

Конференція «Постачальник та Ритейлер. Стратегія виживання»



АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Монополія на ринку України, постачальники та ритейл.
2. Потенціал України ризики та можливості
3. Держава Україна, які є і які є інструменти для підтримки бізнесу
4. Співпраця між постачальником та ритейлом, рішення від АРМ



ВИРОБНИК vs РІТЕЙЛ

Поточні відносити ВИРОБНИК/ПОСТАЧАЛЬНИК та РІТЕЙЛЕР

Вади ринку (market failures)

Транзакційні видатки

Ринкова влада

Короткостроковий фокус

Вади держави (government failures)

Регуляторні органи перебувають під впливом інтересів регульованих фірм

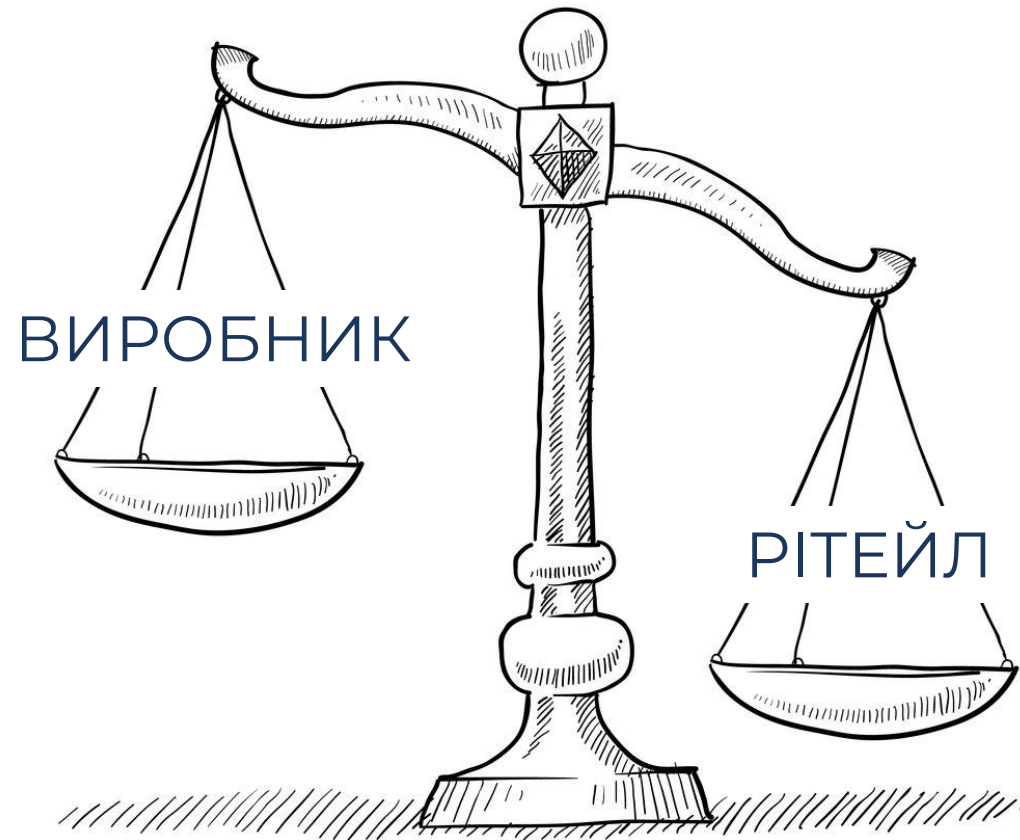
Лобіювання великими гравцями своїх інтересів

Проблема впровадження чи недостатність ресурсів та інформації

Політичний вплив, який приносить користь певним групам за рахунок інших



ВИРОБНИК vs РІТЕЙЛ



МОНОПОЛІЯ

МОНОПОЛІЯ, становище на ринку, за якого суб'єкт господарювання має можливість значно впливати на умови обігу товарів або послуг через відсутність ефективної конкуренції.

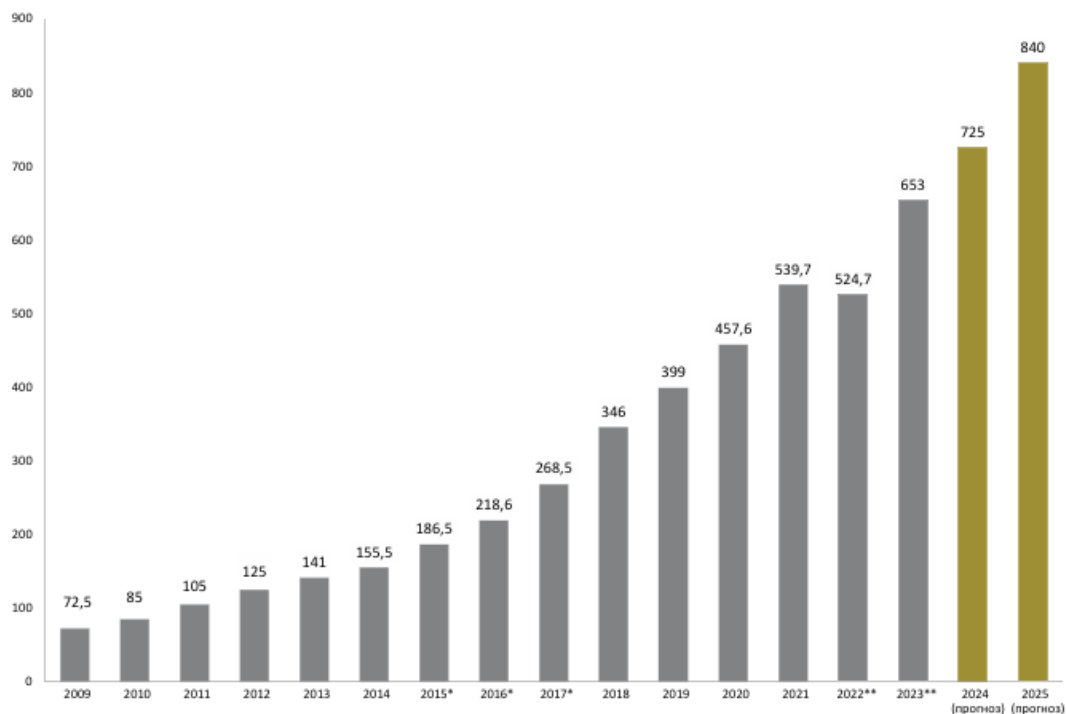
Закон України "Про захист економічної конкуренції" визначає монопольне (домінуюче) становище наступним чином:

