



Ефектът Lidl

Оценка на социално-икономическото
въздействие от дейността на
Лидл България за 2019 г.



Институт за пазарна икономика, 2020 г.



СЪДЪРЖАНИЕ

01

ИКОНОМИКА, ДОХОДИ И ТЪРГОВИЯ В БЪЛГАРИЯ — 9

02

ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ В ИКОНОМИКАТА НА СТРАНАТА — 17

МАКРОИКОНОМИЧЕСКО ИЗМЕРЕНИЕ — 20

РОЛЯ В ТЪРГОВИЯТА — 20

ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ КАТО РАБОТОДАТЕЛ — 21

03

ОЦЕНКА НА СЪВКУПНИЯ СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТ ОТ ДЕЙНОСТТА НА ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ — 25

ОЦЕНКА НА ПРЕКИТЕ ЕФЕКТИ ВЪРХУ БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА — 26

ОЦЕНКА НА НЕПРЕКИТЕ ЕФЕКТИ ВЪРХУ БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА — 30

- Разходи за инвестиции — 31
- Разходи за външни услуги — 31
- Местни доставчици на стоки за продажба — 31
- Разходи за възнаграждения на наетите (ефект на доходите) — 32

ПЪЛЕН ЕФЕКТ (ИКОНОМИЧЕСКИ ОТПЕЧАТЪК) ОТ ДЕЙНОСТТА НА ЛИДЛ В БЪЛГАРИЯ: ЕФЕКТЪТ ЛИДЛ — 33

04

ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ: РЕГИОНАЛЕН ЕФЕКТ — 37

ПРИЛОЖЕНИЕ 1:

Методология за изчисление на съвкупния икономически ефект от дейността на Лидл в България — 48

ПРИЛОЖЕНИЕ 2:

Таблицы и графики — 50

РЕЗЮМЕ

Икономика, доходи и търговия в България

След кризата от 2008-2009 г., България отбелязва десетилетие на постоянен икономически растеж. Ефектите от кризата върху инвестициите и заетостта обаче са продължителни и реалният ръст на брутният вътрешен продукт (БВП) в периода 2010-2014 г. е средно едва 1,1% на година. След 2015 г. растежът се ускорява и достига средно 3,6% в периода 2015-2019 г. От 2014 г. досега пазарът на труда е във възходяща фаза, като заетостта се увеличава с 300 хиляди лица, а безработицата спада до 4,2%, което е сред най-ниските стойности в ЕС. Средната работна заплата нараства с 43% за последните четири години, и с около 10% само през 2019 г. Тази тенденция е относително устойчива и поддържа относително бърз ръст на потреблението на домакинствата. Заедно с това обаче се отчита трайна тенденция към застаряване и намаляване на населението.

Общите приходи от продажби в търговията на дребно достигат 34,5 млрд. лева през 2019 г., или увеличение с над 40% спрямо 2014 г. Добавената стойност достига 4,4 млрд. лева. През 2019 г. в сектора са наети 209 хил. души, което на практика е запазване на нивата от 2018 г. и минимално нарастване с около 3 хил. от стойностите през 2017 г. В неспециализирани магазини, предлагащи предимно храна¹, през 2018 г. са наети около 73 хил. души, като заетостта си остава относително постоянна след 2014 г. Средните възнаграждения в търговията са традиционно по-ниски от средните общо за наетите лица в страната, като за последните години отчитат сходен темп на нарастване. Средната месечна заплата в сектор търговия достига 1122 лв. през 2019 г., което е с 51,3% повече от стойността през 2014 г., но въпреки това е с 12% по-ниска от средната общо за икономиката. Средната заплата в България за периода нараства с малко над 52% и достига 1271 лв. месечно през 2019 г. Персоналът, назначен основно за обслужване на клиенти обаче, остава със значително по-ниски възнаграждения от 682 лева през 2018 г. и, по предварителна оценка, около 730 лева през 2019 г.

Лидл България – макроикономическо измерение

Лидл България навлиза на българския пазар през 2010 г. с една логистична база в с. Равно поле и 14 търговски обекта. През 2017 г. компанията открива и втора логистична база в с. Кабиле. През 2019 г. търговските обекти на веригата достигат 99 и са разположени в 48 града в страната, а броят на наетите надхвърля 2700.

Приходите от продажби на компанията през 2019 г. възлизат на 1,15 млрд. лв., което е увеличение с 217% за последните пет години. През 2019 г. приходите на Лидл България са приблизително равни на 1% от БВП през 2019 г. и 1,1% от брутната добавена стойност на страната. Броят на наетите е 0,12% от общия брой наети лица в икономиката, 0,15% от наетите в частния сектор и 1,3% от наетите общо в търговията на дребно. Към 2018 г. приходите от продажби са около 0,3% от общите приходи на нефинансовите предприятия в България.

Лидл България – роля в търговията

През 2019 г. Лидл България допринася за 3,3% от оборота в целия сектор на търговията на дребно с едва 1,3% от наетите лица, което показва висока степен на ефективност и производителност на труда. Нещо повече – това позволява на компанията да осигурява възнаграждения, които са над средните за сектора. Компанията заема съществен дял от търговията на дребно, осъществявана чрез неспециализирани магазини, предлагащи предимно храна. Делът на компанията според общите приходи се разширява от 6,8% през 2014 г. до 10% през 2019 г.

¹ Тази група включва магазини, които предлагат разнообразен асортимент от стоки с преобладаващ дял на хранителни стоки, напитки и тютюневи изделия, като супермаркети, които се различават от специализираните магазини, като такива, в които се предлагат само плодове и зеленчуци, месо, риба и др. - https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/EN/sts_wrt_ts_esms_el.htm



Лидл България като работодател

През 2019 г. компанията е работодател на 3,5% от наетите лица в неспециализираните магазини, предлагащи основно хранителни продукти, като този дял плавно нараства през годините от 2,2% през 2014 г. Изплатените общо разходи за персонала достигат 8,5% от общите разходи за персонал в бранша. Това се дължи на по-високите средни възнаграждения в Лидл България, в сравнение с другите ритейлъри, както и на все още широко разпространени в бранша практики на недекларирана заетост и доходи. Компанията допринася и за над 25% от инвестициите в дълготрайни активи в сектора.

Лидл България е безспорен лидер в бранша по средни нива на заплащане, и е сред компаниите в страната, предлагащи значително над средната стойност на възнагражденията в икономиката. През 2019 г. средната месечна заплата в компанията достига 1932 лв. на месец, което е с 52% над средната стойност за икономиката като цяло и със 72% повече от тази в сектора на търговията. Заплатите в компанията растат с по-бързи темпове от тези в останалата част от икономиката, което води до нарастване на предимството ѝ на пазара на труда.

Лидл България предлага по-високи възнаграждения както за работата в търговските обекти (магазини), така и за работните позиции в логистичните бази. Средните заплати в магазините са с около 90% по-високи от тези за класовите служители, заети с обслужване на клиенти в рамките на сектора на търговията през 2018 г., като по предварителни оценки тази разлика се запазва и през 2019 г. Средните заплати в двете логистични бази на Лидл България са съответно със 17% и 30% по-високи от стойностите в търговските обекти през 2018 г. и 2019 г. Сравнени със средните нива на национално ниво за сектор „Транспорт, складиране и съобщения“, те са съответно с 47% и 59% по-високи, което отново дава предимство на компанията пред работодатели, предлагащи сходни работни позиции.

Средната брутна заплата в Лидл България е по-висока от тази за наетите в търговията във всички общини на страната, включително столицата.

Разликите спрямо средното ниво за сектора са най-големи в средни по население общини, като в повече от 10 общини възнагражденията в Лидл са над два пъти по-високи от средните. Само в 5 общини средните заплати общо за местната икономика надвишават тези в магазините на Лидл България, като сред тях са София и Козлодуй. Сравнението както спрямо заплатите в търговския сектор, така и спрямо средните стойности за общините ясно демонстрират, че Лидл успява почти навсякъде, извън столицата и много специализираните общини с много високи доходи, да осигури на служителите си значително по-добри заплати и съответно стандарт на живот. Това важи с особена сила за по-малките общини с по-ниски средни заплати, където разликите спрямо служителите във веригата са особено осезаеми.

Лидл България е сред значимите данъкоплатци за общинските бюджети. За 2019 г. общият обем на платените местни налози е почти 2,5 милиона лева. Компанията формира между 0,2 и 0,3% от общия размер на общинските приходи, като в по-малките общини обаче този дял става неколкостранно по-висок.



Лидл България – съвкупен ефект върху икономиката на България

Дейността на Лидл България оказва както пряко, така и косвено въздействие върху икономиката на България, което е резултат от взаимодействието с други сектори по линия на търсенето и предлагането, както и на потреблението на заетите в компанията. Цялостният икономически ефект включва както прекия принос за допълнителното търсене на стоки и услуги през разходите на компанията, така и косвените ефекти по веригата на стойността и доходите, които мултиплицират нарастването на съвкупното вътрешно търсене в страната.

Прекият ефект от дейността на компанията включва разходите към местни стопански агенти, извършвани от компанията. Най-общо, тези разходи попадат в няколко групи: стоките, поръчани от български доставчици, разходите за персонал, разходите за различни външни услуги, разходите за придобиване на дълготрайни материални активи. Заедно с това предприятието плаща и данъци, свързани с печалбите и доходите на наетите.



За 2019 г. прекият ефект от дейността на Лидл България върху българската икономика достига до 614 млн. лв.



Лидл България – съвкупен ефект върху икономиката на България

През 2019 г. от всеки 100 лв., похарчени за покупки в търговски обект на Лидл България, 24,23 лв. отиват при местни производители на преработени храни, включително месо, млечни продукти, пакетирани храни и др., а 2,95 лв. са насочени към пресни плодове и зеленчуци местно производство. Нетните разходи за заплати и възнаграждения (след плащане на осигуровки и данъци) представляват 4,71 лв. на всеки 100 лв. приход за компанията. За инвестиции се отделят 5,07 лв. - 1,75 лв. за строителство и ремонт и 3,32 лв. за машини, съоръжения и оборудване. От 100 лв. покупки в търговски обект на Лидл България за 2019 г. нетната печалба на акционерите в компанията е 3,54 лв. Платените данъци и осигуровки от компанията възлизат на 2,45 лв., които включват корпоративен данък, дължими социални и здравни осигуровки, данък върху доходите на физическите лица, такса битови отпадъци и данък сгради, без да се включват платени акцизи и данък върху добавената стойност. Разходите за външни услуги на компанията основно се насочват към професионални и бизнес услуги - 4,87 лв. на всеки 100 лв. приходи, както поддръжка, охрана и обслужване - 3,56 лв., и 0,91 лв. за транспорт.

Около 58% от общите разходи, реализирани в България, са за доставка на стоки за продажба, което е увеличение с над 29% спрямо предходната година. Разходите за персонал са 13%, разходите за инвестиции са 10%, а за данъци и осигуровки – близо 5% от реализираните разходи в страната.

Към преките ефекти, които дейността на Лидл България генерира за българската икономика, трябва да се добавят и косвените ефекти. Всеки от доставчиците на стоки и услуги на Лидл България чрез своята дейност създава допълнително търсене на суровини, материали, промишлени стоки, горива, различни услуги, строителство и т.н., което мултиплицира вече генерираното съвкупно търсене в страната.

За 2019 г. разходите за инвестиции генерират вторично търсене по веригата на стойността на инвестиционната и строителната дейност от още 61,5 млн. лева в българската икономика.

Разходи за външни услуги създават **допълнителен вторичен ефект в размер на 80 млн. лв. през потреблението и инвестициите на обслужващите компании**, предоставящи тези услуги. Доставката на български хранителни и нехранителни стоки за продажба в търговската мрежа в страната и за износ води до съвкупен вторичен ефект в размер на 334 млн. лв. Най-голям принос в ефекта имат поръчките към преработвателите на храни – 292 млн. лева. Домакинствата, които получават доход от възнаграждения за работата си в компанията, генерират индуциран ефект върху нарастване на вътрешното потребление от допълнителни 32 млн. лева през 2019 г.



Общият ефект върху съвкупното търсене в българската икономика през 2019 г. достига 1121 млн. лв., като нараства с 11% спрямо 2018 г.



Пълният съвкупен ефект от дейността на Лидл България през 2019 г. включва:

Преди ефекти:

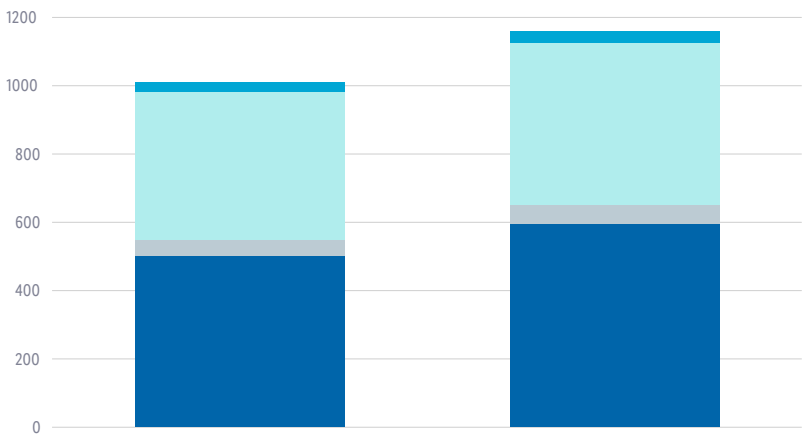
- разходите за стоки и услуги – 559 млн. лв.
- нетни възнаграждения на персонала – 55 млн. лв.

Косвени ефекти:

- вторични ефекти през веригата на стойността в доставките на стоки и услуги – 475 млн. лв.
- индуцирани ефекти от потреблението на нетния доход на наетите в икономиката – 32 млн. лв

Отделно, през 2019 г. Лидл България плаща 28,5 млн. лева данъци и осигуровки.

Ефектът Лidl: Преди и непреки ефекти върху вътрешното търсене в българската икономика, млн. лв.



- Покупка на стоки и услуги
- Вторичен ефект върху търсенето през веригата на доставките
- Нетни заплати за домакинства
- Индуциран ефект от потреблението на домакинствата

Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България



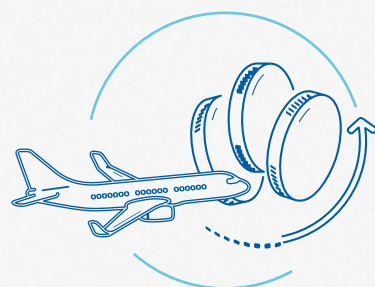
01

**ИКОНОМИКА, ДОХОДИ И ТЪРГОВИЯ
В БЪЛГАРИЯ**

ИКОНОМИКА, ДОХОДИ И ТЪРГОВИЯ В БЪЛГАРИЯ



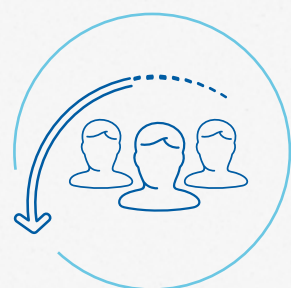
Десет години на икономически растеж 2010-2019 г.



