті застосування таких практик, за розрахунками АМКУ, склали в 2011 році 14 млрд. грн., а в 2012 – понад 19 млрд., або 1,28% ВВП України [10]. Це вкрай негативно впливає на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, призводить до зростання цін та зниження доходів населення.

Слід також звернути увагу на значну присутність у мережах імпортованих товарів. У 2021 році лише 53% товарів, що продавалися у роздрібній торгівлі, були виготовлені в Україні. При цьому частка продовольчих товарів вітчизняного виробництва скорочується. Якщо у 2017 році вона становила 82,2%, то у 2021 – 77,6%. Це частково пояснюється діями мереж, оскільки іноземні фірми, особливо ТНК, звичайно домагаються більш сприятливих умов договорів. Таким чином, політика мереж сприяє захопленню вітчизняних ринків іноземним капіталом. Тому упорядкування взаємовідносин між торговельними мережами та їх постачальниками є необхідною передумовою ефективного імпорто-заміщення.

Як було з'ясовано вище, зловживають ринковою владою і роздрібні торговельні мережі інших країн, але в Україні масштаб таких порушень помітно більший. За розрахунками АМКУ сукупна ефективна маржа – різниця між

доходами та обґрунтованими витратами — українських ритейлерів із переважно продовольчим асортиментом у середньому становила 45%, тоді як польського Eurocash – 10,5%, ВІМ (Туреччина) – 15,6%, Jeronimo Martins (Португалія, Польща) – 22,3% [11].

АМКУ з'ясував, що 15 роздрібних торговельних мереж у Києві координували свою діяльність, обмінюючись інформацією через дослідницьку компанію «АСНільсен Юкрейн». Розглянувши цю справу, Комітет 29 квітня 2015 року оштрафував їх на загальну суму 203,6 млн. грн. АМКУ також зобов'язав торговельні мережі протягом двох місяців припинити несправедливі торговельні практики шляхом приведення договірних відносин з постачальниками та/або виробниками товарів та підходів до ціноутворення для своїх споживачів у відповідність до законодавства про захист економічної конкуренції. Проте це рішення було оскаржено в судах. Договори між торговельними мережами та постачальниками, як і раніше, мають дискримінаційний характер.

Цей приклад наочно показує обмеженість можливостей використання законодавства про захист економічної конкуренції для боротьби зі зловживаннями торговельних мереж. Адже АМКУ необхідно проводити розслідування щодо кожного окремого випадку та доводити, що дії мереж порушують це законодавство. Розслідування вищезгаданої справи тривало два роки і при цьому стосувалося лише Києва, хоча аналогічні порушення допускаються у всіх регіонах. Для упорядкування взаємовідносин торговельних мереж з постачальниками необхідним є інституційне регулювання, тобто прийняття законодавчого акту, спеціально присвяченого цій проблемі. Він має забезпечити умови для справедливої конкуренції у роздрібній торгівлі, захист виробників від диктату торговельних мереж.

У 2010 році до Верховної Ради було внесено законопроект «Про внутрішню торгівлю», розроблений Міністерством економічного розвитку та торгівлі. Він містив низку положень, які могли б обмежити зловживання торговельних мереж: граничні терміни розрахунків за поставлену продукцію, вимоги до договорів постачання тощо. Водночас він передбачав розширення повноважень контролюючих органів, запровадження нових санкцій за порушення суб'єктами господарювання вимог законодавства та інші положення, що посилювали регуляторне навантаження на бізнес. 21 лютого 2013 року під час розширеного засідання Координаційної ради з питань розвитку малого та середнього підприємництва при Кабінеті Міністрів України законопроект було піддано критиці, після чого документ було знято з розгляду.

Була здійснена спроба вирішити проблеми взаємовідносин між торговельними мережами та їх постачальниками за рахунок саморегулювання бізнесу. У 2015 році фахівці Торговельно-

промислової палати розробили проект Правил професійної етики у сфері взаємовідносин між торговими мережами, що здійснюють свою діяльність з роздрібною торгівлю у неспеціалізованих магазинах переважно продовольчими товарами, та постачальниками. Цей проект ґрунтувався на чинному законодавстві України та враховував досвід ЄС.

Метою розроблення та прийняття даних правил було підвищення рівня конкуренції, сприяння інвестиціям та інноваціям, зокрема шляхом запобігання практиці перекладання понесених витрат та ризиків на слабшу сторону, запобігання надмірного тиску на такі сторони у відносинах між постачальниками і торговельними мережами. У документі були сформульовані принципи доброчесної поведінки, критерії такої поведінки при укладанні, внесенні змін та припиненні договорів, вимоги до строків розрахунків, до наданих послуг, принципи розподілу ризиків тощо [12]. Якби більшість торговельних мереж приєдналися до цих Правил та дотримувалася їх вимог, значна частина проблем, що існують у їх взаємовідносинах з постачальниками, була б вирішена. Однак цього не сталося, документ не був підписаний.

