

МЕТА ЗАКОНОПРОЕКТУ № 15035:

- Захистити дрібних/самозайнятих виробників товарів (локальних виробників, hand made – виробників, фермерів) від витіснення великим ритейлом і місцевою владою
- Дати зручні канали збуту без дискримінації (через МАФи, ярмарки, полиці в супермаркетах)
- Боротися з несправедливими практиками великих мереж. Зупинити недобросовісну, дискримінаційну практику торгівлі (як затягування платежів, повернення нереалізованого товару, примусові знижки тощо. Саме те, що регулює Директива ЄС №2019/633)
- Водночас не допустити зловживання спрощеною системою оподаткування.

Як ми зазвичай допомагаємо/підтримуємо «малесенького» підприємця?

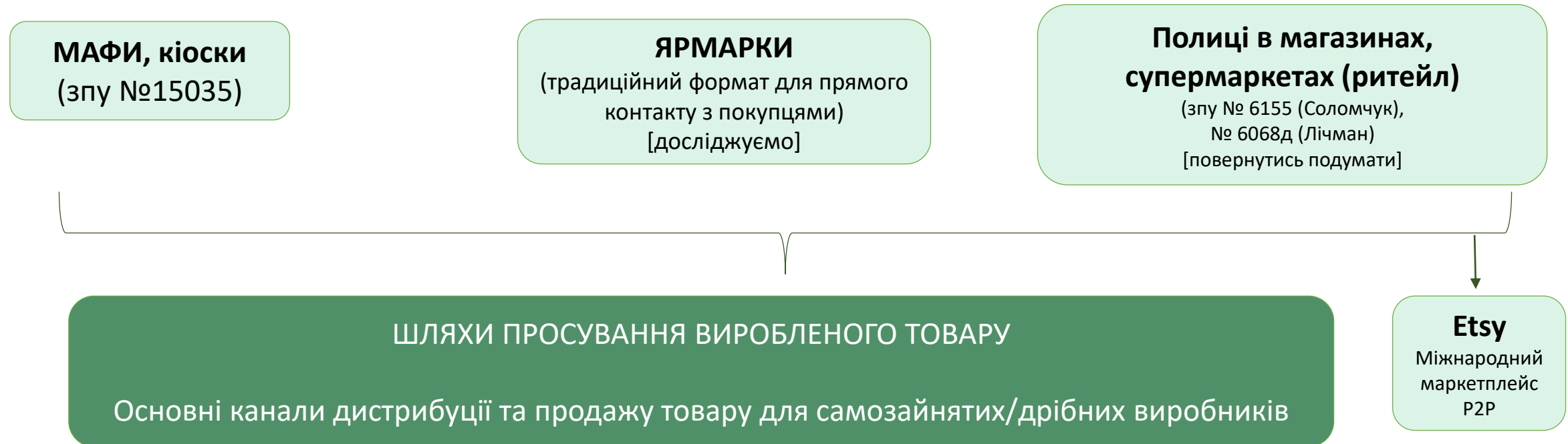
Наразі доступні три основні інструменти:

- податкові стимули;
- спрощена система оподаткування - полегшує ведення бізнесу для самозайнятих (ФОП);
- дерегуляція: спрощення відкриття та закриття бізнесу, ліцензії, перевірки.

Податки й форма бізнесу – це лише «вхідний квиток».

ФОП без зайвого паперу – це добре, але не вирішує проблему збуту.

Без гарантованих каналів збуту – виробник залишається з товаром на руках.



Ми майже не захищаємо від недобросовісних практик. Як саме дрібний виробник потрапляє на полицю, ярмарки? Дрібний виробник часто просто не може знайти ці канали збуту.

Ключова мета: Зупинити недобросовісну, дискримінаційну практику торгівлі (unfair trading practices) ОМС та великого бізнесу, що часто створюють бар'єри у ланцюжку постачання/збуту товару

Директива ЄС №2019/633 від 17.04.2019

Які механізми підтримки потрібно впровадити додатково?

- Доступ до ярмарків і ринків. Встановити законодавче право самозайнятих виробників на пріоритетне місце (без аукціонів, без схем)
- Обов'язкова квота для локальних/дрібних виробників (наприклад 3-5%) в ритейлі. Штраф для мереж, які ігнорують квоту.
- Прозорі правила розміщення МАФів. 50% місць для самозайнятих, а не для «перекупів».

Захист шляхів збуту – це не «допомога», а рівні правила гри.

Без цього податки й спрощення – лише «косметика».

Запобіжник: напрацювати механізми відповідальності за неправомірне дроблення бізнесу через ФОПи

Фінансовий бар'єр

- Вхідний бонус — плата за вхід постачальника в мережу, за введення товару в мережу, за ввід товару на полицю. Маркетингова комісія — відсоток з продажу. Маркетингові бюджети — оплата акцій, дегустацій, каталожних розміщень.
- Відстрочка платежу 30–90 днів — виробник фактично кредитує мережу.

Логістика

- Мережі працюють через розподільчі центри:
- централізовані поставки;
- спеціальні вимоги до упаковки;
- штрафи за несвоєчасну доставку.
- **Крафтовики часто не мають власної логістичної інфраструктури.**

Обсяги та стабільність поставок

- Мережі вимагають:
- стабільний великий обсяг;
- однакову якість партій;
- безперебійні поставки по всій країні або регіону.
- **Крафтове виробництво часто сезонне або обмежене за потужностями.**

Полична конкуренція

- Полиця — це обмежений ресурс.
- Мережі віддають перевагу:
- великим національним брендам;
- власним торговим маркам (private label);
- товарам із швидкою оборотністю.

Сертифікація та стандарти

- Необхідні:
- сертифікація виробництва;
- повна простежуваність сировини;
- штрихкоди, маркування за стандартами мережі.
- **Для малого виробника це додаткові витрати.**

Ризик списання

- Якщо товар має короткий термін придатності (сир, м'ясо, десерти), мережі можуть:
- повертати непроданий товар;
- перекладати ризики на виробника.

Чому це системна проблема? Бо:

- мережа працює з масштабом і оборотом;
- крафтовик працює з унікальністю та невеликим обсягом;
- їхні економічні моделі різні.