Основен двигател до 2017 г. е износът, постепенно вътрешното потребление ускорява растежа



След 2014 г. икономиката постига реален ръст от средно 3,6%



Трайна тенденция за спад на населението



През 2019 г. е достигната рекордно висока заетост и исторически най-нисък коефициент на безработица

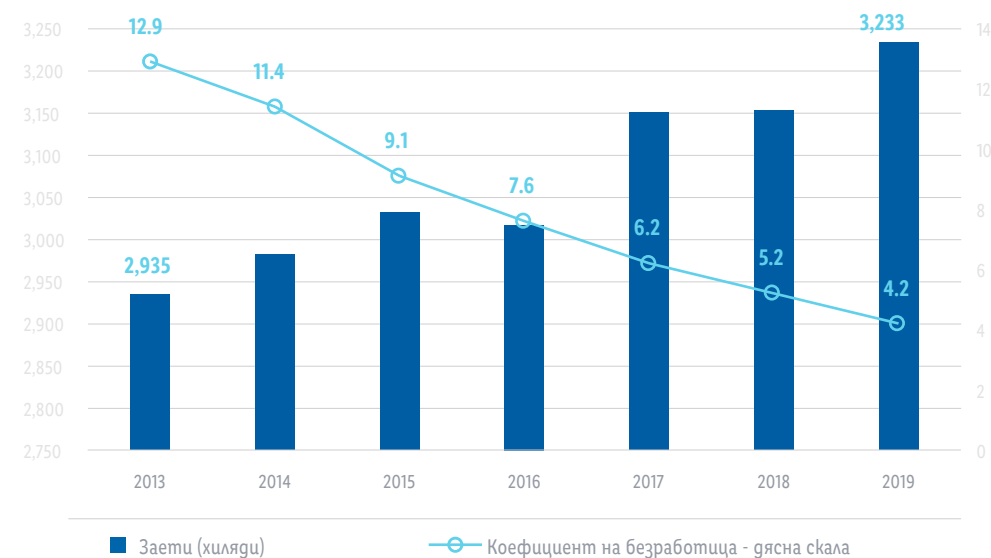
След кризата от 2008-2009 г. България отбелязва десетилетие на постоянен икономически растеж. Ефектите от кризата върху инвестициите и заетостта обаче са продължителни и реалният ръст на брутният вътрешен продукт (БВП) в периода 2010-2014 г. е средно едва 1,1% на година. След 2015 г. растежът се ускорява и достига средно 3,6% в периода 2015-2019 г. До 2017 г. включително приносът на вътрешното потребление е по-скромен, докато износът на стоки и услуги е основният двигател на растежа с реален ръст от 7,4% средногодишно. През 2018 г. и 2019 г. потреблението на домакинствата вече отчита нарастване в реално изражение от съответно 4,3% и 5,8%, което отразява както значителния спад на безработицата, така и продължителният поне четиригодишен период на бързо нарастване на възнагражденията на заетите.

През 2019 г. БВП на България по текущи цени достига 118,7 млрд. лева, а потреблението на домакинствата – 70 млрд. лева. През последните три години БВП нараства средно със 7,7% на година в номинално изражение, а потреблението на домакинствата – със 7,2%. В сравнение с 2010 г., размерът на БВП в левове по текущи цени е с 59,5% по-висок, а потреблението – с 48,8%. Само за периода 2016-2019 г. БВП нараства с близо 25%, а потреблението на домакинствата – с 23,1%, като трябва да се отчита и фактът, че това е период с относително ниска инфлация. Заедно с това, ръстът на БВП и потреблението средно на човек е значително по-висок заради намаляващото население.

Ускоряването на икономическия растеж след 2014 г. е пряко свързано с оживлението на пазара на труда. Продължителният период на реструктуриране след глобалната финансова криза доведе до загуба на около 430 хил. работни места до 2013 г., а коефициентът на безработица достигна 12,9%. От 2014 г. досега пазарът на труда е във възходяща фаза, като заетостта се увеличава с 300 хиляди лица, а безработицата спада до 4,2%, което е сред най-ниските стойности в ЕС.

Повишеното търсене на работна сила, както и пълното отпадане на ограниченията на пазара на труда във всички страни от ЕС за българи след 2014 г. водят до ускоряване на темпа на нарастване на възнагражденията. Това е общ процес за догонващите икономики в региона на Централна и Източна Европа, като България е сред страните с най-бързо нарастване на разходите за труд през последните три години (на второ място в ЕС след Румъния за 2019 г.). Средната работна заплата нараства с 43% за последните четири години, и с около 10% само през 2019 г. Тази тенденция е относително устойчива и поддържа относително бърз ръст на потреблението на домакинствата.

Заетост и коефициент на безработица – възстановяване на пазара на труда



Източник: НСИ, изчисления на ИПИ



Търговията на дребно е вторият най-голям работодател след преработващата промишленост с 209 хил. наети през 2019 г.



Под-секторът неспециализирани магазини, предлагащи основно храни, наема 73 хиляди души



След 2013 г. в сектора се отбелязва леко нарастване на заетостта, но броят на наетите расте



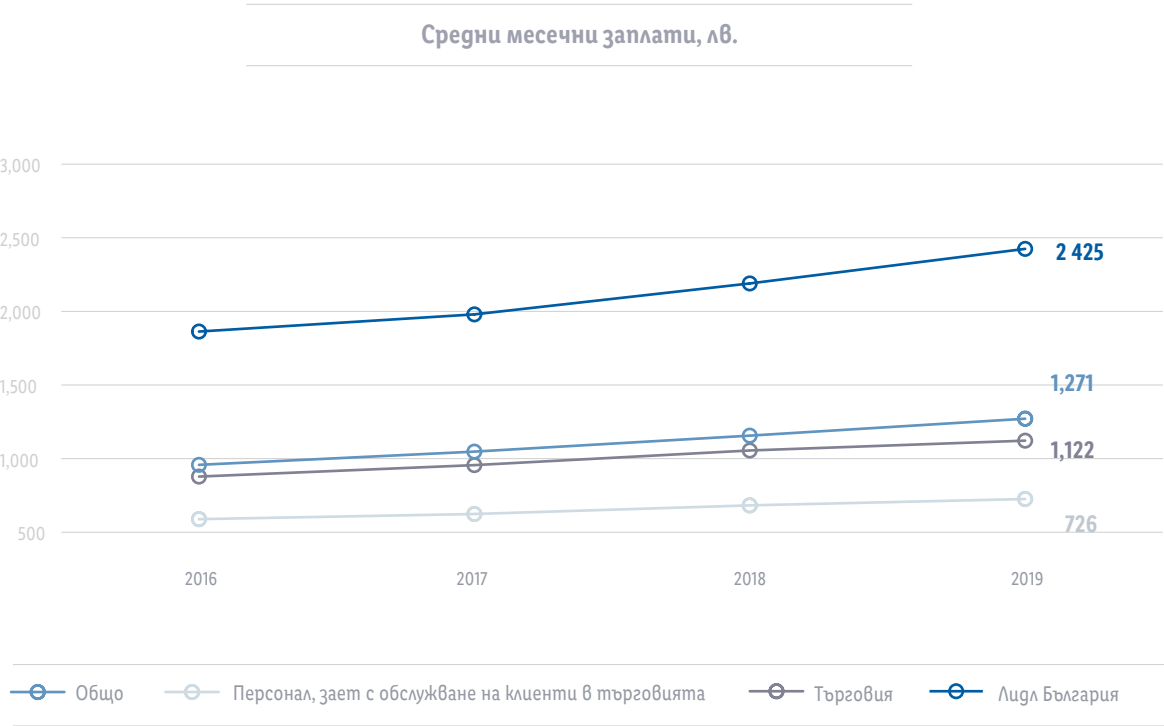
Средните заплати нарастват с над 51% за последните пет години, но все още са с 12% по-ниски от средната стойност в икономиката

В икономическа дейност „Търговия на дребно, без автомобили и мотоциклети“ през 2019 г. са наети 209 хил. души, което на практика е запазване на нивата от 2018 г. и минимално нарастване с около 3 хил. от стойностите през 2017 г. В по-дълъг период се наблюдава постепенно свиване на броя на наетите в бранша, които са над 227 хил. през 2010 г. Общите приходи от продажби в търговията на дребно достигат 34,5 млрд. лева през 2019 г., или увеличение с над 40% спрямо 2014 г. Добавената стойност достига 4,4 млрд. лева.

В търговията на дребно в неспециализирани магазини през 2018 г. са наети около 88 хил. души, като от тях около 73 хиляди са наети в неспециализирани магазини, предлагащи предимно храни. В сектор „Търговия на дребно с хранителни стоки, напитки и тютюневи изделия“ наетите лица са около 82,5 хил. по предварителни данни за 2019 г., като се наблюдава задържане на нивото от 2018 г. и минимален спад от под 0,5% спрямо 2017 г. За периода 2014-2019 г. заетостта се запазва относително постоянна, като се наблюдава постепенно свиване между 2014 и 2018 г. с малко под 3%, въпреки структурните промени в пазарните дялове на различните търговци. Общият оборот на неспециализираните магазини достига 11,8 млрд. лева през 2018 г., като 89% от тях са в търговски предприятия, предлагащи предимно храни. Отчита се значително нарастване с около 32% спрямо 2014 г. Добавената стойност, създадена в търговията на дребно в неспециализирани магазини, надхвърля 1,4 млрд. лева, или около 35% от общо създаваната добавена стойност в търговията на дребно.

Инвестициите в дълготрайни материални активи в неспециализираните магазини по данни от 2018 г. достигат 296 млн. лева, като 20% от тях са в покупка на земя, 44% са в ремонтни и строителни дейности и 36% в оборудване и въоръжения. В специализираните магазини за храни инвестициите са значително по-малко – 42 млн. лева за 2018 г.

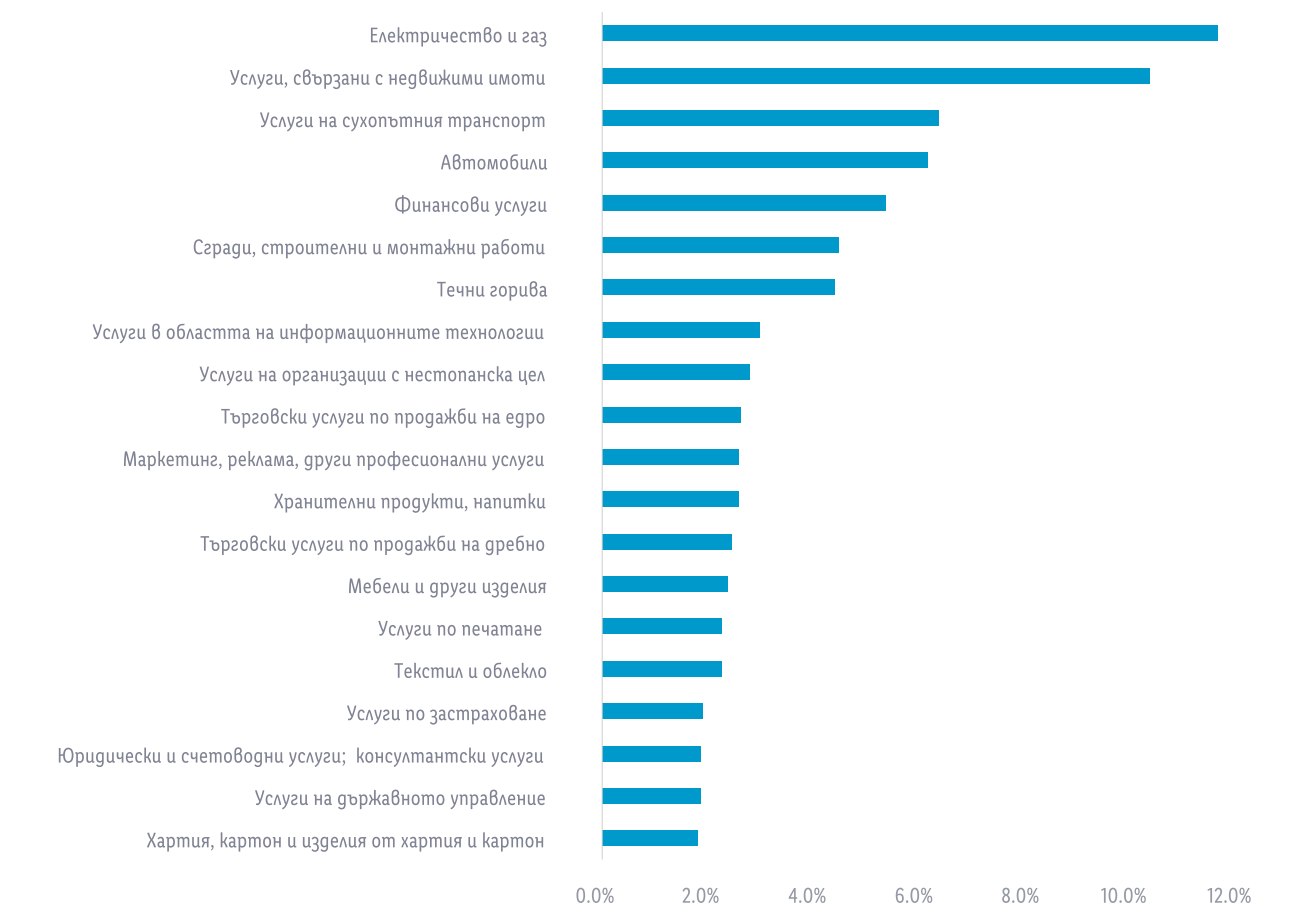
Средните възнаграждения в търговията са традиционно по-ниски от средните общо за наетите лица в страната, като за последните години отчитат сходен темп на нарастване. Средната месечна заплата в сектор търговия достига 1122 лв. през 2019 г., което е с 51,3% повече от стойността през 2014 г., но въпреки това е с 12% под средната общо за икономиката. Средната заплата в България за периода нараства с малко над 52% и достига 1271 лв. месечно през 2019 г. Персоналът, назначен основно за обслужване на клиенти обаче, остава със значително по-ниски възнаграждения от 682 лв. през 2018 г. и, по предварителна оценка, около 730 лв. през 2019 г. Вероятно част от обяснението е в непълно деклариране на доходи с цел намаляване на данъчни и осигурителни плащания при част от работодателите, които сключват договори на непълно работно време или при заплата, близка до нормативно определен минимален осигурителен доход за бранша през съответната година.