«Суб'єкт господарювання має домінуючу позицію на ринку, якщо його частка на цьому ринку становить 35% і більше, за умови, що він не відчуває значної конкуренції. У певних випадках монопольне становище може бути визнане й тоді, коли частка компанії є меншою, але її ринкова влада дозволяє впливати на конкуренцію, ціни та умови поставок».



РІТЕЙЛ ТОВАРООБІГ 2023

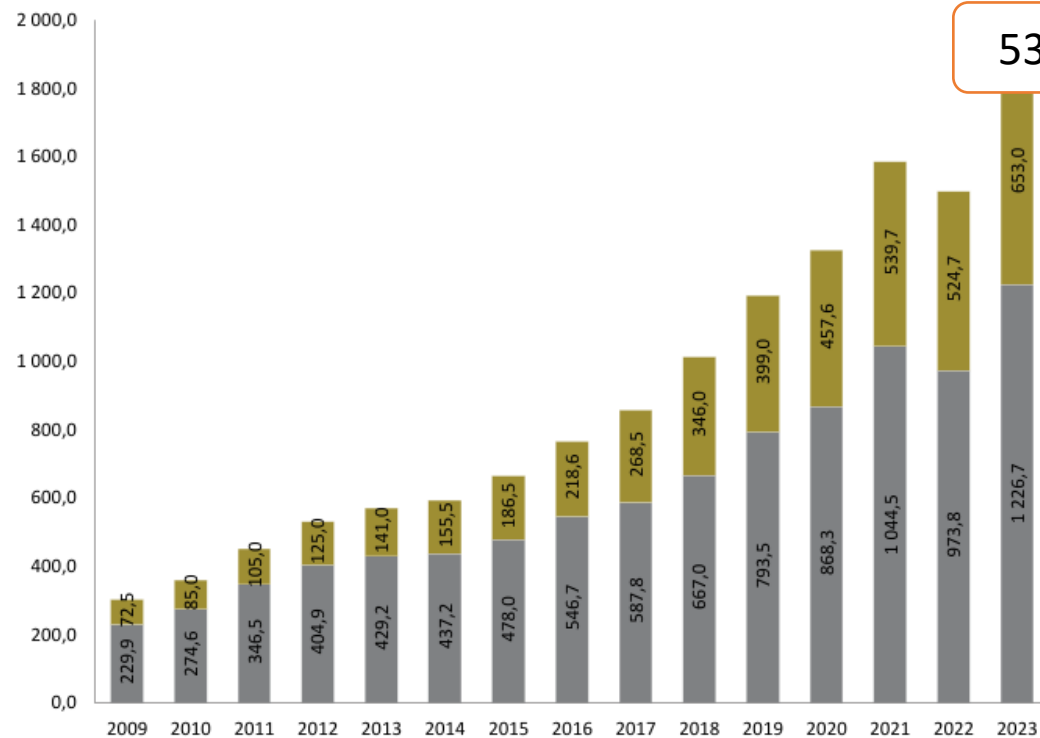
Обсяг ринку мережевого food-ритейлу України, 2009-2025 рр., млрд. грн*



Дані: GT Partners Ukraine

* без врахування показників торгових мереж та магазинів, які працюють на окупованих територіях Запорізької, Херсонської, Харківської, Донецької та Луганської обл.

Співвідношення продажів сучасних продовольчих ритейлерів та загального обсягу роздрібного товарообігу в Україні



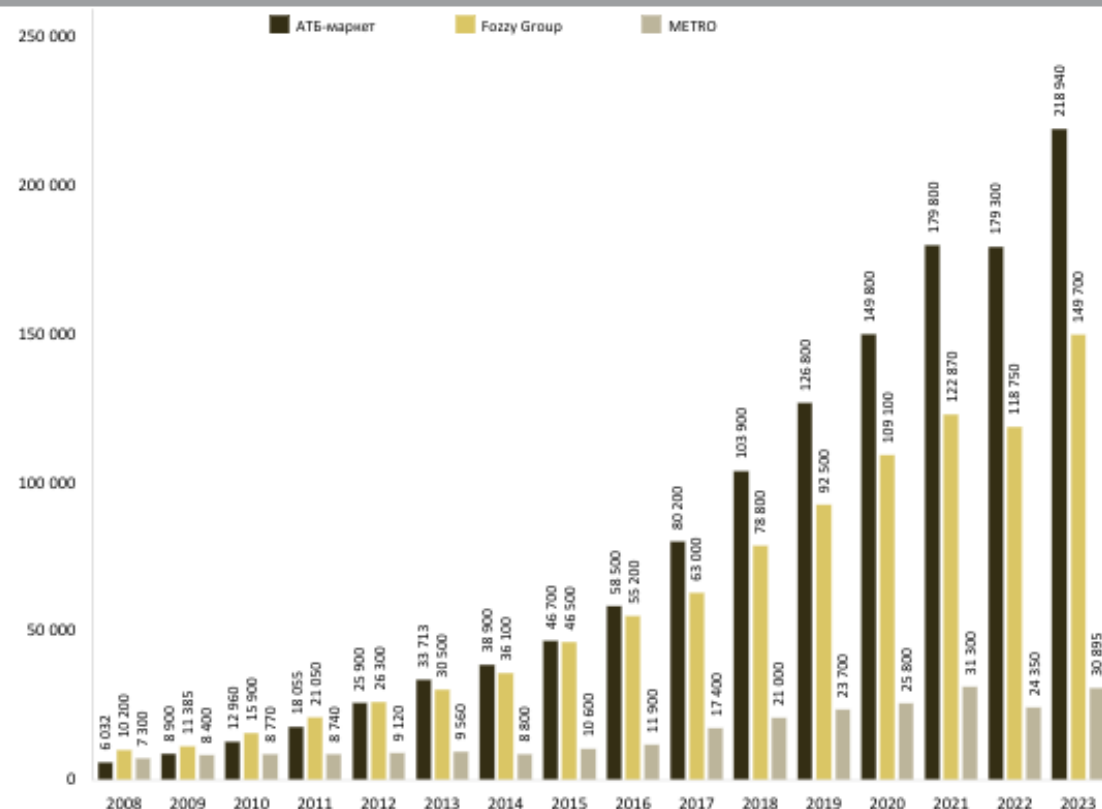
Дані: GT Partners Ukraine, Держстат України