В Україні, на відміну від більшості країн Європи, відсутні законодавчі акти, спрямовані на усунення зловживань з боку торговельних мереж. Національна економічна стратегія на період до 2030 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179, визначає ряд заборонених напрямів руху, що є критичними перепонами для розвитку економіки («червоні лінії»). Серед них – монополізація конкурентних ринків. Однак у Стратегії не аналізуються негативні наслідки ринкової влади, яку отримали роздрібні торговельні мережі, відсутні заходи, спрямовані на встановлення балансу інтересів мереж та підприємств – постачальників.

У 2021 році до Верховної Ради народними депутатами внесена низка законопроектів, спрямованих на впорядкування взаємовідносин між роздрібними торговельними мережами та їх постачальниками: «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення сприятливих умов для товаровиробників при реалізації харчових продуктів» (реєстр. № 6068 від 16.09.2021), «Про внесення змін до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (щодо подолання практик недобросовісної конкуренції у сфері поставок сільськогосподарської продукції)» (реєстр. № 6068-1 від 20.09.2021), «Про захист від недобросовісних торгових практик у відносинах між суб'єктами господарювання у сфері постачання сільськогосподарських та харчових продуктів» (реєстр. № 6068-2 від 29.09.2021), «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту від недобросовісної конкуренції» (реєстр. № 6068-3 від 30.09.2021) та «Про основні засади

торговельної діяльності харчовими продуктами» (реєстр. № 6155 від 08.10.2021).

Всі вони посилаються на Директиву ЄС 2019/633 «Про недобросовісні торгові практики у відносинах між підприємствами у ланцюгу постачання сільськогосподарських та харчових продуктів» та використовують її положення. У всіх проектах наявний перелік заборонених торгових практик та передбачені санкції за їх використання, є вимоги щодо граничних строків розрахунків, обмеження щодо обсягів виплат за послуги, які надаються мережами. Водночас між проектами є суттєві розбіжності. У двох проектах (№№ 6068 та 6155) функції щодо контролю за УТР покладаються на Держспоживслужбу, у трьох інших – на Антимонопольний комітет України. Останнє є більш раціональним, враховуючи практику більшості країн ЄС. До того ж АМКУ має певний досвід розслідування правопорушень у цій сфері.

Найбільш досконалим, на наш погляд, є проект Закону «Про захист від недобросовісних торгових практик у відносинах між суб'єктами господарювання у сфері постачання сільськогосподарських та харчових продуктів» (реєстр. № 6068-2). Він розроблений за логікою та структурою, близькою до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». У законопроекті визначені сутність недобросовісних торгових практик та їх види, правові засади захисту від таких практик, відповідальність за вчинення таких практик. Водночас він має певні недоліки.

Так, норми законопроекту стосуються всіх суб'єктів господарювання, що діють у ланцюгу постачання харчових продуктів. Однак вимоги Директиви ЄС не розповсюджуються на дії покупців з річним оборотом до 2 млн. євро. Доцільно встановити відповідні порогові значення у проекті, що аналізується. Це дозволить запобігти перевіркам малих підприємств. При визначенні розмірів обороту потрібно враховувати також суб'єкти господарювання, пов'язані з покупцем відносинами контролю відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції». У проекті мова йде про недобросовісні торгові практики при укладанні та виконанні договорів поставки сільськогосподарських та харчових продуктів. Однак при постачанні таких продуктів укладаються також договори купівлі-продажу, торговельного співробітництва тощо. Тому доцільно внести відповідні зміни до проекту.

У законопроекті повернення непроданих товарів без оплати за ці товари та/або без оплати за їх утилізацію та стягнення з постачальника плати за зберігання, розміщення та інвентаризацію продукції відноситься до практик, що можуть бути дозволені на підставі чіткого та зрозумілого договору. Це відповідає Директиві ЄС 2019/633. Однак слід враховувати, що країни ЄС мають право посилювати її норми. Так, при імplementації Директиви у національне

законодавство Німеччина перенесла зазначені практики до списку безумовно заборонених. Враховуючи, що такі практики задають значних збитків вітчизняним підприємствам, доцільно також заборонити їх.

Відповідно до статті 8 проєкту особи, права яких порушені діями, визначеними як недобросовісні торгові практики, можуть протягом шести місяців з дня, коли вони дізнались або повинні були дізнатися про порушення своїх прав, звернутися до Антимонопольного комітету України, його територіальних відділень із заявою про захист своїх прав. Закінчення строку звернення із заявою є підставою для відмови у прийнятті заяви, якщо орган Антимонопольного комітету України не визнає поважними причини пропуску строку звернення із заявою.