Секторът „Търговия на дребно“ има важна роля в икономиката на страната не само с направените инвестиции и разкритите работни места, но и заради създаденото търсене на различни стоки и услуги. Директният и най-видим принос е чрез покупката на стоки за продажба – основната дейност на търговските компании – което генерира поръчки в различни сектори на преработващата промишленост, независимо дали местна или чуждестранна. Заедно с това, осъществяването на дейността представлява съвкупност от капиталови активи и услуги, които в различна комбинация, зависима от бизнес модела на всеки търговец, служат за достигане на стоките до крайния потребител. Предприятията трябва да изградят и поддържат търговски обекти с всички нужни разходи за тяхното функциониране и поддръжка, да осигурят транспорт, застраховки, реклама, счетоводно и юридическо обслужване и т.н. Това е т.нар. „междинно потребление“ в рамките на създавания продукт на икономическия отрасъл, и той включва използваната енергия, горива, маркетингови и консултантски услуги, оборудване в обектите, работни облекла, средства за безопасност, отпечатване на рекламни материали и брошури и др. под.

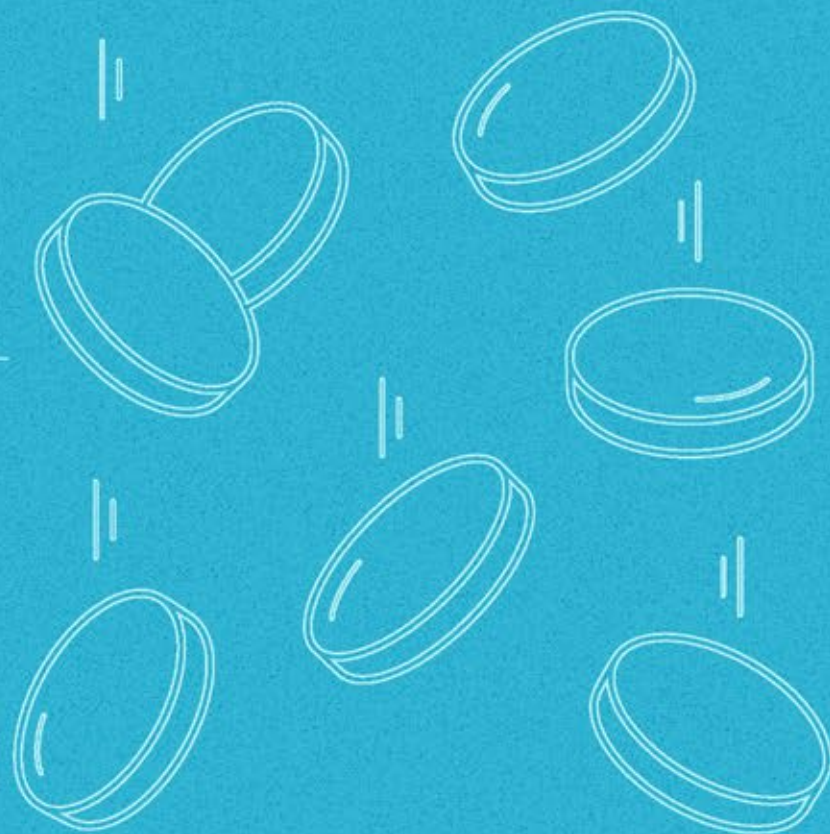
В сектор „Търговия на дребно“ този тип междинно потребление е около 12% от общите приходи от продажби на предприятията, или приблизително около 3,8 млрд. лв. по предварителни оценки през 2018 г. Най-значим дял има потреблението на електроенергия и природен газ и услугите, свързани с недвижими имоти, което е логично свързано с използването и поддръжката на търговски обекти. Сходен характер имат и разходите за строителни и ремонтни дейности, както и мебелите и оборудването, които се ползват в обектите. Друго голямо перо в използваните външни услуги е транспортът, който може да бъде както възложен на външен доставчик, така и осъществяван вътрешно, което обяснява високия дял на разходите за автомобили и течни горива.

Междинно потребление на предприятията в търговията на дребно
(без стоките за продажба)



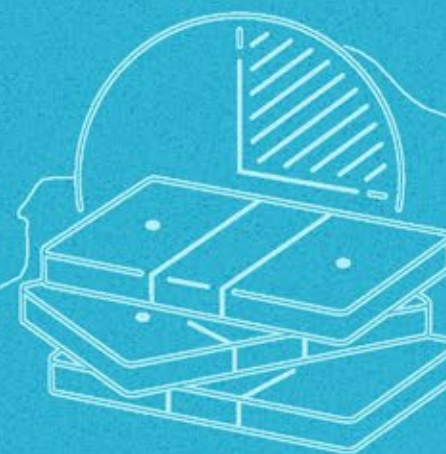
Източник: НСИ, Таблици „Ресурс-използване“, изчисления на ИПИ





02

ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ В ИКОНОМИКАТА НА СТРАНАТА

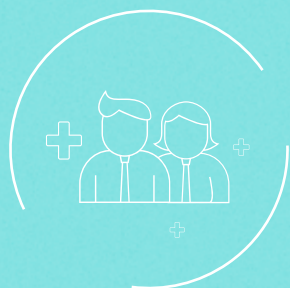


ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ В ИКОНОМИКАТА НА СТРАНАТА



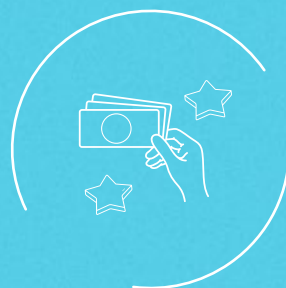
Лидл България навлиза на българския пазар през 2010 г. с една логистична база в с. Равно поле и 14 търговски обекта.

През 2017 г. компанията открива и втора логистична база в с. Кабиле. През 2019 г. търговските обекти на веригата достигат 99 и са разположени в 48 населени места в страната.



Средногодишният брой на наетите в компанията е 2700 през 2019 г., което е ръст от 72% за последните пет години.

Увеличението не се дължи само на наети лица в новооткритите обекти през годините, а и на разширяване на дейността в останалите търговски обекти и логистични центрове. През 2019 г. средно около 2000 души са заети в търговски обекти, в логистични центрове – 260, а в централата на компанията – 440.



Средното месечно възнаграждение в компанията, включващо всички доходи и придобивки за персонала, надхвърля 2100 лв. през 2019 г. и е с 36% по-високо в сравнение с 2015 г.

За същия период инфлацията в страната е в размер на около 7,3%. През 2019 г. средната заплата на заетите в търговските обекти на компанията е в размер на над 1400 лв., което е с над 27% по-високо ниво в сравнение със средната заплата в сектор търговия на едро и дребно. Средното възнаграждение в логистичните центрове на Лидл България е в размер на близо 1850 лв., или с близо 60% по-високо сектор транспорт и складиране.



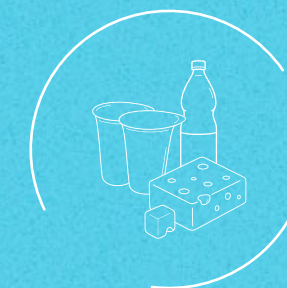
Платените от Лидл България преки данъци през 2019 г. възлизат на 28,5 млн. лв.

Платени данъци и осигуровки на централно ниво:

- корпоративен данък – 1,2 млн. лв.,
- социални и здравни осигуровки за служителите – 17,7 млн. лв.
- данък върху доходите на физическите лица – 5,9 млн. лв.

Към тях се прибавят още 3,6 млн. лв. под формата на местни данъци, включително 2,2 млн. лв. такса битови отпадъци и 1,4 млн. лв. данък сгради.

Общият размер на платените от компанията данъци през 2019 г. е над два пъти по-висок в сравнение с 2015 г., а за целия период постъпленията в държавния и общинските бюджети от петте налога са в размер на над 100 млн. лв.



Разходите на компанията за покупка на хранителни и нехранителни стоки от български производители за реализация на вътрешния пазар през 2019 г. възлизат на близо 350 млн. лв., което е ръст от 64% спрямо 2016 г.

Стойността на стоките от български производители представлява близо 41% от стойността на всички продадени стоки в търговски обекти в България. Нещо повече – този дял постепенно се увеличава от около 37% през 2016 г. до близо 41% през 2019 г., което показва нарастващото значение на местните производители в предлагания от компанията асортимент.



Оборотът на компанията през 2019 г. възлиза на 1,15 млрд. лв., което е увеличение с 217% за последните пет години.

Най-голямо годишно увеличение на приходите на компанията се наблюдава именно през 2019 г. – над 23%, която се характеризира с висок ръст на вътрешното търсене. През годината са открити три търговски обекта в София и още три във Варна, Поморие и Царево. Добрите резултати на компанията са подкрепени и от силния туристически сезон (през 2019 г. в България чуждестранни туристи са рекордно висок брой – 9,3 млн. души).



Инвестициите на компанията в сгради, подобрения на имоти, машини и оборудване, надхвърлят 60 млн. лв. през 2019 г.

В периода 2015-2019 г. компанията инвестира общо близо 212 млн. лв. в сгради, оборудване, външни съоръжения и подобрения на имоти, както и близо 108 млн. лв. в покупка на земи.



Допълнително, българските производители са реализирали износ за над 40 млн. лева през европейската търговска мрежа на Лидл България.

Продажбите за износ са нараснали с 33%, или 10 млн. лева, спрямо предходната година, като обхващат 124 продукта на 39 производителя.



Дейността на Лидл България се поддържа от широк кръг външни услуги за над 108 млн. през 2019 г.

Основната част от тях са фокусирани в маркетинг и реклама, ИТ услуги, ремонтни дейности, както и транспортни услуги. След тях се нареждат поддръжка, почистване, охрана, правни услуги и др.

Макроикономическо измерение

1%

от БВП

През 2019 г. общите приходи от продажби на Лидл България са приблизително равни на 1% от БВП през 2019 г. и 1,1% от брутната добавена стойност на страната.

1,3%

от наетите общо в търговията на дребно

Броят на наетите е 0,12% от общия брой наети лица в икономиката, 0,15% от наетите в частния сектор и 1,3% от наетите общо в търговията на дребно.

0.3%

от общите приходи на нефинансови предприятия

Към 2018 г. приходите от продажби са около 0,3% от общите приходи на нефинансовите предприятия в България.

Роля в търговията

3,3%

от оборота в целия сектор на търговията на дребно

През 2019 г. Лидл България допринася за 3,3% от оборота в целия сектор на търговията на дребно с едва 1,3% от наетите лица, което показва висока степен на ефективност и производителност на труда.

10%

от общите приходи в търговията на дребно

Лидл България заема съществен дял от търговията на дребно, осъществявана чрез неспециализирани магазини, предлагащи предимно храни. Делът на компанията според общите приходи се разширява от 6,8% през 2014 г. до 10% през 2019 г.

3,5%

от наетите в хранителните магазини

Компанията е работодател на 3,5% от наетите лица в неспециализираните магазини, предлагащи основно хранителни продукти, като този дял плавно нараства през годините от 2,2% през 2014 г.

8,5%

от общите разходи за персонал в сектора

Изплатените общо разходи за персонала достигат 8,5% от общите разходи за персонал, изплатени в сектора. Това се дължи на по-високите средни възнаграждения в Лидл България на фона на все още широко разпространени в бранша практики на недекларирана заетост и доходи.

21%

от оборота в хранителните магазини

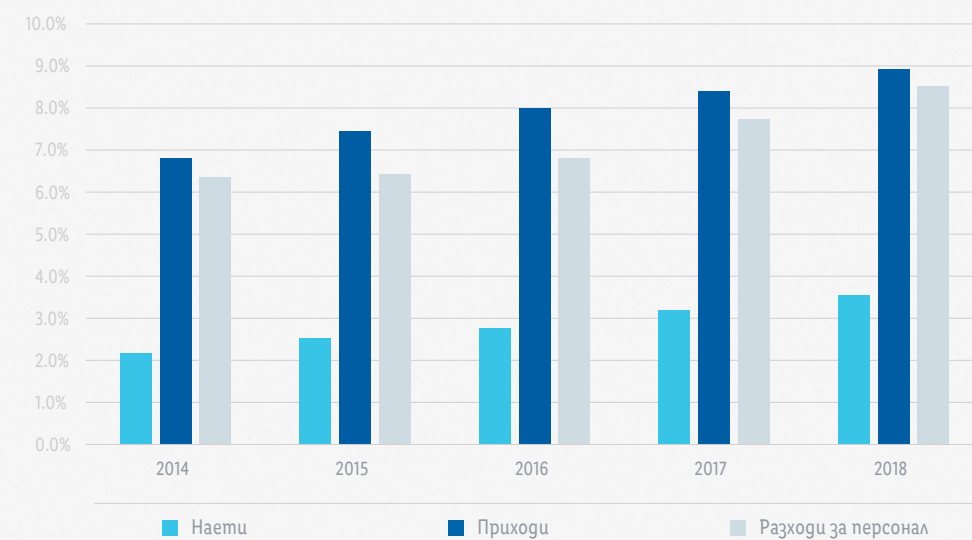
При разглеждане на компанията с над 150 наети в сектора на търговията на дребно в неспециализирани магазини, предлагащи предимно храни, Лидл България осъществява 21% от продажбите и е работодател на 11% от наетите.

25%

от общите инвестиции в дълготрайни материални активи

През 2017 г. над 25% от общите инвестиции в дълготрайни материални активи в продажбите чрез неспециализирани магазини се дължат на Лидл България. Компанията е осъществила над 40% от разходите за придобиване на земя в бранша, 23% от разходите за строителство и около 24% от разходите за съоръжения и оборудване в бранша.

Лидл България и търговията в неспециализирани магазини, предлагащи предимно храни



Източник: Евростат, НСИ, годишни финансови отчети

Инвестиции

Една от най-големите инвестиции на Лидл България е построяването на втората логистична база в с. Кабиле през 2017 г. Инвестицията в нея е над 80 млн. лв., като отделно бяха инвестирани и допълнителни 1,5 млн. лв. във важни за региона и местната общност проекти - изграждане на 7 км. газопровод в с. Кабиле, бетонови панели за пътища на община Тунджа, кръстовище пред базата (локално платно за камиони), както и LED осветление на близките паркинги на магистрала Тракия.