РІТЕЙЛ КЛЮЧОВІ ГРАВЦІ

	2023	+/- vs YA	Market Share
	МЛРД.ГРН	%	%
МОДЕРН ТРЕЙД	653,00	24,5%	53,23%
1 АТБ МАРКЕТ	218,94	22,1%	17,85%
2 FOZZY	149,70	26,1%	12,20%
3 МЕТРО С&С	30,90	26,9%	2,52%
4 NOVUS	28,30	46,3%	2,31%
5 ВЕЛИКА КИШЕНЯ	22,10	26,3%	1,80%
6 VARUS	21,20	20,5%	1,73%
7 ТАВРІЯ-В	18,00	21,6%	1,47%
8 AUCHAN	13,30	3,1%	1,08%
9 ФАЙНО МАРКЕТ	9,32	36,0%	0,76%
10 КРАЙ, SPAR	7,50	15,4%	0,61%
11 ПОСАД	7,10	9,2%	0,58%
12 РУКАВИЧКА	7,08	11,4%	0,58%
13 МАРКЕТ ОПТ	7,00	52,2%	0,57%
14 КОПІЙКА	6,30	26,0%	0,51%
15 ЕКО МАРКЕТ	5,75	-22,8%	0,47%
16 БЛИЗЕНЬКО	5,30	73,8%	0,43%
17 GOOD WINE	4,53	62,8%	0,37%
18 Сім'23/ СІМІ	4,35	64,2%	0,35%
19 ГРОШ, ПАН ЕКОНОМ	4,00	25,0%	0,33%
20 ДЕЛКАТ	4,00	8,1%	0,33%
21 ІНШІ (Роздрібні мережі)	78,35	27,4%	6,38%
АРМ	44,16	33,2%	3,60%

ТОП 3 найбільших food-ритейлерів України, динаміка зростання товарообороту 2008-2023 рр., млн грн.