Ці положення взяті з Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Там вони є доречними. Однак враховуючи розповсюдженість недобросовісних торгових практик та можливість комерційної помсти з боку порушників, не слід очікувати, що всі суб'єкти господарювання, права яких порушені, на протязі 6 місяців звернуться до АМКУ. Тому положення щодо строку звернення доцільно вилучити зі статті 8 проєкту.

Директива ЄС 2019/633 та законодавство держав-членів передбачають засоби захисту конфіденційності особи заявника. Однак зазначений проєкт, як і інші, приділяють недостатньо уваги цьому питанню. Він передбачає право об'єднань виробників, інших організацій постачальників або асоціацій подавати заяву на вимогу одного або кількох їхніх членів. Доцільно доповнити проєкт положеннями, які дозволять забезпечити конфіденційність заявника, надати АМКУ право почати розслідування за власною ініціативою.

Проєкт передбачає відшкодування шкоди суб'єктам господарювання, якщо її завдано

внаслідок недобросовісних торгових практик. Доцільно встановити, що шкода відшкодовується у подвійному розмірі, аналогічно тому, як це передбачено стосовно низки порушень законодавства про захист економічної конкуренції.

Висновки

В останні десятиліття у роздрібній торгівлі України активно йде процес концентрації, внаслідок чого провідну роль зайняли торговельні мережі. На відміну від окремих магазинів торговельні мережі мають значну ринкову владу та використовують її для перерозподілу на свою користь частини доданої вартості, створеної в переробному секторі. Для цього використовуються недобросовісні торгові практики: необґрунтовані затримки платежів за поставлені товари, перекладання комерційних ризиків на постачальників, нав'язування послуг, які не становлять цінності для постачальників тощо.

Водночас в Україні, на відміну від більшості країн Європи, відсутні законодавчі акти, спрямовані на усунення зловживань з боку торговельних мереж. За результатами проведених досліджень обґрунтовано необхідність запровадження інструментів державного регулювання діяльності роздрібних торговельних мереж. З цією метою пропонується прийняти законопроєкт «Про захист від недобросовісних торгових практик у відносинах між суб'єктами господарювання у сфері постачання сільсько-господарських та харчових продуктів», внесений до Верховної Ради 29.09.2021. Оскільки цей проєкт має певні недоліки, запропоновано зміни та доповнення до нього. Вони стосуються більш надійного захисту скажників, запобігання перевірок малих підприємств, заборони деяких недобросовісних торгових практик, що завдають значних збитків вітчизняним підприємствам тощо.

Abstract

The article shows that in recent decades the process of concentration has been active in the retail trade of Ukraine, as a result of which trade networks have taken the leading role. It is found that, unlike individual shops, they have considerable market power and use it to redistribute in their favor part of the value added created in other sectors of the economy. Therefore, the purpose of the article is to substantiate measures of state regulation of relations between domestic retail networks and suppliers based on the analysis of trends in the development of retail networks in Ukraine and the experience of EU countries.

It was found that networks actively use unfair trade practices: unjustified delays in payments for delivered goods, shifting commercial risks to suppliers, imposing services that do not add value to suppliers, etc. The experience of regulating the activity of retail networks in EU has been studied. Particular attention is paid to the essence of EU Directive 2019/633 "On unfair trade practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain". The development of network trade in Ukraine is analyzed; it was found that the scale of abuse of domestic retail networks is much greater compared to other European countries. This has an extremely negative effect on the competitiveness of Ukrainian enterprises, leads to an increase in prices and a decrease in the income of the population. The need to introduce tools for state regulation of the activity of retail networks is substantiated. To this end, it is proposed to adopt the draft law "On protection against unfair trade practices in relations between economic entities in the field of supply of agricultural and food products", submitted to the Verkhovna Rada on September 29, 2021. Since this project has certain shortcomings, changes and additions to it are proposed.

It is shown that the recovery of the economy after the war will be significantly accelerated if it is possible to balance the interests of retail networks and domestic producers by eliminating anti-competitive agreements and discriminatory practices.