Благодарение на новата логистична база бяха открити 150 нови работни места в региона – с отлична работна среда и отлични условия на труд.

Сградата в с. Кабиле е и изключително ярък пример за отговорността и устойчивото развитие на компанията във всяка една сфера от своята дейност. Към 2017 г. логистичната база в с. Кабиле е единствената в България, сертифицирана по стандарта BREEAM – ниво „Отлично“ на проектно ниво строителство. В резултат на редица иновации и ефективни мерки складовата база използва с 30% по-малко енергия, отколкото ако бе проектирана и изпълнена като стандартна сграда.

Lidl като работодател

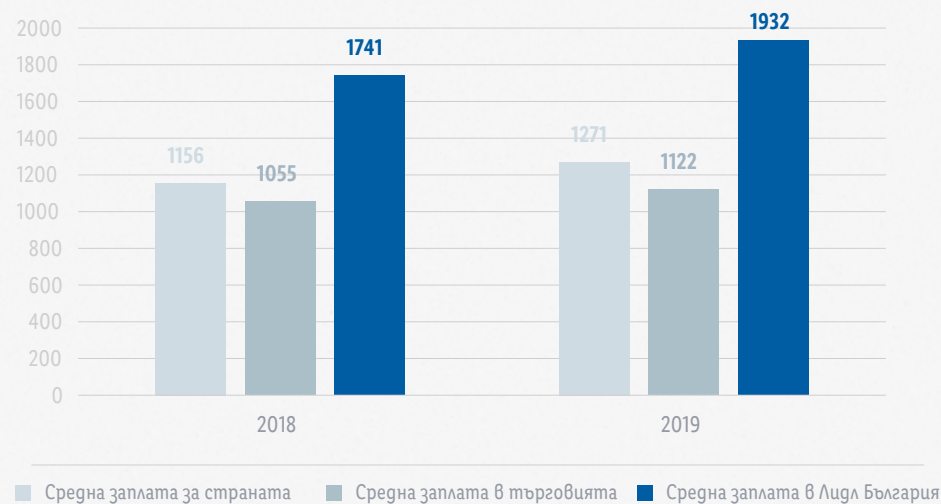
Лидл България е безспорен лидер в бранша по средни нива на заплащане и е сред компанията в страната, предлагащи значително над средната стойност на възнагражденията в икономиката.

През 2019 г. средната месечна заплата в компанията достига 1932 лв. на месец, което е с 52% над средната стойност за икономиката като цяло и със 72% повече от тази в сектора на търговията. Заплатите в компанията растат с по-бързи темпове от тези в останалата част от икономиката, което води до нарастване на предимството – през 2018 г. разликите са били съответно 50% и 65%. По данни от фирмените отчети за 2018 г., нивата на заплащане са с около 44% по-високи и от средните стойности за останалите големи търговски вериги, и с около 59% по-високи от средното за неспециализираните магазини, предлагащи основно храни, с над 150 наети служители.

²Без възнагражденията за висшия мениджмънт и без допълнителните социални придобивки за персонала

Lidl като работодател – 2019 г.

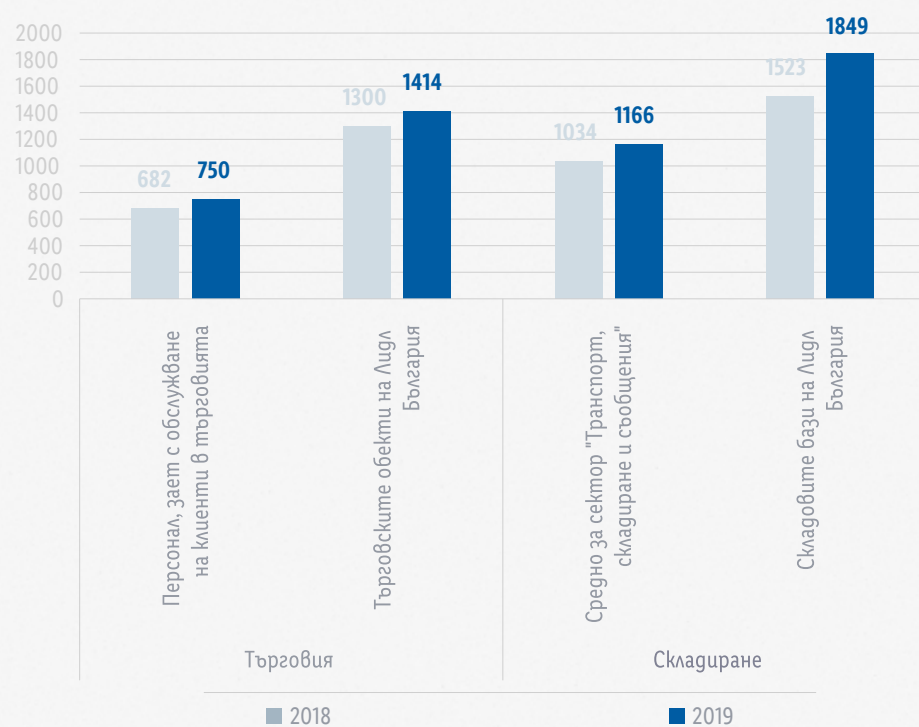
Средни заплати, в лева на месец



Източник: Евростат, НСИ, годишни финансови отчети

Лидл България предлага по-високи възнаграждения както за работата в търговските обекти (магазини), така и за работните позиции в логистичните бази. Средните заплати в магазините са с около 90% по-високи от тези за класовете служители, заети с обслужване на клиенти в рамките на сектора на търговията през 2018 г., като по предварителни оценки тази разлика се запазва и през 2019 г. Средните заплати в двете логистични бази на Лидл България са съответно със 17% и 30% по-високи от стойностите в търговските обекти през 2018 г. и 2019 г. Сравнени със средните нива на национално ниво за сектор „Транспорт, складиране и съобщения“, те са съответно с 47% и 59% по-високи, което отново дава предимство на компанията пред работодатели, предлагащи сходни работни позиции.

Средни заплати в търговските обекти и логистичните бази:
секторно сравнение



Източник: НСИ, Годишни финансови отчети, данни от Лидл България



Грижа за служителите

Освен едни от най-високите нива на заплащане в бранша, Лидл България осигурява на своите служители и широки възможности за развитие в широк спектър от области – строителство и експанзия, логистика, продажби, стоково снабдяване, маркетинг, ИТ, финанси и счетоводство и др.

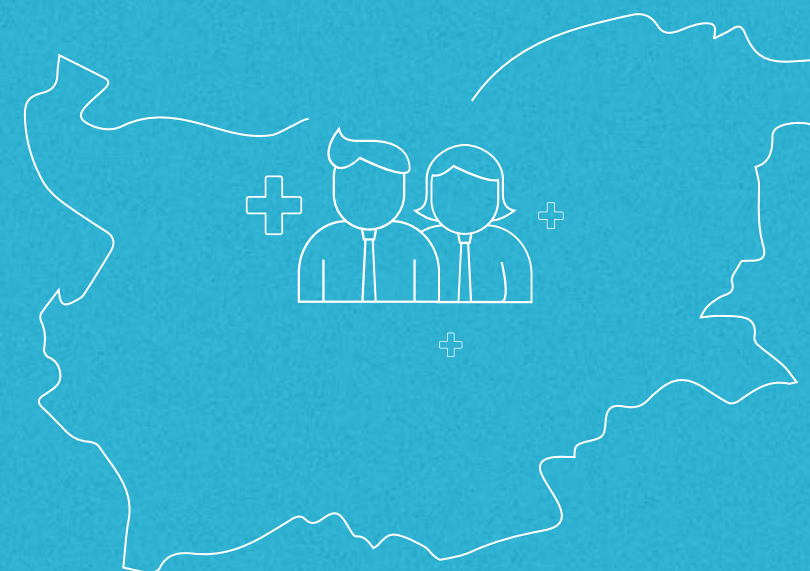
Над 75% от мениджърите във веригата са се издигнали отвътре в компанията и това създава една различна позитивна атмосфера, базирана на реални действия, а не на обещания. Ежегодно Лидл България инвестира 6-цифрена сума за квалификация и обучение на служителите и е първата верига, която въвежда позитивно отчитане на работното време с точност до минутата.

Веселин Стилиянов започва своята кариера в Лидл България преди 5 години като касиер-продавач в един от магазините на веригата във Варна. Днес той вече е зам.-мениджър филиал.

Всичко започнало съвсем случайно – тъкмо се бил върнал от Германия, където работил около година, и случайно попаднал на обявата. „Когато започнах като касиер-продавач, за първи път работех в голям екип и ми трябваше време да свикна“, спомня си Веселин. Постепенно обаче се учи на дисциплина и на най-трудното – да приема грешките си не като загуба, а като стъпка напред. А стъпките напред бързо го отвеждат до следващите нива в кариерата.

След 3 години като касиер-продавач прави следващата крачка и става младши зам.-мениджър филиал, а от година вече е зам.-мениджър филиал, или вторият по важност човек след мениджъра-филиал.

„За да израснеш от касиер-продавач до ръководна позиция, са нужни много упорита работа, голямо търпение и желание да учиш още и още“, споделя той.





03

**ОЦЕНКА НА СЪВКУПНИЯ
СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ
ЕФЕКТ ОТ ДЕЙНОСТТА НА
ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ**

ОЦЕНКА НА СЪВКУПНИЯ СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТ ОТ ДЕЙНОСТТА НА ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ

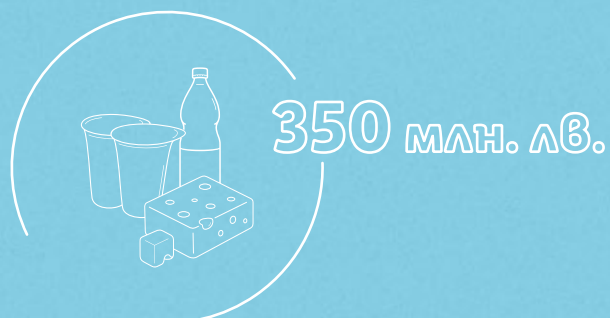
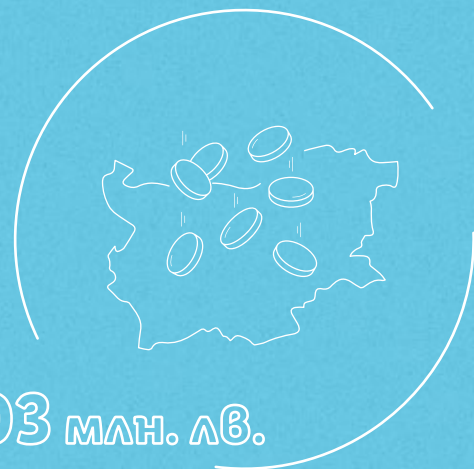
Дейността на Лидл България оказва както пряко, така и косвено въздействие върху икономиката на България, което е резултат от взаимодействието с други сектори по линия на търсенето и предлагането, както и потреблението на заетите в компанията. Цялостният икономически ефект включва както прякия принос за допълнителното търсене на стоки и услуги през разходите на компанията, така и косвените ефекти по веригата на стойността и доходите, които мултиплицират нарастването на съвкупното вътрешно търсене в страната.



Оценка на преките ефекти в българската икономика

Разходите на Лидл, реализирани в България през 2019 г. доближават 603 млн. лева;

603 млн. лв.



Около 350 млн., или 58% от тези разходи са за доставка на български стоки, което е увеличение с над 29% спрямо предходната година



Над 9% от разходите на компанията в страната са нетните възнаграждения на персонала

Прекият ефект от дейността на компанията включва разходите към местни стопански агенти, извършвани от компанията. Най-общо, тези разходи попадат в няколко групи: стоки, поръчани от български доставчици, разходите за персонал, разходите за различни външни услуги, разходите за придобиване на дълготрайни материални активи. Заедно с това предприятието плаща и данъци, свързани с печалбите и доходите на наетите.

През 2019 г. данъчните и осигурителните плащания достигат 28,5 млн. лева, нетните доходи, получени от наетите, са около 55 млн. лева, а около 519,5 млн. са разходите към различни доставчици на стоки и услуги. В тази част от анализа не се разглеждат реализираните на външни пазари през европейската мрежа на Lidl стоки. Износът е на стойност съответно 30 и 40 млн. лева през 2018 и 2019 г.

Останалите разходи обаче нарастват с бързи темпове през последната година. Като изключим разходите за доставка на стоки (основно хранителни продукти), през 2019 г. най-високи са общите разходи за персонала – над 78 млн. лв., или около 13%, като нетните заплати след плащане на осигуровки и данък са 9%. Инвестициите са близо 61 млн. лв., или 10%, разходите за външни услуги – 108 млн. лв., или 18%. Разходите за данъци и осигуровки са над 28,5 млн. лв.



Устойчиво и дългосрочно партньорство с българските производители

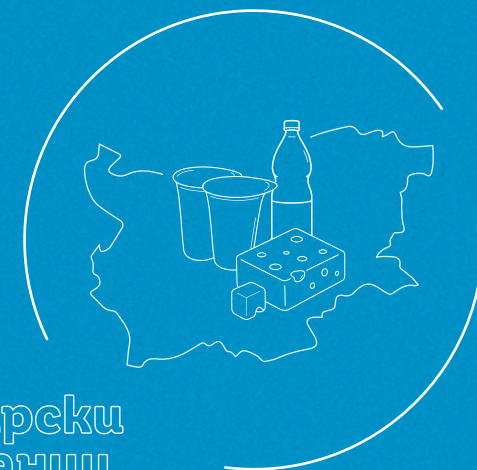
За Lidl работата с български производители е ключов елемент от дългосрочната стратегия за развитие на компанията.

Веригата работи активно с тях от стъпването на компанията на българския пазар, като към момента нейни партньори са над 260 български компании.

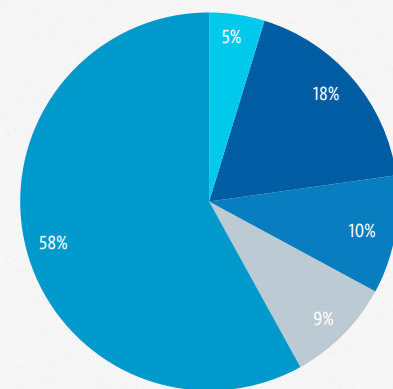
Като част от своето дългосрочно и устойчиво партньорство с българските производители Лидл България им предоставя различни възможности за реализация: десетки български производители произвеждат продукти през множество собствени марки на веригата. Отделно от тази платформа преди три години Lidl стартира и продуктова линия „Родна стряха“, която към момента включва 95 продукта от 40 български производители.