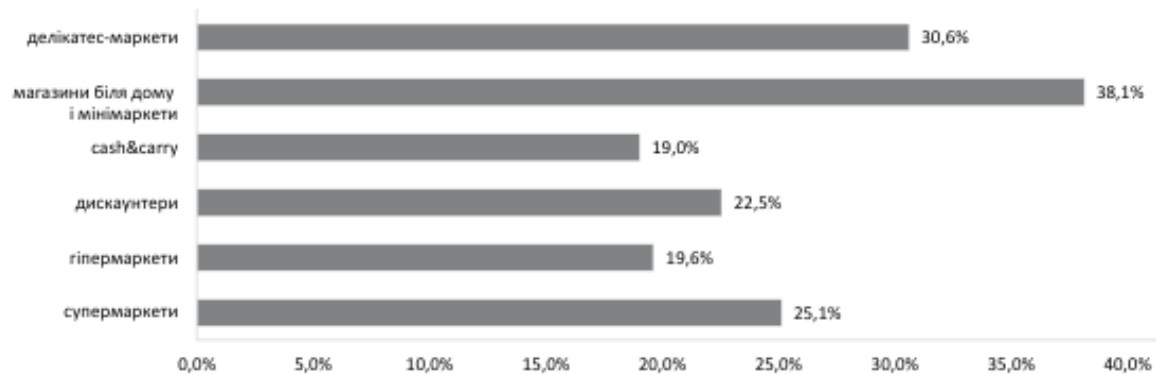


Дані: GT Partners Ukraine



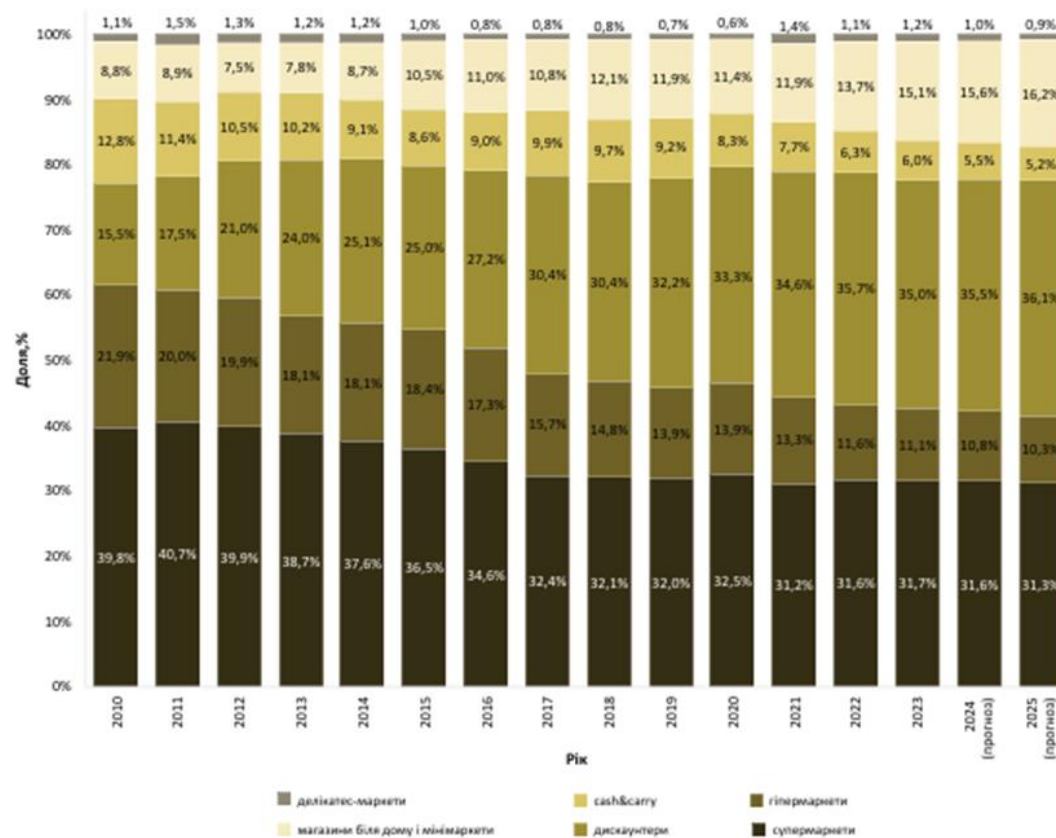
РІТЕЙЛ ФОРМАТИ

Динаміка товарообороту основних роздрібних форматів FMCG магазинів в Україні, 2023-2022 рр., %



Дані: GT Partners Ukraine

Частка основних роздрібних форматів FMCG магазинів у сумарному товарообігу мережевої торгівлі, 2010-2023 рр., %



Дані: GT Partners Ukraine



ЗА КОГО/ЩО КОНКУРУЄ РІТЕЙЛ

ЗА СПОЖИВАЧА

- Закриття потреб/ асортимент
- Ціна та промо
- Клієнтський сервіс

ЗА ПОСТАЧАЛЬНИКА

- Єдина/ справедлива ціна
- Прозор/ ринкові комерційні умови
- Підтримка/ просування
- Сервіси та послуги

ЗА ОПЕРАЦІЙНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ

- Бізнес процеси
- Системи



РІТЕЙЛ для ВИРОБНИКА

РИЗИКИ:

- Зниження цін на продукцію
- Залежність від одного/ декількох покупців
- Затримка оплат та збільшення термінів оплати.
- Втрата переговорної сили
- Обмеження асортименту або інновацій
- Вимоги до знижок і бонусів
- Вимоги до якості та логістики
- Зниження ринкової різноманітності
- Нерівноправне партнерство



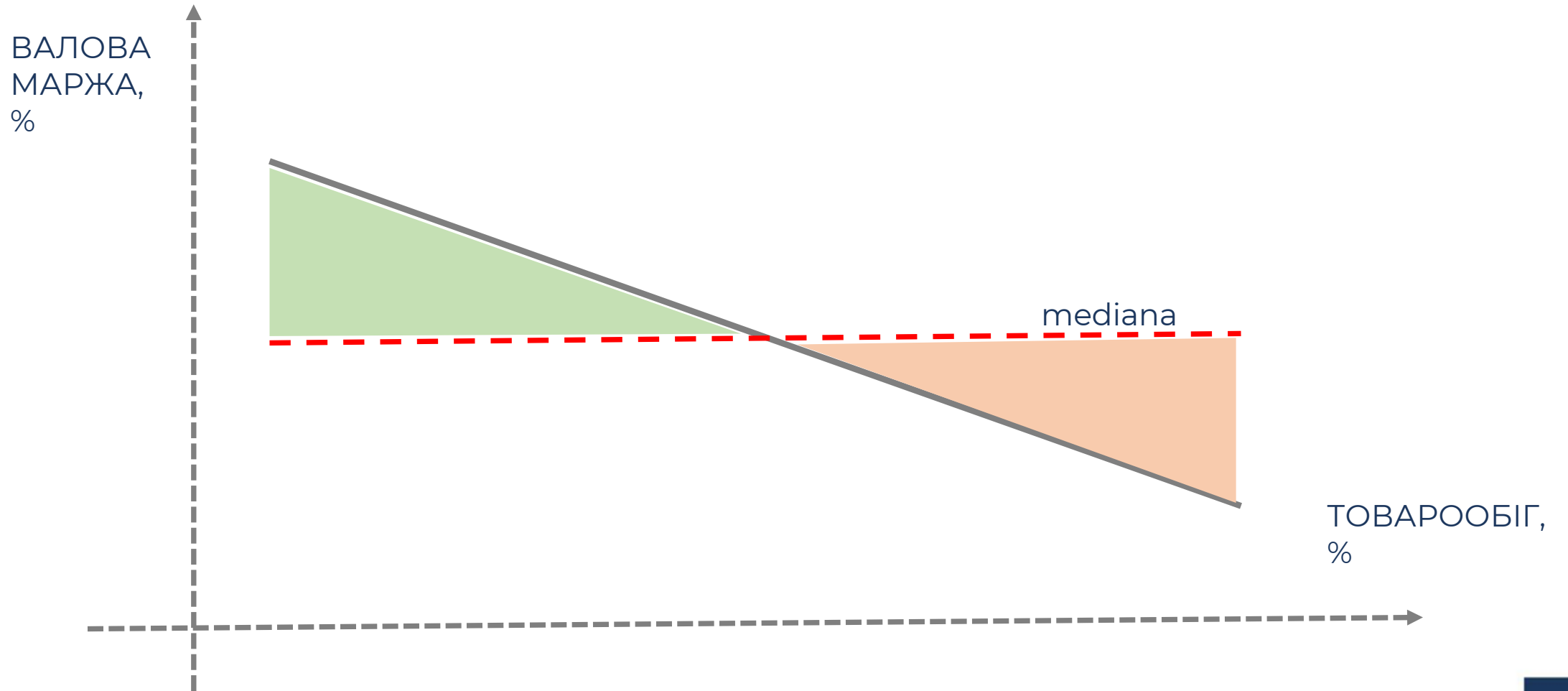
РІТЕЙЛ для ВИРОБНИКА

МОЖЛИВОСТІ:

- Завантаження виробництва
- Сегментація асортименту по каналах продажів
- Конкуренція асортиментом, якістю та сервісом
- Зменшення частки промо, перехід в кастомні промо/програми лояльності
- Регуляторна політика (відтермінування, ретро, повернення)
- Перехід на прямі контракти
- Довгострокове партнерство.