Список літератури:

1. Motion for a European Parliament resolution on unfair trading practices in the food supply chain. 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0173_EN.html.
2. European Commission Communication. Tackling unfair trading practices (UTPs) in the business-to-business food supply chain. Strasbourg, 15.07.2014. COM (2014) 472. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52014DC0472>.
3. Directive (EU) 2019/633 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on unfair trading practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain. Official Journal of the European Union L 111/59. 25.4.2019.
4. Севрук І.М. Власні торговельні марки як стратегія роздрібного брендингу торговельних мереж. Економічний простір. 2019. № 150. С.66-70.
5. Найспритніші у 2021 році: топ-10 українських продуктових мереж за кількістю магазинів і темпам відкриттів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/top-10-fmcg-merezh-2021/>.
6. Global Powers of Retailing 2022. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>.
7. Статистика війни: за місяць бойових дій український ритейл втратив третину своїх торгових точок [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/statistika-vijni/>.
8. Організаційно-економічні механізми формування ефективної логістики товарних ринків / [Буркинський Б.В. та ін.]; за ред. Буркинського Б.В., Нікішиної О.В. – Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2021. – 264 с.
9. Інституціональні механізми регулювання розвитку логістики товарних ринків: монографія / [Буркинський Б.В. та ін.]; за ред. Буркинського Б.В., Нікішиної О.В. – Одеса: ДУ ІПРЕЕД НАНУ, 2022. – 274 с.
10. Антимонопольний комітет України. Рішення від 29.04.2015 №182-р. Про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та накладання штрафу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://amcu.gov.ua/npas/vityag-iz-rishennyu-182-r-vid-29042015>.
11. Чопенко В. Незговірливий ритейл / Дзеркало тижня №4 від 6.02.2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zn.ua/ukr/business/nezgovirliivy-riteyl-.html>.
12. Правила професійної етики у сфері взаємовідносин між торговими мережами, що здійснюють свою діяльність з роздрібною торгівлі у неспеціалізованих магазинах переважно продовольчими товарами, та постачальниками. Проект. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ucci.org.ua/download/EthicsRules170315.pdf>.

References:

1. Motion for a European Parliament resolution on unfair trading practices in the food supply chain (2016). Retrieved from: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0173_EN.html [in English].
2. European Commission Communication (2014). Tackling unfair trading practices (UTPs) in the business-to-business food supply chain. Strasbourg, 15.07.2014. COM (2014) 472. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52014DC0472> [in English].
3. Directive (EU) 2019/633 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on unfair trading practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain. Official Journal of the European Union L 111/59. 25.4.2019 [in English].
4. Sevruk, I. (2019). Private labels as a strategy of retail branding of trade networks. *Ekonomichnyj prostir*, 150, 66-70 [in Ukrainian].
5. The most nimble in 2021: top-10 Ukrainian grocery chains by the number of stores and pace of openings. Retrieved from: <https://rau.ua/novyni/top-10-fmcg-merezh-2021/> [in Ukrainian].
6. Global Powers of Retailing 2022. Retrieved from: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html> [in English].

7. War statistics: during the month of hostilities, Ukrainian retail lost a third of its outlets. Retrieved from: <https://rau.ua/novyni/statistika-vijni/> [in Ukrainian].
8. Burkynskyi, B.V., & Nikishina, O.V. (Eds.) (2021). Organizational and economic mechanisms for the formation of effective logistics of commodity markets. Odesa: IMPEER NASU [in Ukrainian].
9. Burkynskyi, B.V., & Nikishina, O.V. (Eds.) (2022). Institutional mechanisms for regulating the development of the logistics of commodity markets: a monograph. Odesa: IMPEER NASU [in Ukrainian].
10. Antimonopoly Committee of Ukraine. Decision No. 182 of April 29, 2015. About the violation of the legislation on the protection of economic competition and the imposition of a fine. Retrieved from: <https://amcu.gov.ua/npas/vityag-iz-rishennya-182-r-vid-29042015> [in Ukrainian].
11. Chopenko, V. (2015). Unspeakable retail Dzerkalo tyzhnya Mirror of the week, 4, February 6. Retrieved from: <https://zn.ua/ukr/business/nezgovirliviy-riteyl-.html> [in Ukrainian].
12. Rules of professional ethics in the field of relations between trade networks that carry out their activities in retail trade in non-specialized stores, mainly food products, and suppliers. Project. Retrieved from: <https://www.ucci.org.ua/download/EthicsRules170315.pdf> [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Щербак А.В. Роздрібні торговельні мережі в Україні: тенденції розвитку та проблеми домінування / А.В. Щербак // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. – 2022. – № 4 (62). – С. 52-59. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No4/52.pdf>.
DOI: 10.15276/ETR.04.2022.6. DOI: 10.5281/zenodo.7482650.

Reference a Journal Article:

Shcherbak A.V. Retail networks in Ukraine: development trends and problems of dominance / A.V. Shcherbak // *Economics: time realities. Scientific journal*. – 2022. – № 4 (62). – P. 52-59. – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No4/52.pdf>.
DOI: 10.15276/ETR.04.2022.6. DOI: 10.5281/zenodo.7482650.