В допълнение Lidl предоставя на своите български партньори и безпрецедентни възможности за износ в своята търговска мрежа в цяла Европа.

260
български
компании



Лидл България и търговията в неспециализирани магазини, предлагащи предимно за храни



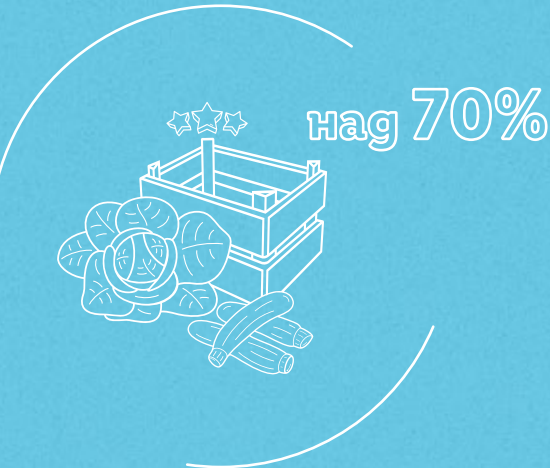
- Данъци и осигуровки
- Инвестиции
- Стоки от български доставчици
- Разходи за външни услуги
- Заплати (нетни възнаграждения)

Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България

През 2019 г. от всеки 100 лв., похарчени в търговски обект на Лидл България, 24,23 лв. отиват при местни производители на преработени храни, включително месо, млечни продукти, пакетирани храни и др., а 2,95 лв. са насочени към пресни плодове и зеленчуци местно производство.

Лидл България и износът от българските производители на храни

Реализираният износ на хранителни стоки през търговската мрежа на Lidl в Европа от 30 млн. лв. през 2018 г. – в сравнение, това представлява 2,1% от общия износ на малките и средните предприятия (до 250 наети) от хранителната промишленост, и около 6,4% от износа само на микро и малките предприятия (до 50 наети) в бранша - през 2019 г. износът през европейската мрежа на компанията нараства с 33% до 40 млн. лв.



Общите приходи от продажби на 25-те най-големи български доставчика на хранителни стоки и напитки се повишават с над 77% за периода между 2014 и 2019 г., а работните места в тях – с 21%;

Тези компании реализират общ оборот от близо 1,2 млрд. лева през 2018 г. и осигуряват над 5200 работни места; четири от най-големите 25 доставчика на Лидл България са стартирали дейността си след 2014 г., а други четири са увеличили общите си продажби над 3 пъти за този период.

Нетните разходите за заплати и възнаграждения (след плащане на осигуровки и данъци) представляват 4,71 лв. на всеки 100 лв. приход за компанията. За инвестиции се отделят 5,07 лв. - 1,75 лв. за строителство и ремонт и 3,32 лв. за машини, съоръжения и оборудване.

От 100 лв. покупки в търговски обект на Лидл България за 2019 г. нетната печалба на акционерите в компанията е 3,54 лв. Платените данъци и осигуровки от компанията възлизат на 2,45 лв., които включват корпоративен данък, дължими социални и здравни осигуровки, данък върху доходите на физическите лица, такса битови отпадъци и данък сгради, без да се включват платени акцизи и данък върху добавената стойност.

Разходите за външни услуги на компанията основно се насочват към професионални и бизнес услуги - 4,87 лв. на всеки 100 лв. приходи, както поддръжка, охрана и обслужване – 3,56 лв., и 0,91 лв. за транспорт.

Разпределение по разходи за всеки 100 лева покупка в Лидл България, 2019 г.



Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България

Износ с Лидл България

Симид е сред партньорите на Лидл България, с които компанията работи от самото начало през 2010 г., когато стартира партньорството с 18 артикула. Днес веригата предлага над 40 техни артикула в страната.

Благодарение на много съвместни усилия, изключителна коректност и високо ниво на професионализъм, съвместното партньорство се развива не само в България, но и извън страната. Първият износ на Симид чрез Lidl е реализиран през 2012 г. като към момента това са продуктите с най-голям дял в износа на веригата. Само за 2019 г. ръстът в износа на Симид чрез търговската мрежа на Lidl е над 45%.



За Лидл България Смарт Органик произвежда иновативни сурови барчета под собствената марка Alesto – това са сурови барчета. Съвместното партньорство стартира през 2015 г., а първият износ през мрежата на Lidl е реализиран през 2018 г., когато продуктът влиза във всички магазини на Lidl Германия като постоянен асортимент на каса – първата поръчка е за около 1 млн. барчета. Това е изключително признание, тъй като позициите на каса са ограничени и съответно конкуренцията за тях е много сериозна. И това важи с особена сила за германския пазар от 3200 магазина – близо 1/3 от всички Lidl магазини. За всяка позиция на каса се конкурират продукти и доставчици от всички държави, в които Lidl оперира, а в конкретния случай. От януари 2019 г. суровите барчета влизат в асортимента на Lidl в Гърция, след това на Дания и Полша, като до края на 2019 г. суровите барчета на Смарт Органик поетапно стават част от постоянния асортимент на общо 12 държави. Само за 2019 г. стойността на износа на сурови барчета се е удвоила.



Оценка на непреките ефекти в българската икономика

Най-голям допълнителен (мултипликативен) ефект имат разходите за инвестиции и за хранителни продукти



Общо непреките (вторични) ефекти по веригата на доставките на стоки и услуги генерират допълнителни 475 млн. лева във вътрешно търсене в икономиката през 2019 г.

Към преките ефекти, които дейността на Лидл България генерира за българската икономика, трябва да се добавят и косвените ефекти. Всеки от доставчиците на стоки и услуги на Лидл България чрез своята дейност създава допълнително търсене на суровини, материали, промишлени стоки, горива, различни услуги, строителство и т.н., което мултиплицира вече генерираното съвкупно търсене в страната. Същевременно, колкото по-голяма част от необходимите стоки и услуги се поръчват от компании, базирани в България, толкова по-голяма част от добавената стойност се генерира от местната икономика.

Така например разходите за покупка на местни плодове и зеленчуци генерират нови такива – аренда на земеделска земя, покупка на машини и горива, възнаграждения, данъци и т.н. Покупката на други хранителни продукти от местни производители също генерира допълнителни разходи за отглеждане на животни, преработка на месни, млечни и други продукти, разходи за пакетиране, транспорт и др. Платените възнаграждения на наетите в компанията водят до нови покупки, например на дрехи, електроника, детски играчки, почипки и др. В следващите части се спираме по-подробно на косвените ефекти – вторични и третични, от присъствието на компанията на българския пазар и разходите, които прави за покупка на местни продукти и възнаграждения на наетите лица.

За оценка на пълния икономически ефект от дейността на Лидл България са отчетени и доставките на стоки за износ чрез продажба на външните пазари в мрежата на Лидл. Тъй като фокусът е върху социално-икономическите ефекти чрез създаване на допълнително търсене, доставки и доход за българския бизнес и домакинства, в оценката не участват платените към централния и местните бюджетни данъци и осигуровки.

Разходи за инвестиции



Разходите за инвестиции по-трудно могат да се анализират на годишна база, тъй като капиталовите разходи не са равномерни през годините и обикновено завършването на един проект може да излезе извън рамката на календарната година.

Инвестиционните разходи не са еднородни, което предполага и използване на различни разходни мултипликатори. Така например покупката на земя е свързана с юридически, оценителски, нотариални, административни и др. услуги. Строителството генерира допълнително търсене на строителни материали и техника, горива, транспортни услуги, приложни специалисти, например електротехници и др. От друга страна, оборудването и инсталирането на външни съоръжения отново са свързани със специфични услуги, както и с покупка на съоръжения, мебели и офис оборудване, хладилници, камери, касови апарати, софтуерно оборудване и др. На база на разходните мултипликатори за различните свързани дейности[ОИСР, Таблицы „Ресурс-использование“, 2018 г.], съвкупният ефект върху вътрешното потребление, който включва т.нар. вторични ефекти върху търсенето в страната нараства от 320 млн. лв.а до 643 млн. лв. за разглеждания петгодишен период. За 2019 г. разходите за инвестиции са 60,8 млн. лева, като те генерират допълнително търсене по веригата на стойността на инвестиционната и строителната дейност от още 61,5 млн. лева в българската икономика.

Разходи за външни услуги



Разходите за външни услуги са пряко свързани с извършването на дейността на компанията. Те са разнообразни по своя вид и предимно насочени към местни доставчици от различни сектори на икономиката. За 2018 г. и 2019 г. те са относително постоянни, в размер на около 108 млн. лв. годишно.

На база оценка на разходни мултипликатори за различните групи външни услуги може да бъде изчислен съвкупният вторичен ефект от тях. По този начин прекият ефект от разходи за външни услуги в размер на 108 млн. лв. през 2019 г. води до съвкупен допълнителен вторичен ефект в размер на 80 млн. лв. Допълнителното вътрешно търсене се насочва към различни сфери на икономиката: професионални услуги – наеми на офиси, разходи за ИТ услуги, офисно оборудване и др.; обслужване и спомагателни дейности – разходи за облекла, екипировка, специализирани инструменти, материали и др.; транспорт – разходи за гориво, разходи за поддръжка на транспортни средства, административни услуги и др.

Местни доставчици на стоки продажба



Разходите на Лидл България за покупки на български стоки през 2019 г. възлизат на близо 350 млн. лв. Над две трети от тях са концентрирани в покупка на месни продукти и други хранителни стоки (например яйца, консервирани храни, сушени плодове, ядки, подправки и др.). Двете групи са с почти идентичен дял в разходите на компанията за български стоки за 2019 г. – около 34,4%. След тях се нареждат млечните продукти – 11,9% от разходите за стоки от български производители, пресните плодове и зеленчуци и нехранителни стоки – с по около 9,5%. През годините разходът за покупка на стоки с местен произход се увеличава от около 37% от разходите на компанията за покупка на стоки през 2016 г. до близо 41% през 2019 г., което показва нарастващото значение на местните производители в бизнес модела на Лидл България.

На база оценка на разходни мултипликатори за различните групи стоки може да бъде изчислен съвкупният вторичен ефект от тях.

По този начин прекият ефект от разходи за хранителни и нехранителни стоки от български производители за вътрешния пазар и износ в размер на 389,8 млн. лв. през 2019 г. води до съвкупен вторичен ефект в размер на 333,7 млн. лв.; най-голямо вторично нарастване на вътрешното търсене има благодарение на доставката на български храни – 291,5 млн. лв.

Вторичният ефект се изразява в допълнително търсене например на строителни услуги за строеж и поддръжка на сгради, в които се отглеждат животни, сервизни услуги и части за поддръжка на машините, използвани в хранително-вкусовата промишленост, аренда на земя, торове, продукти срещу вредители по растенията и животните и др.

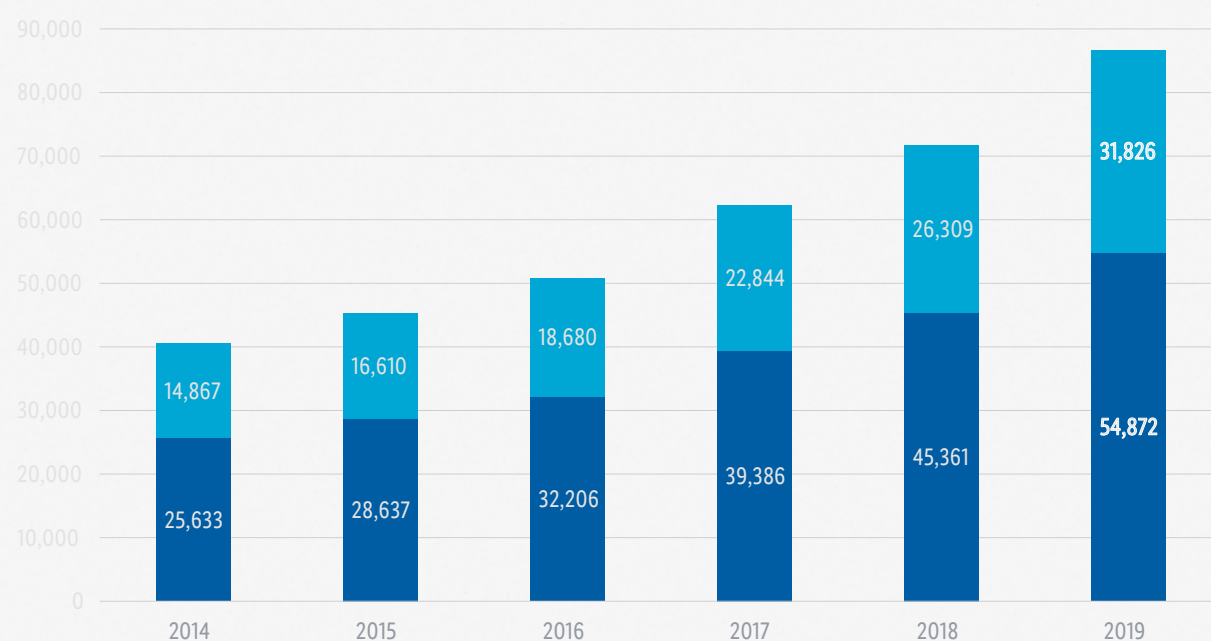
Разходи за възнаграждения на наетите (ефект на доходите)



Заетостта в Лидл България и изплатените през 2019 г. близо 55 млн. лв. нетни възнаграждения индуцират допълнително вътрешно потребление от над 32 млн. лв. в икономиката, като съвкупният ефект върху агрегатното търсене е близо 87 млн.

Разходите за персонал в Лидл България нарастват за последните пет години, което отразява както нарастването на броя на наетите, така и увеличението на възнагражденията и осигурителните вноски. Нетните доходи на домакинствата, получени от възнаграждения на наетите лица в компанията, нарастват от под 26 млн. лв. през 2014 г. до близо 55 млн. лв. през 2019 г. Приемайки разходен мултипликатор на доходите от 1,58⁴, съвкупният ефект върху вътрешното потребление, които включва т.нар. индуцирани или третични ефекти върху търсенето, в страната нарастват с 31,8 млн. лв. и достигат до 86,7 млн. лв. през 2019 г. Това означава, че получените нетни възнаграждения от наетите лица генерират допълнително търсене на стоки и услуги в различни сектори – храни, напитки, мебели, техника и др., както и туристически, ресторантьорски, строителни, финансови и др. услуги.

Ефект върху вътрешното потребление в България от заетостта, млн. лв.