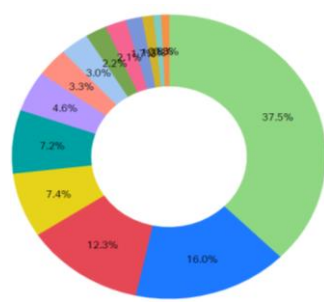


ВИРОБНИК для РІТЕЙЛА

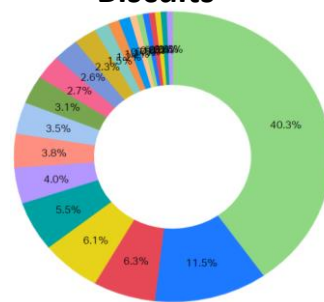


ВИРОБНИК/ КОНКУРЕНЦІЯ

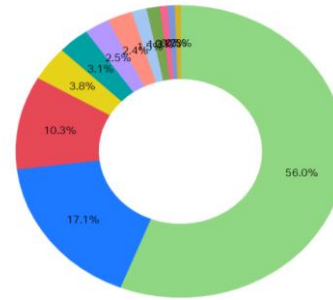
Chocolate Bulk



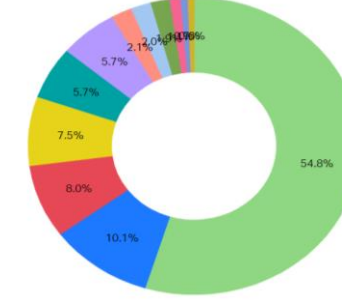
Biscuits



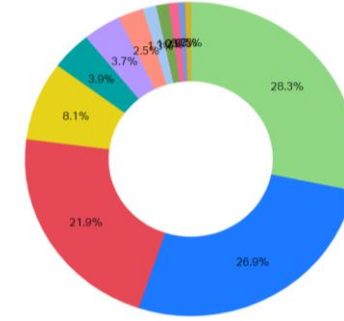
Soft Drinks



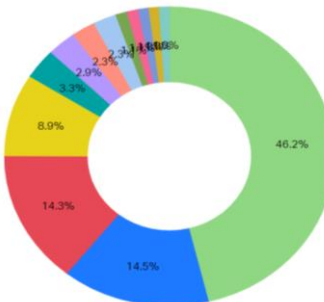
Energy drinks



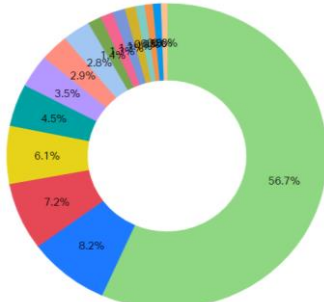
Beer



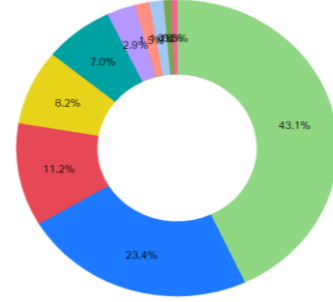
Cereals



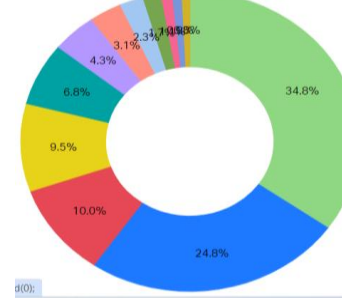
Crisp Bread



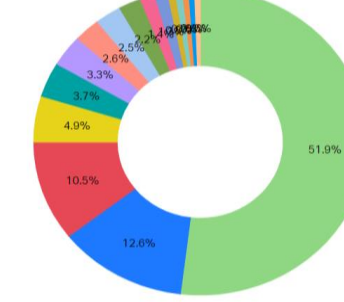
Ketchup



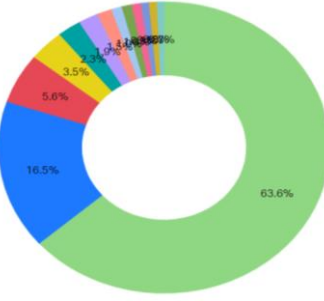
Juice



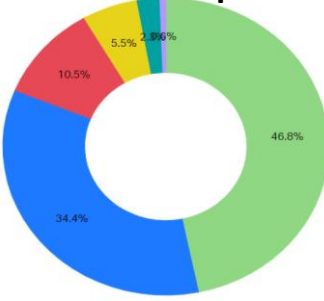
Water



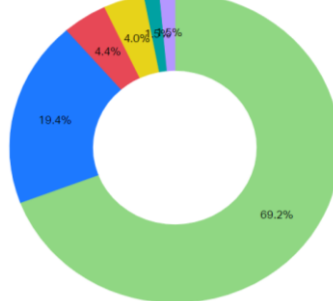
Nuts



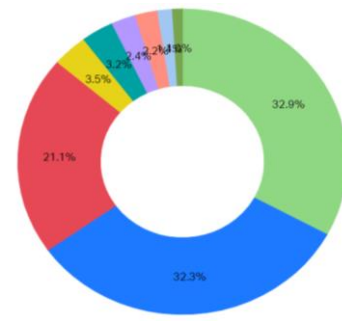
Potato Chips



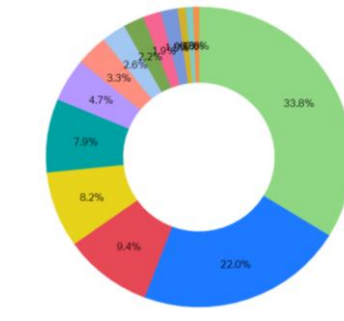
Noodles Dry



Pet Food



Vodka



ЗА КОГО/ЩО КОНКУРУЄ ВИРОБНИК

ЗА СПОЖИВАЧА (УТП)