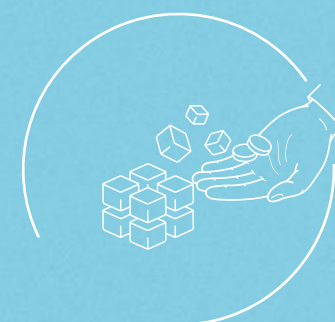
■ Директен ефект: нетни доходи на домакинствата ■ Индуцирани (третични) ефекти върху потреблението

Източник: НСИ, Годишни финансови отчети, данни от "Лидл България"

⁴ Разходният мултипликатор е пресметнат като среднопретеглена величина от секторните разходни мултипликатори за дейностите, доставящи стоките и услугите в потребителската кошница, публикувана от НСИ. Използвани са данни за структурата на потребителската кошница за 2019 г. Отчетена е склонността за спестяване на домакинствата, т.е. част от дохода не се използва за текущо потребление в дадения период.

ПЪЛЕН ЕФЕКТ (ИКОНОМИЧЕСКИ ОТПЕЧАТЪК) ОТ ДЕЙНОСТТА НА ЛИДЛ В БЪЛГАРИЯ: ЕФЕКТЪТ LIDL

Ефектът на Лидл България за икономиката през 2019 г. представлява създадено съвкупно търсене в страната в размер на около **1121 млн. лв.**, включително:



Разходи за
стоки и услуги

559 млн. лв.



Нетни
възнаграждения на
персонала

55 млн. лв.



Вторични ефекти
през веригата на
стойността в
доставките на
стоки и услуги

475 млн. лв.



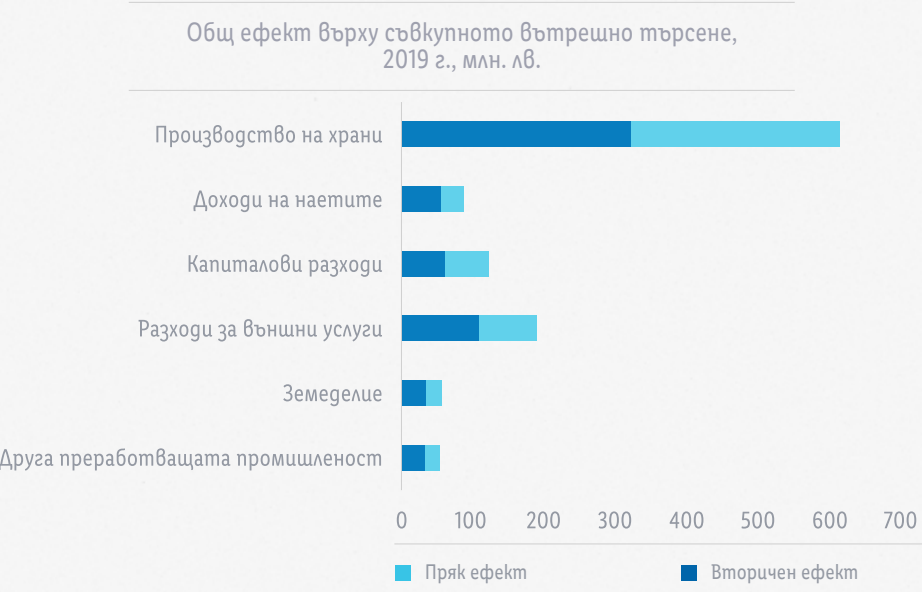
Индуцирани ефекти
от потреблението
на нетния доход
на наетите в
икономиката

32 млн. лв.

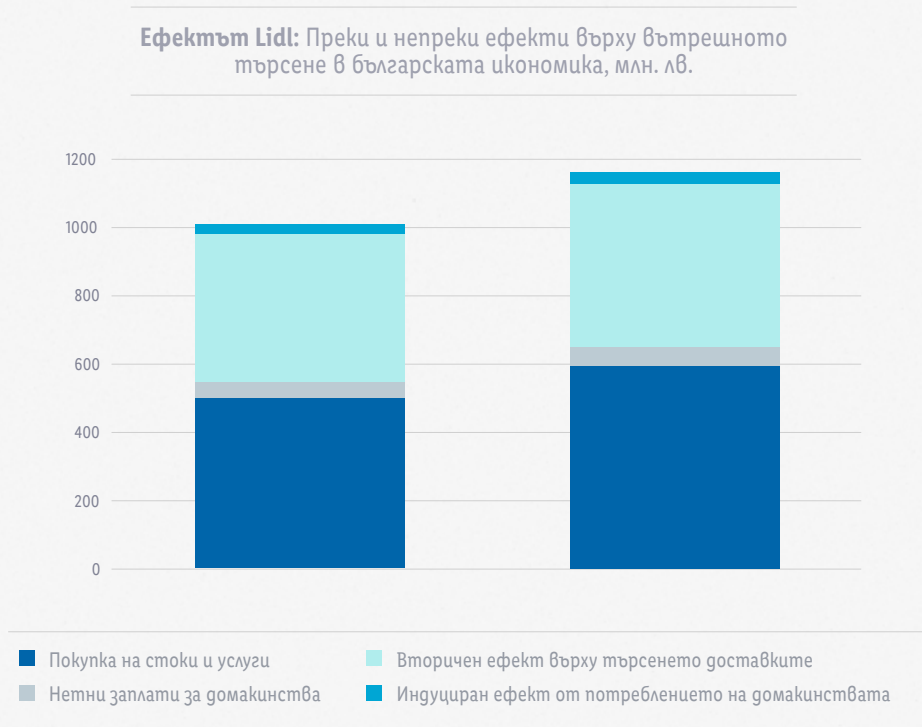
Това е увеличение от близо 11% в сравнение с предходната година, когато този ефект възлиза на 1011 млн. лв.

Както се вижда от следващата графика, очаквано, най-големият ефект от дейността на Лидл България е концентриран при производството на храни, което се дължи не само на големия дял разходи в този сектор, но и на значителния дял на български производители, а това води и до висок вторичен ефект за икономиката. На следващо място се нареждат съвкупните ефекти от разходите за заплати, както и от капиталовите разходи. С други думи, компанията не само инвестира в своите търговски обекти, но и в служителите си, като и двете дейности генерират вторични и третични за икономиката ефекти. На следващо място – със сравнително по-ниски преки и вторични ефекти, са външните услуги, като те са основно фокусирани в разходи за маркетинг и реклама*, както и за транспорт.

Извън икономическия отпечатък от дейността върху бизнеса и домакинствата, Лидл България плаща през 2019 г. данъци и осигуровки за 28,5 млн. лева.



Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България, изчисления на ИПИ



Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България

* Лидл България е първата компания, която зададе огромна рекламна активност сред ритейлърите, които впоследствие се намесиха сериозно като рекламодагел.





04

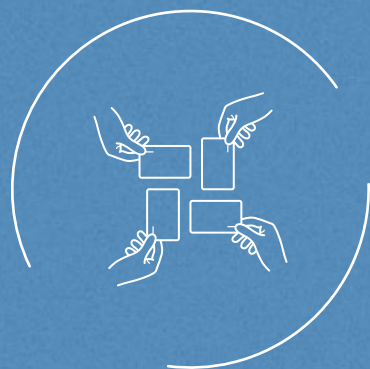
**ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ:
РЕГИОНАЛЕН ЕФЕКТ**



РЕГИОНАЛЕН ЕФЕКТ



**Лидл България е лидер във
възнагражденията в търговията във
всички общини, в които оперира;**



**Разликите със средните заплати в
бранша са от 21% до 145%
(без да отчитаме София, където
предимството е около 1%) през 2018 г;**



**В едва 5 общини средните заплати в
търговските обекти на Лидл са по-
ниски от средните за всички отрасли
в общината – такива са например
Козлодуй, Панагюрище и София.**



Принос в местни данъци и такси

Лидл България е сред значимите данъкоплатци в общините, в които има присъствие. За 2019 г. общият обем на платените местни налози е почти 3,6 млн. лв.

Очаквано, предвид броя на магазините от веригата в столицата, именно в нея са съсредоточени приблизително половината от платените местни данъци – 1,34 милиона лева. Други 317 хиляди лева фирмата е платила във вид на местни данъци и такси във Варна, 176 хиляди – в Пловдив. По-интересно е обаче сравнението спрямо размерите на общинските бюджети, тъй като Лидл има различна роля в различните общини. При сравнение с данните, публикувани от Министерство на финансите, за общите приходи на общините от местни данъци и такси, в повечето случаи фирмата формира 0,2-0,3% от общия им обем. В по-малките общини обаче този дял става значително по-висок – 1% в Пещера, 0,8% в Мъглич, 0,7% в Луковит. Благодарение на логистичния център на веригата в с. Кабиле, тя формира и значителна част от приходите от данъци и такси на община Ямбол – 0,6%, която за разлика от останалите с голям дял, е областен център и има добре развита местна икономика.



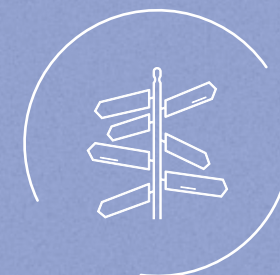
Регионален принос

Един от основните приоритети, заложен в стратегията за устойчиво развитие на Лидл България, е подкрепата на местните общности в различните региони, в които веригата присъства.

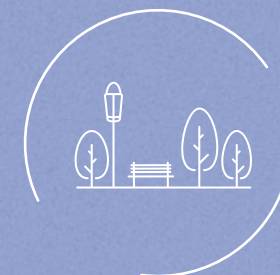
С откриването на всеки нов магазин компанията допринася за развитието на конкретната местна общност в няколко посоки:



**Облагородяване
на заобикалящата
инфраструктура.**



**Изграждане на детски
площадки, пешеходни
пътеки, светофари и
други.**



**Създаване на зелени
места за отдих**



Веригата полага и специални усилия за запазване на зелените площи като при строителство на своя магазин в св. св. Константин и Елена докара специална и рядка дори за Западна Европа машина, за изваждане на дървета с корените и транспортирането им с цел новозасаждане.

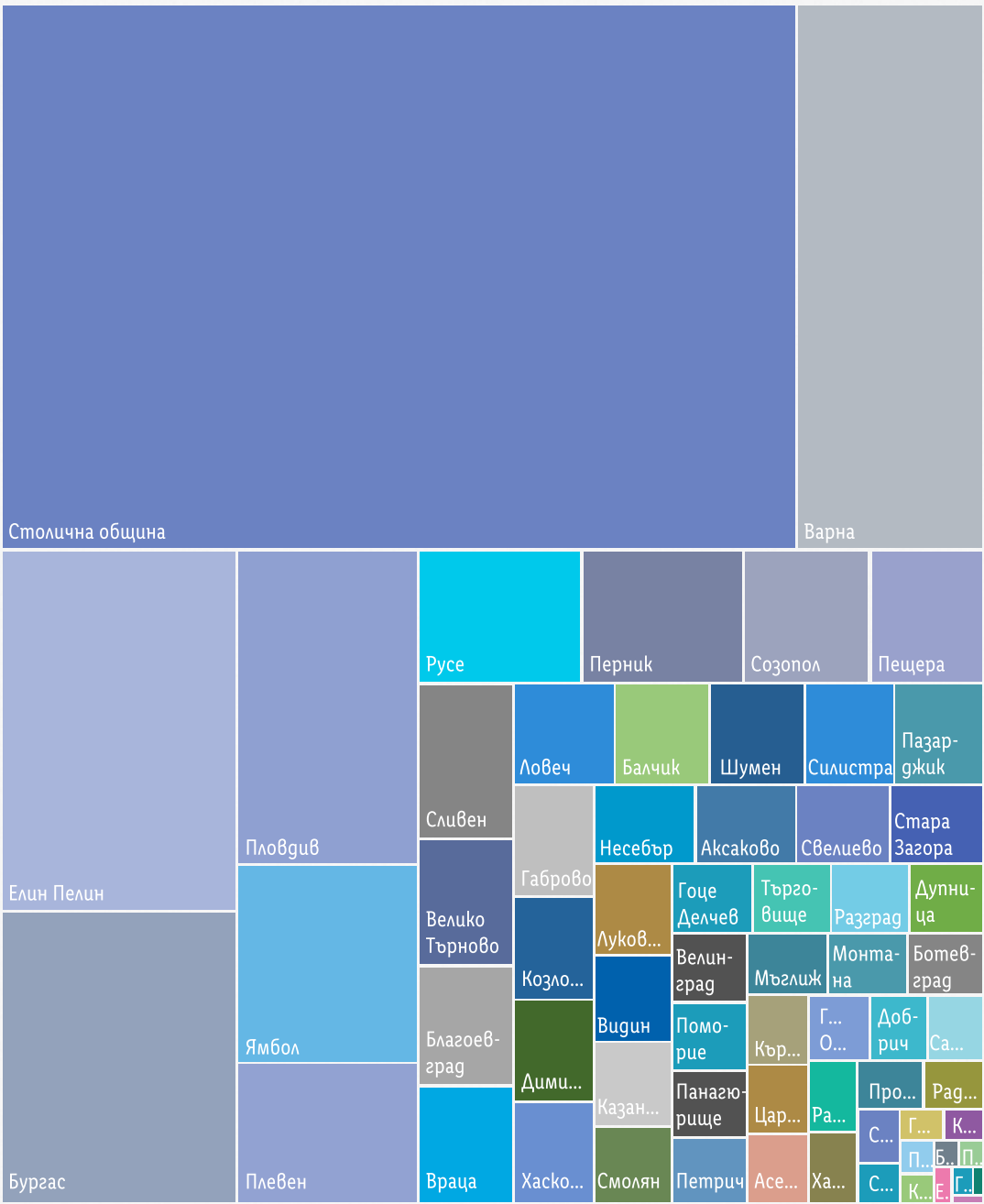


Основен е приносът към местните общности има и най-голямата социално-отговорна инициатива на веригата – „Tu и Lidl за по-добър живот“. За трите издания на инициативата от 2017 г. тя успя да набере фонд от 545 000 лв. и да финансира 73 проекта в цялата страна. А проектите, реализирани в рамките на инициативата, са достигнали до над 25 000 преки и около 150 000 непреки ползватели.



Регионален принос

Разпределение на местните данъци и такси, плащани от Лидл България по общини



Източник: Лидл България, НСИ, изчисления на ИПИ



Заплатите в Лидл България

Едно от видимите предимства на веригата са изначително по-високите заплати, които тя осигурява за своите служители, спрямо средните за общините, в които оперира, и в частност в търговския им сектор. Няма нито една община, в която средната брутна заплата да е по-ниска от средната за сектора, като това важи дори за столицата, където заплатите в него са най-високи. Номинално, заплатите в Лидл България са най-високи в София, Несебър и Пазарджик, но като цяло възнагражденията на служителите на веригата варират доста по-малко между регионите в сравнение с търговския сектор като цяло.