- Лояльність
- Повторна покупка
- Крос-покупка

ЗА КАНАЛИ ПРОДАЖІВ

- Найбільш доступні (ND)
- Найбільш ємні (WD)
- Найбільш ефективні (Вартість продажу)

ЗА ОПЕРАЦІЙНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ

- Собівартість та управління витратами
- Якість та ефективність
- Ланцюжок постачання



ВИРОБНИК для РІТЕЙЛА

РИЗИКИ:

- OOS, втрата продажів, втрата клієнтів
- Якість, стабільність смаку/ форми, втрата лояльності
- Операційно неефективний постачальник = неконкурентоспроможні ціни
- Репутаційні ризики
- Непланові або не ефективні активності
- Обмежений розвиток/ масштабування
- Зниження валової маржі, екстра витрати на просування та зберігання



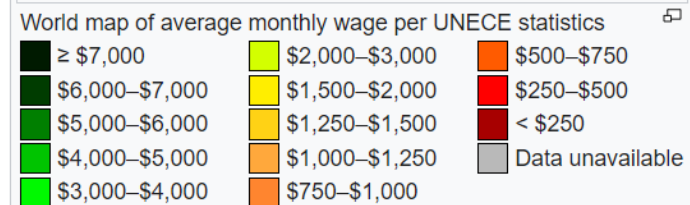
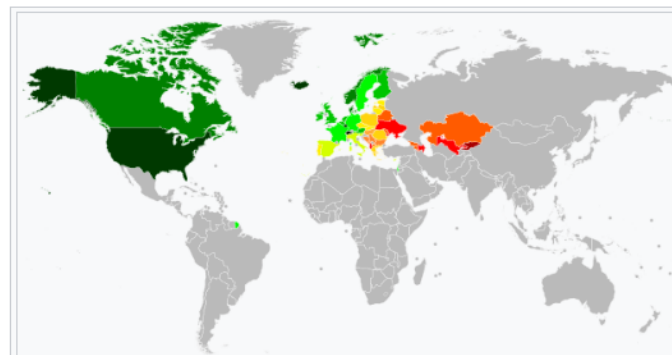
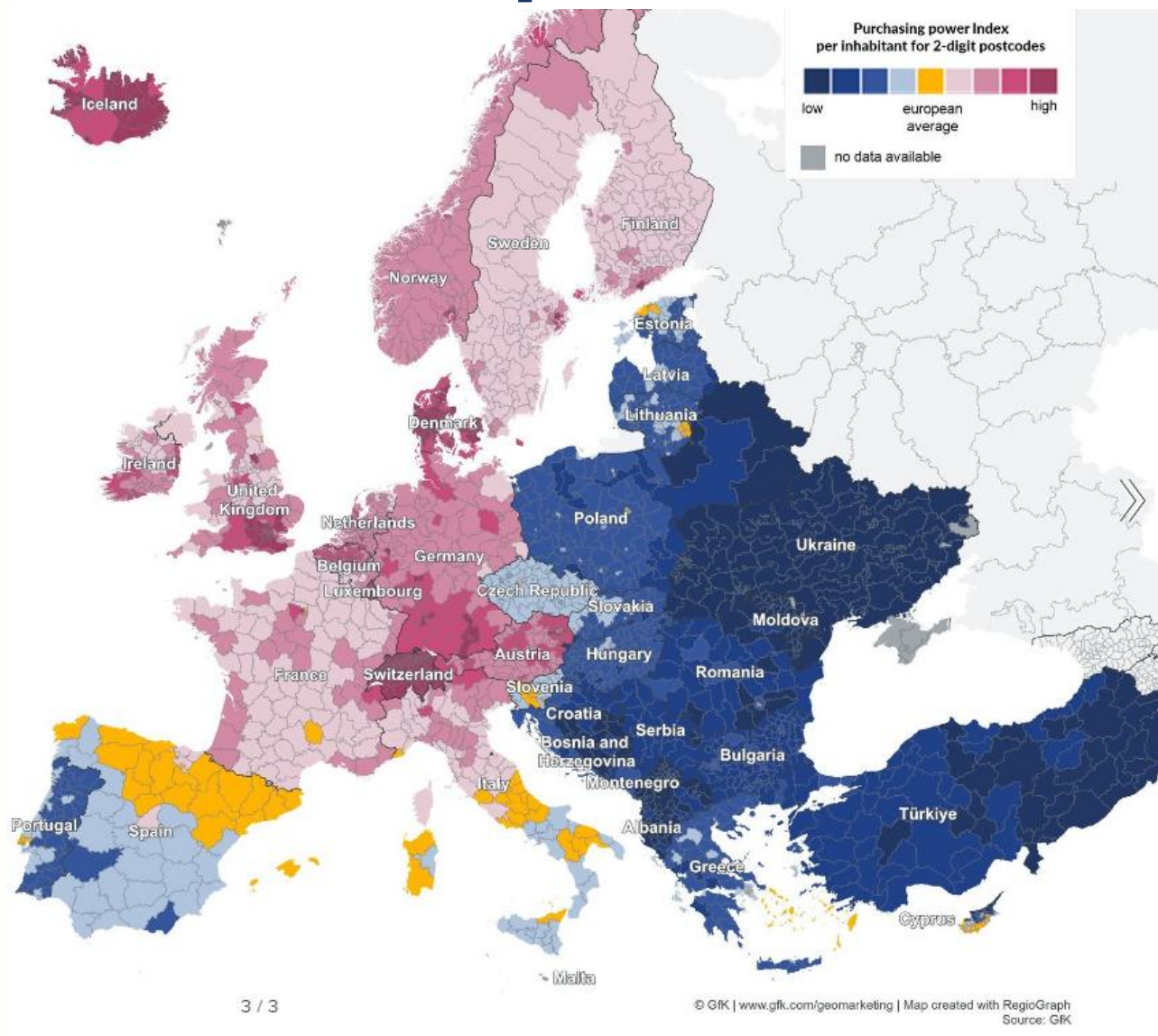
ВИРОБНИК для РІТЕЙЛА