С други думи средните заплати в Лидл България са над 240% по-високи от средните заплати във Велинград и около два пъти по-високи в сравнение с тези в Самоков и Пещера. Дори в София-град, където заплатите традиционно са по-високи в сравнение с останалата част от страната, благодарение на концентрацията на високоплатени специалисти, мениджъри, търговски представителства и др., средните заплати в Лидл България са с 1,5% по-високи в сравнение със средното за столицата.

Нещо повече – нивото на заплащане на зависи от местните условия на пазара на труда, а е отражение на корпоративната политика. Така например на теория гадена компания може да си позволи да потиска разходите си за труд в общини с висока безработица. От следващата графика обаче не се наблюдава пряка връзка между нивото на безработица и нивото на възнагражденията в Лидл България. Напротив – във Велинград, където безработицата през 2019 г. е 17,5% средните възнаграждения в компанията са над 240% по-високи от средните за областта. Същото се отнася и за Луковит с безработица от 19% и възнаграждения в Лидл, които са 87% по-високи в сравнение със средните за областта. Именно високите възнаграждения в компанията, както и грижата за служителите позволяват на компанията да поддържа и подобрява нивото на производителност на заетите.



Ефект върху пазара на труда по региони

”

Още през 2017, когато открихме втория си логистичен център в Кабиле, и до днес, Лидл България предлага едни от най-високите заплати в региона. Постепенно другите работодатели също последваха нашия пример и започнаха да предлагат по-добри възнаграждения. По този начин добрите работодателски практики, които въвеждаме, се отразяват цялостно върху дадения регион. Където стъпи Lidl, повишава стандарта.

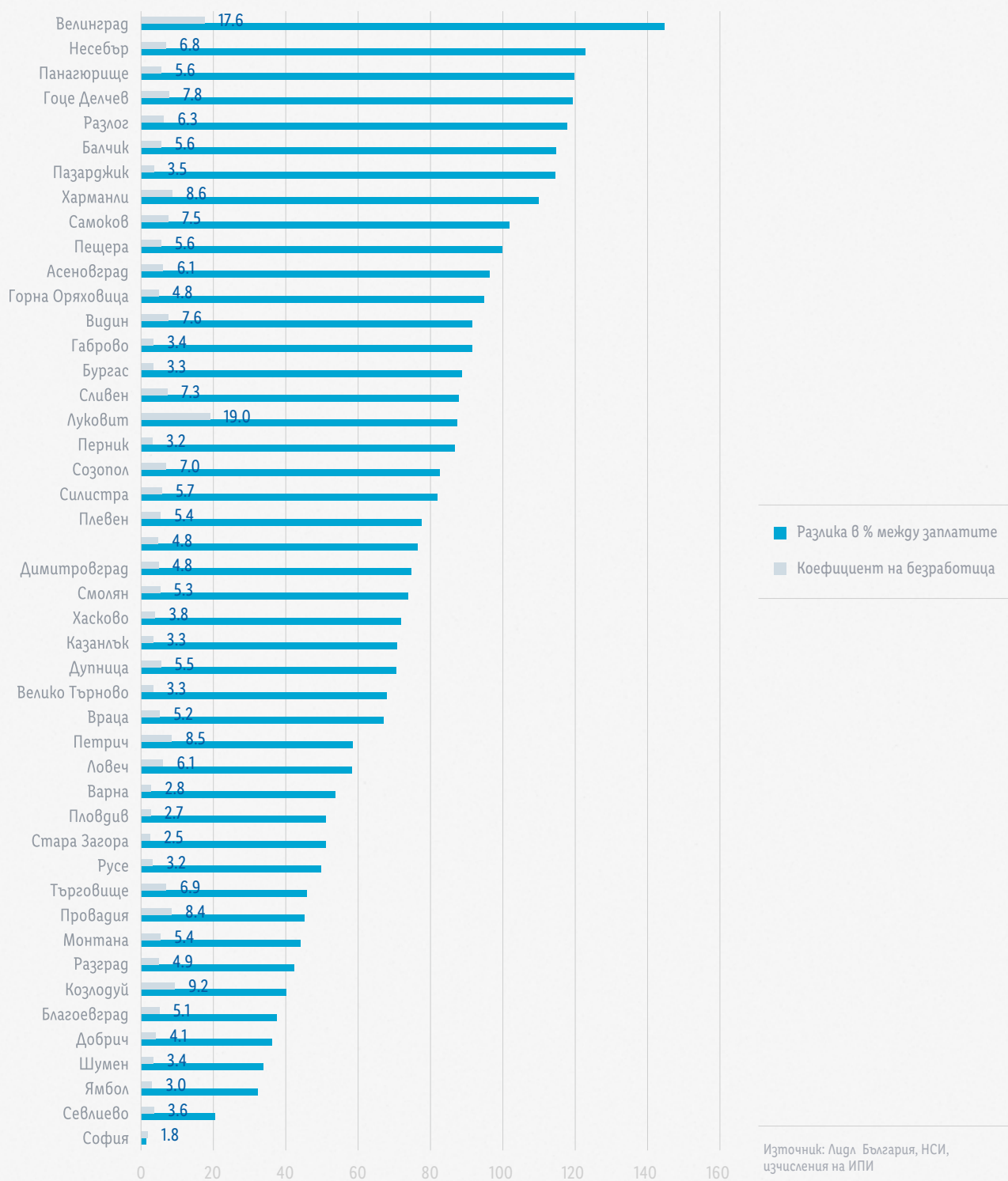
”

Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на Лидл България



Заплатите в Лидл България

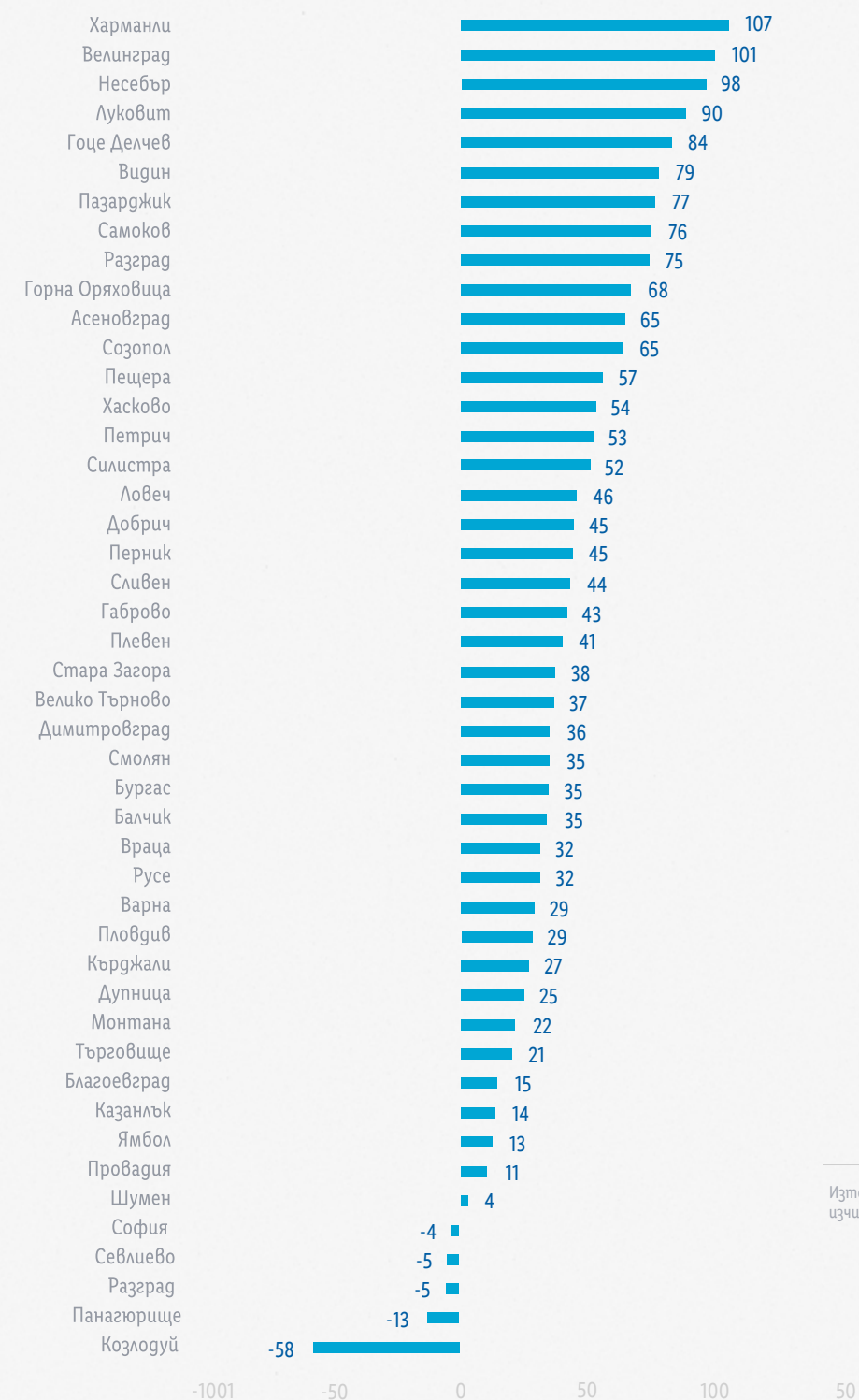
Разлика между средната брутна заплата в Лидл България и средната брутна заплата за търговския сектор за общината - в % предимство на Лидл България, коефициент на безработица в общината за 2019 г.



Сходна е относителната позиция на Лидл България и спрямо средните заплати в общините като цяло – в едва пет от тях заплатите във веригата са по-ниски от средните в общината, като сред тях са столицата, Козлодуй, която благодарение на ядрената централа е общината с най-високи заплати в България, индустриалните Разград и Севлиево, както и Панагюрище, която е център на също добре заплатеното минно дело. Във всички други общини, в които Лидл оперира, заплатите са над средните за общината, в повечето от тях – значително над средните.

Най-чувствителна е тази разлика в общините Харманли и Велинград, където те са над два пъти по-високи (над 200%) от средните, а в общия случай разликата е от порядъка на 30-50%. Сравнението както спрямо заплатите в търговския сектор, така и спрямо средните за общините стойности ясно демонстрират, че Лидл успява почти навсякъде, извън столицата и много специализираните общини с много високи доходи, да осигури на служителите си значително по-добри заплати и съответно стандарт на живот. Това важи с особена сила за по-малките общини с по-ниски средни заплати, където разликите спрямо служителите във веригата са особено осезаеми.

Разлика между заплатите в Лидл и средните за общината заплати

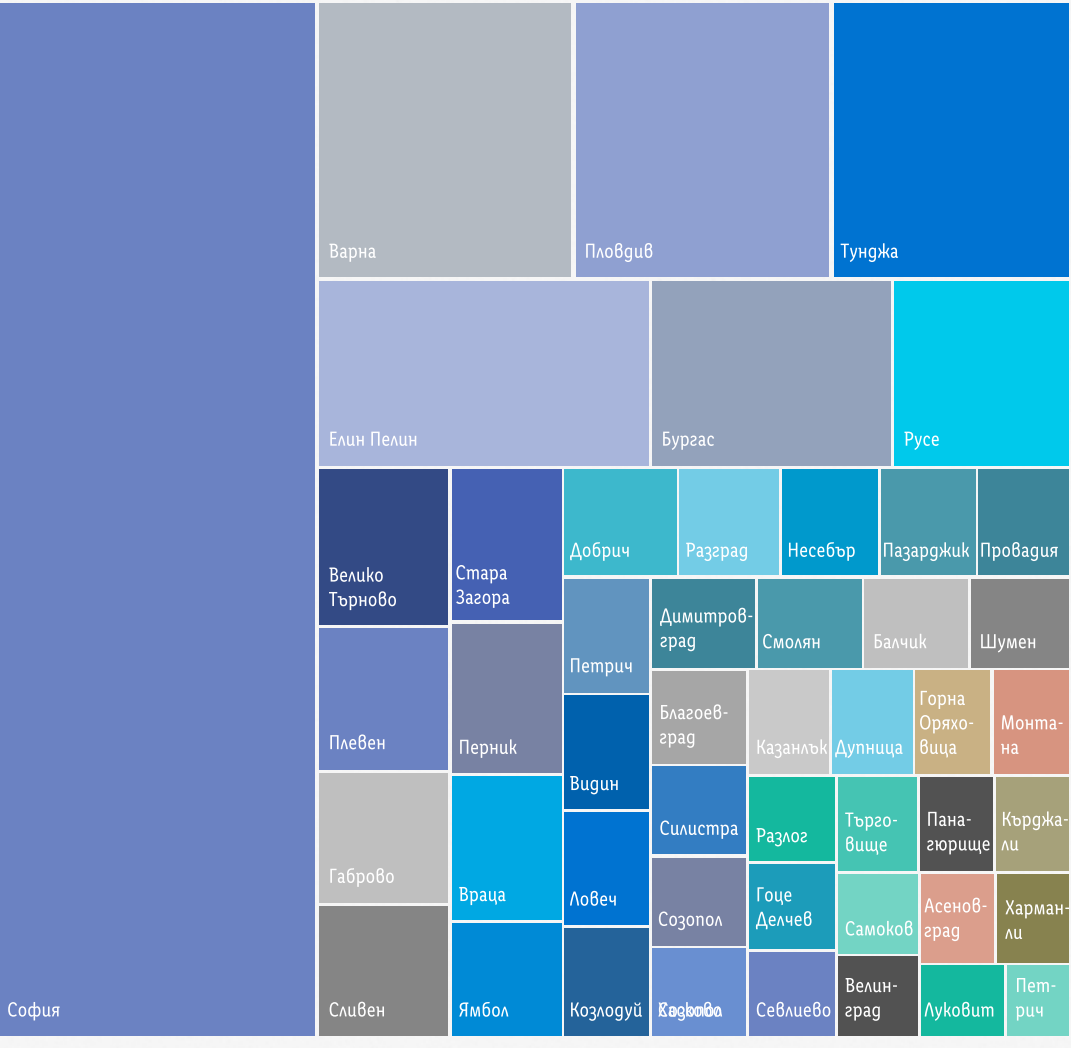




Ролята на Лидл в регионалната заетост

Поради естеството на модерната търговия, дори големите магазини на веригите не изискват особено голям персонал, за да работят. По тази причина дяловете на Лидл в заетостта – както в общата, така и конкретно в търговския сектор – не са особено значими. Към края на 2019 г. в търговските обекти на Лидл България са работели малко над 2000 души, приблизително една трета от тях – в столицата. По над 100 служители фирмата има единствено във Варна и Пловдив, като и на двете места броят на заетите в нея е по 145 души. В повечето общини, където има само по един магазин от веригата, заетите не са повече от 20. Това обаче не означава, че те съставляват незначителна част от всички в сектора. Най-голям дял в търговския отрасъл наетите в Лидл имат в относително малки общини – Провадия (4,3%), Балчик (4%), Созопол (3,7%), а веригата формира над 1% от заетостта в 21 общини като в повечето делът ѝ е между 0,5 и 1%. В сравнение с всички наети, над 1% дял Лидл има единствено в Провадия, а в общия случай делът на веригата варира между 0,1-0,2% от всички.