МОЖЛИВОСТІ:

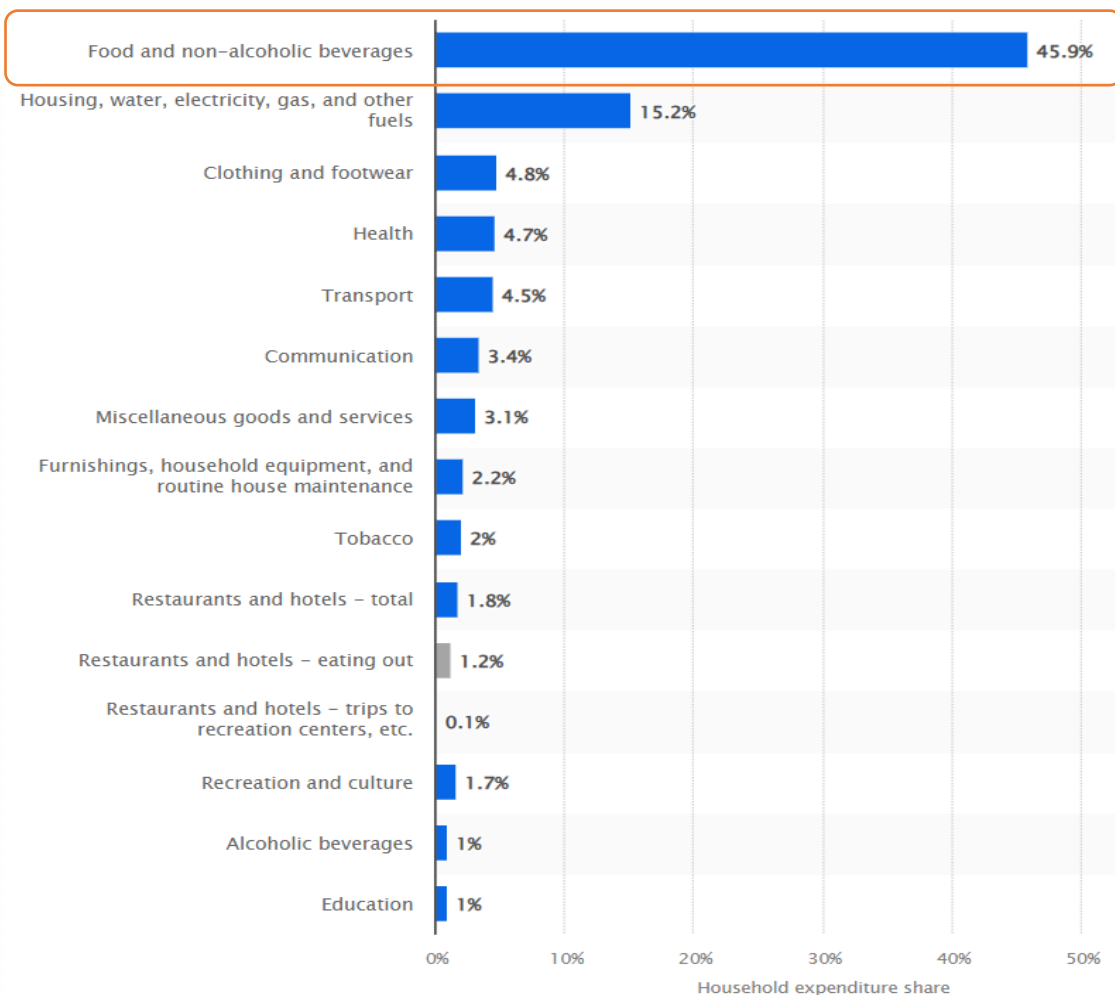
- Розвиток категорії (закриття потреб, цінові сегменти)
- Зростання середнього чеку та пенетрації (кількість та розмір чеку, крос категорійні покупки, частота відвідування)
- Кастомізовані промо як інструмент збільшення продажів та обортності
- Збільшення товарообігу та доходності категорії



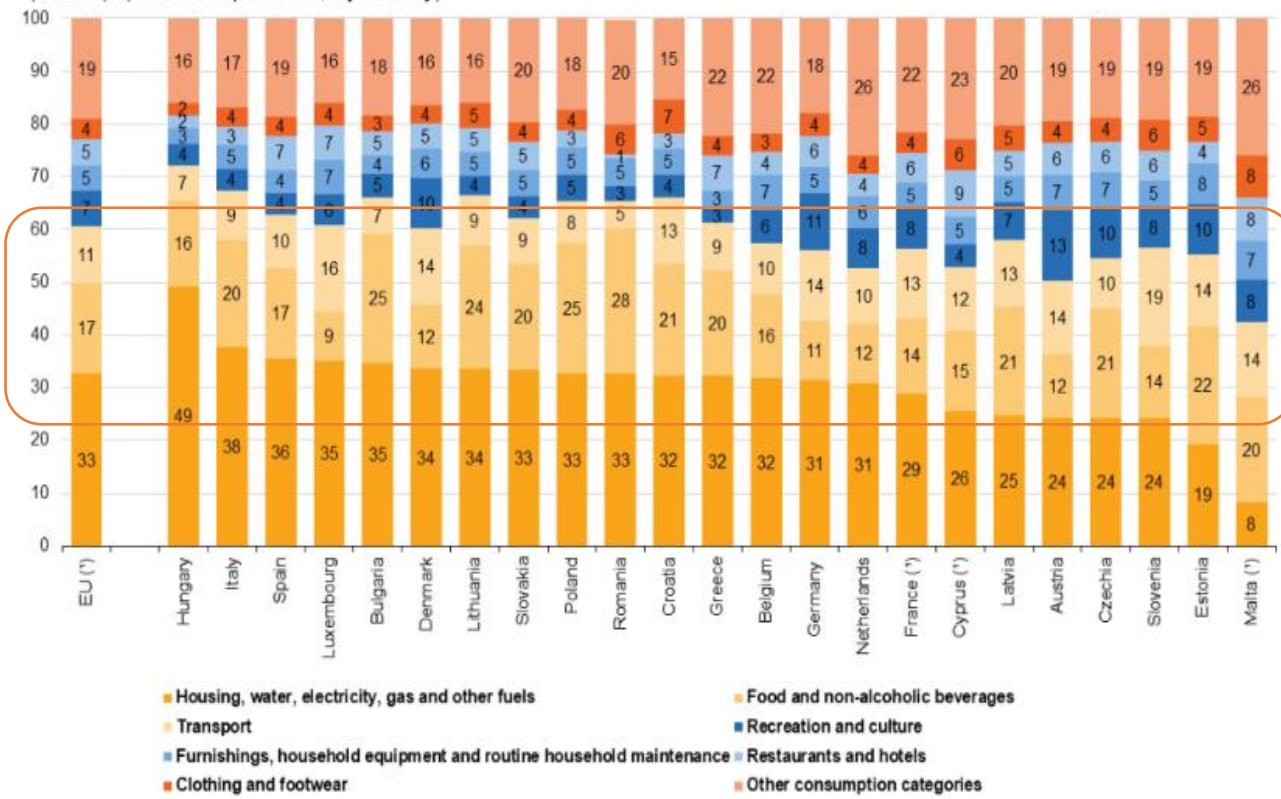
ПОТЕНЦІАЛ РИНКУ УКРАЇНИ



СПОЖИВЧИЙ КОШИК UA vs EU



Structure of consumption expenditure by COICOP, 2020
(Share (%) of total expenditure, by country)



Note: Data for Finland, Ireland, Sweden and Portugal not available for 2020.
The data for Member states are ordered according to the share of expenditure on housing, water, electricity, gas and other fuels.
(*) Eurostat estimate.
Source: Eurostat (online data code: hbs_str_I211)



ДЕРЖАВА УКРАЇНА, ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ

Регуляторна політика:

- Ключовий елемент для вступу до EU

Реальна підтримка бізнесу

- Кредитування бізнесу
- Національний кешбек
- Фокус та товари з доданою вартістю
- Модернізація обладнання та техніки
- Податкові канікули
- Енергоносії та енергозберігаючі технології



Міжнародний досвід застосування регуляцій: UTP (unfair trade practices), EU 2019

Black list (покупцю суворо заборонено):

1. Оплата постачальнику продукції (включаючи швидкопсувні продукти) пізніше ніж через 30 днів (відстрочка платежу);
2. Скасування замовлення на поставку продукції перед поставкою (для швидкопсувних продуктів);
3. В односторонньому порядку змінює умови договору поставки;
4. Вимагає платежі, які не пов'язані з продажем продукції;
5. Відмовляється письмово підтвердити умови договору поставки, щодо яких постачальник вимагає такого підтвердження;
6. Сплачувати за пошкодження чи втрату продукції, що відбувається на території покупця або після переходу права власності до покупця;
7. Незаконно використовує торгові секрети (комерційну таємницю) виробника;
8. Погрожує здійснити або здійснює комерційні погрози (відмова від розміщення на полиці тощо);
9. Повертає нереалізовану продукцію без сплати за неї або без оплати за її утилізацію (або без сплати обох платежів);
10. Накладає на постачальника зобов'язання про найбільше сприяння для покупців ("плата за полицю");
11. Вимагає від постачальника таких знижок, які є несправедливими або не були узгоджені раніше в договорі;
12. Вимагає компенсації витрат на розгляд скарг клієнтів, що стосуються продажу продукції постачальника, незважаючи на відсутність недбалості або вини з боку постачальника;
13. Стягує з постачальника плату за зберігання, розміщення або рекламування продукції;
14. Вимагає від постачальника компенсувати витрати на персонал покупця.



Міжнародний досвід застосування регуляцій у відносинах виробників харчової продукції та торговельних мереж

UTP (unfair trade practices), EU 2019

Add 6 rules (заборонені але можуть застосовуватись в окремих випадках):

1. Нечесні (неспівмірні) штрафні санкції на постачальника;
2. Не приймати продукцію, в якій залишилося менше ніж $2/3$ терміну придатності (де загальний термін придатності перевищує 30 днів);
3. Компенсувати менший прибуток покупця;
4. Стягує плату з постачальника за оновлення або встановлення магазинів;
5. Просить придбати продукти, послуги чи активи у третіх сторін (як умова потрапляння товару до мережі);
6. Змінює основні процедури постачання або специфікації продукції без належного повідомлення.



ДЕРЖАВА УКРАЇНА, ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ

579 доступні кредити

18 500+
видано кредитів

₴ 69 млрд
сума виданих кредитів з початку 2024 року

 національний кешбек

1 350+
виробників

1,9 млн
громадян долучилось

20 250+
точок продажу

₴ 98,5 млн+
нараховано кешбеку

263 000+
товарів



ВЛАСНА СПРАВА мікрогранти

результати за час дії програми:

20 000+
українців стали переможцями

39 000+
створено робочих місць

₴ 4,9 млрд
інвестувала держава в бізнес



ПИТАННЯ?