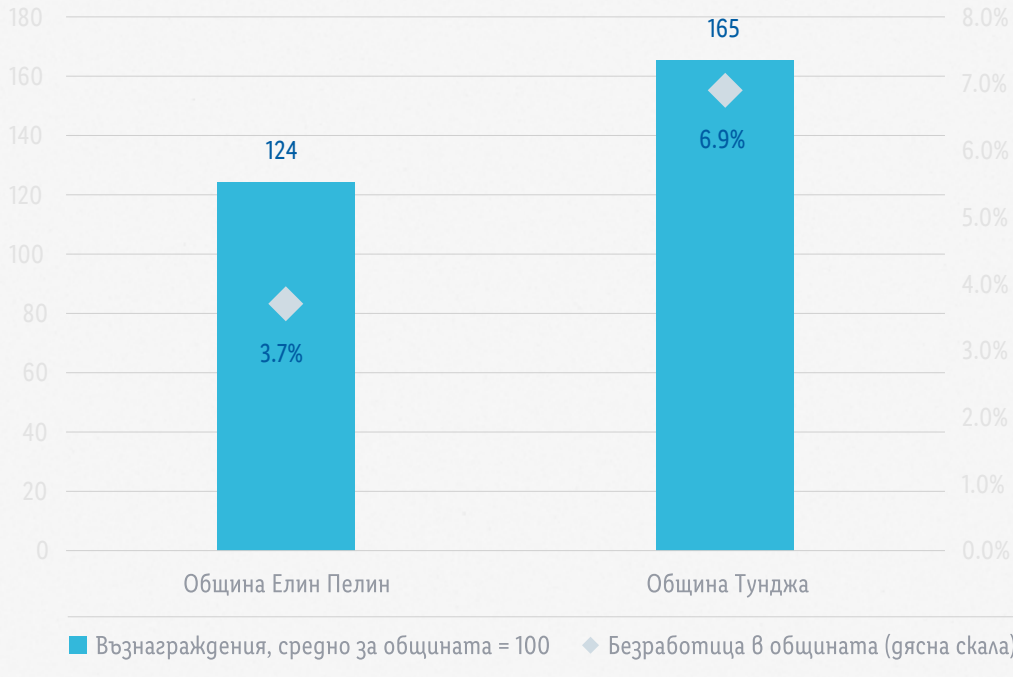
Разпределение на работещите в търговските обекти на Лидл България по общини



Източник: Лидл България, НСИ, изчисления на ИПИ

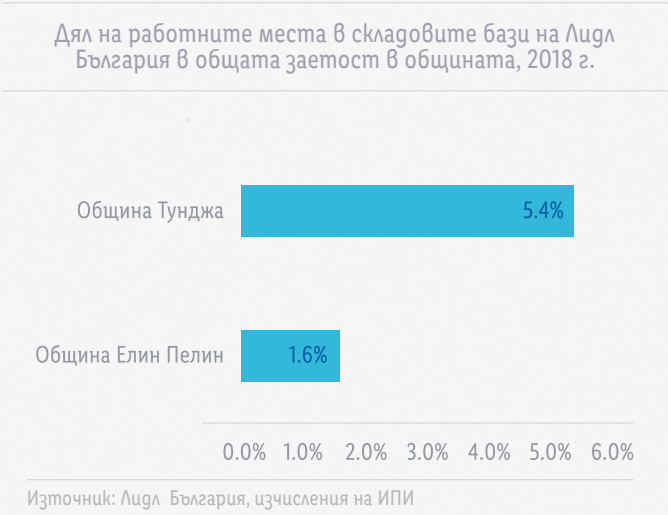
В допълнение към търговската мрежа Лидл България е собственик и на две логистични бази – в община Елин Пелин, изградена през 2010 г., и в община Тунджа, изградена през 2017 г. Както и при търговските обекти, така и при складовите бази, възнагражденията на заетите са значително над средните за областта през 2019 г. – над три пъти над средните за община Тунджа и близо два и половина пъти над средните в община Елин Пелин. Разбира се, разликата в последната се дължи на близостта ѝ до София-град, която е притегателен център за работещите в съседните общини и оказва натиск за повишаване на възнагражденията. Въпреки това възнагражденията на складовите служители в Равно Поле са толкова конкурентни, че се наблюдава обратният процес – живеещи в София-град и съседни общини пътуват до Елин Пелин.

Заплати в складовите бази на Лидл България спрямо средните за пазара на труда в общините Елин Пелин и Тунджа, коефициенти на безработица



Източник: Лидл България, изчисления на ИПИ

Докато в община Елин Пелин безработицата е сравнително ниска, то в община Тунджа тя е значително по-висока и доближава 7%. Независимо от това заплатите на наетите в складовите бази остават значително над средните за общините, което показва, че компанията се води предимно от собствената си политика за осигуряване на високи възнаграждения, добри условия на работа и висока производителност на труда, отколкото от конкурентите си.



По отношение на дела на заетите складовите бази играят важна роля в местния пазар на труда, като този в Елин Пелин осигурява работа на 1,6% от наетите в общината, а в община Тунджа делът им е значително по-висок – 5,4%.



ПРИЛОЖЕНИЕ 01:

Методология за изчисление на съвкупния икономически ефект от дейността на Лидл в България

Търговията на гребно оказва както пряко, така и косвено въздействие върху икономиката на България, което е резултат от взаимодействието ѝ с други сектори по линия на търсенето и предлагането, както и заради разкритите работни места. Оценката на тези ефекти се базира на икономически модел за регионално въздействие (Regional Input-Output Modeling System - RIMS II), който се използва широко както от инвеститори, така и от публичния сектор, в изготвяне на оценки за икономическото влияние на инвестиционни проекти, действащи предприятия и цели сектори в различни икономически отрасли както при производството и доставката на стоки, така и при доставката на услуги. Резултатите от емпирични тестове на модела показват, че той дава оценка на търсенето, произтичащо от разглежданата индустрия, с висока степен на точност. Използваната в доклада методология се придържа стриктно към подробните инструкции, изложени в други изследователски доклади, публикувани от Бюрото за икономически анализи на САЩ (RIMS II User Guide, An essential tool for regional developers and planners, Bureau of Economic Analysis, US Department of Commerce).

Отправната точка на този модел е, че преките ефекти в резултат от първоначална промяна в икономическата активност, предизвикват различни допълнителни непреки ефекти върху стопанската активност по веригата на добавената стойност.

В тази рамка разграничаваме няколко тип въздействия върху съвкупното търсене, създадени от дейността на Лидл България:

Преки (първични) ефекти: Те включват разходите, които компанията извършва за доставка на стоки и услуги от местни компании. Основните групи разходи за Лидл България, извършвани в страната, са инвестициите, доставката на стоки за продажба и различни външни услуги, необходими за функционирането на търговската дейност. От своя страна, при стоките за продажба основен дял имат пресните плодове и зеленчуци и хранителните стоки.

Косвени (вторични) ефекти: Всеки от доставчиците на стоки и услуги на Лидл България на свой ред създава допълнително търсене на суровини, материали, промишлени стоки, горива, различни услуги, строителство и т.н. При равни други условия, колкото по-голям е дялът на междинното потребление в крайната продукция, толкова по-висок е разходният мултипликатор за косвените (вторични) ефекти. Същевременно колкото по-голяма част от необходимите стоки и услуги се поръчват от компании, базирани в страната, толкова по-голяма част от добавената стойност се генерира от местната икономика, за сметка на внос на такива стоки и услуги, и съответният краен ефект върху националната икономика е по-силно изразен. Така например, строителството и ремонтните дейности имат относително висок мултипликатор, тъй като голяма част от добавената стойност на услуга се създава с труд и местни ресурси. Също относително високи стойности на мултипликатора на вторичните ефекти имат повечето професионални и бизнес услуги, които най-вече разчитат на дейности, извършвани в страната. При доставчиците на хранителни стоки мултипликативният ефект зависи от степента на използване на селскостопанска продукция и местни материали, опаковки и спомагателни услуги. Разходните мултипликатори, които показват силата на тези допълнителни ефекти, са изведени от данните за ресурсите и използването при междоотраслевите връзки в българската икономика.

Индукцирани (третични) ефекти: Когато работниците и служителите харчат своите доходи, те създават допълнително търсене при всяка своя покупка от местен доставчик, което на свой ред генерира допълнителен ефект по веригата на стойността. Стойността на мултипликатора зависи от склонността към потребление, т.е. важно е каква част от доходите се спестяват в разглеждания период. Заедно с това, индукцираният ефект зависи от потребителската кошница – различните стоки и услуги създават различни вторични ефекти през своите вериги на доставки. Така например, покупките на храна и напитки имат относително висок мултипликативен ефект, както и различните услуги, базирани на труд, докато например покупките на автомобили, електроника и др. под. са почти изключително от внос и не генерират допълнително вътрешно търсене в българската икономика.

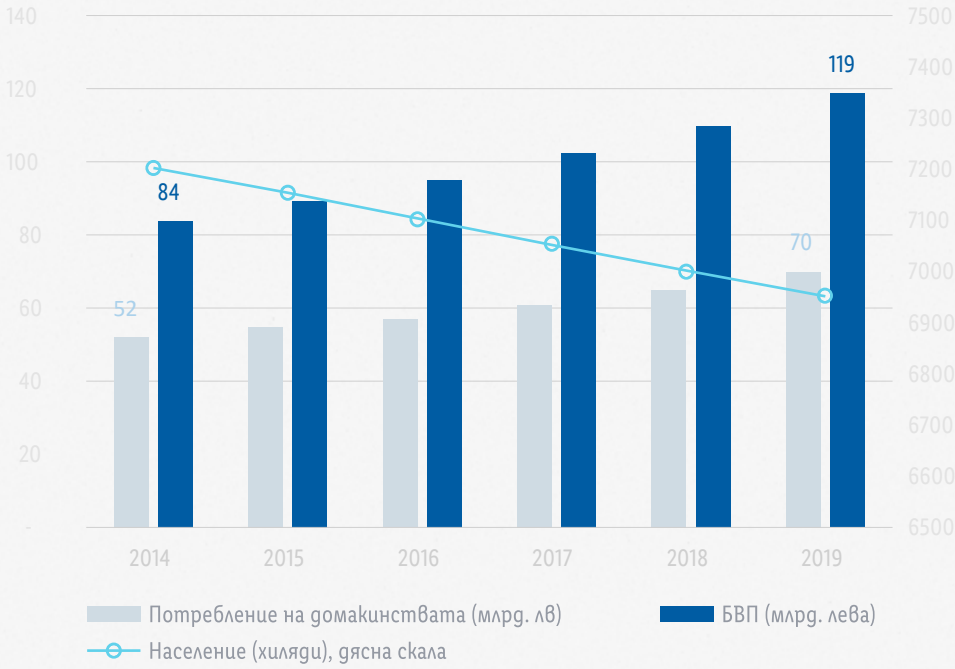
Изчисленията са базирани както на последните данни от таблиците „Ресурс-използване“, публикувани от НСИ, така и на оценката на разходните мултипликатори за отделните стопански отрасли, оценени от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (OECD, Input-Output tables, 2018 Edition).



ПРИЛОЖЕНИЕ 02:

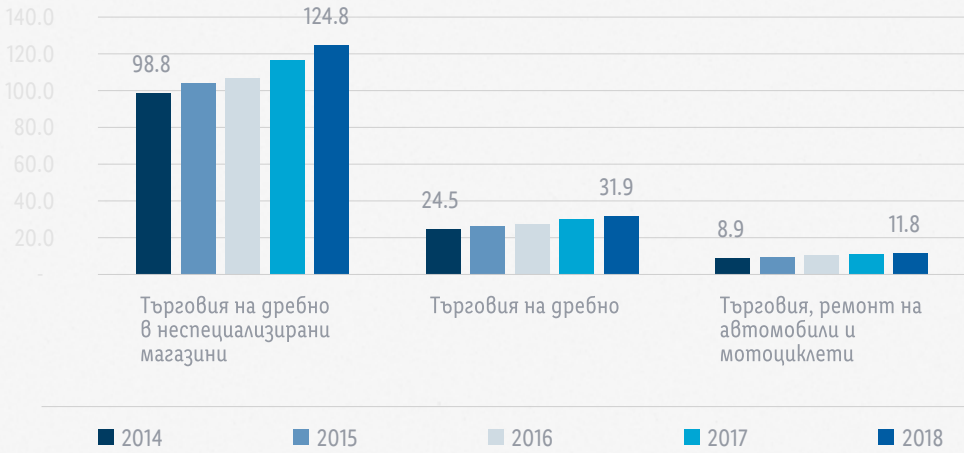
Таблицы и графики

БВП, потребление и население в България 2014-2019



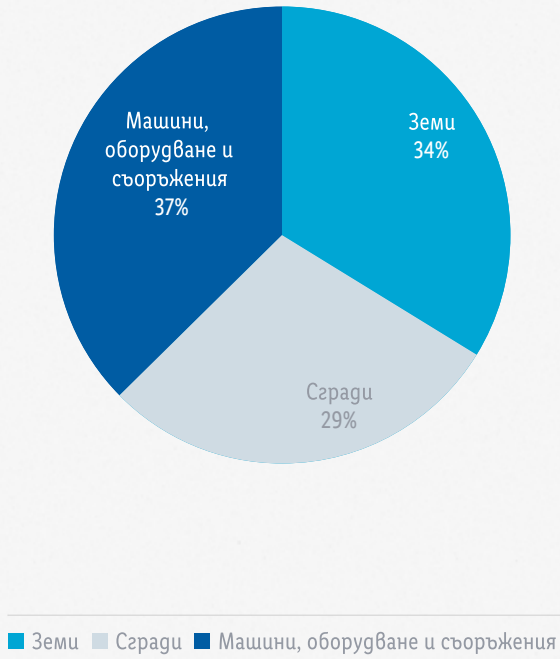
Източник: НСИ, изчисления на ИПИ

Приходи от продажби в търговията, в млрд. лв., 2014-2018 г.



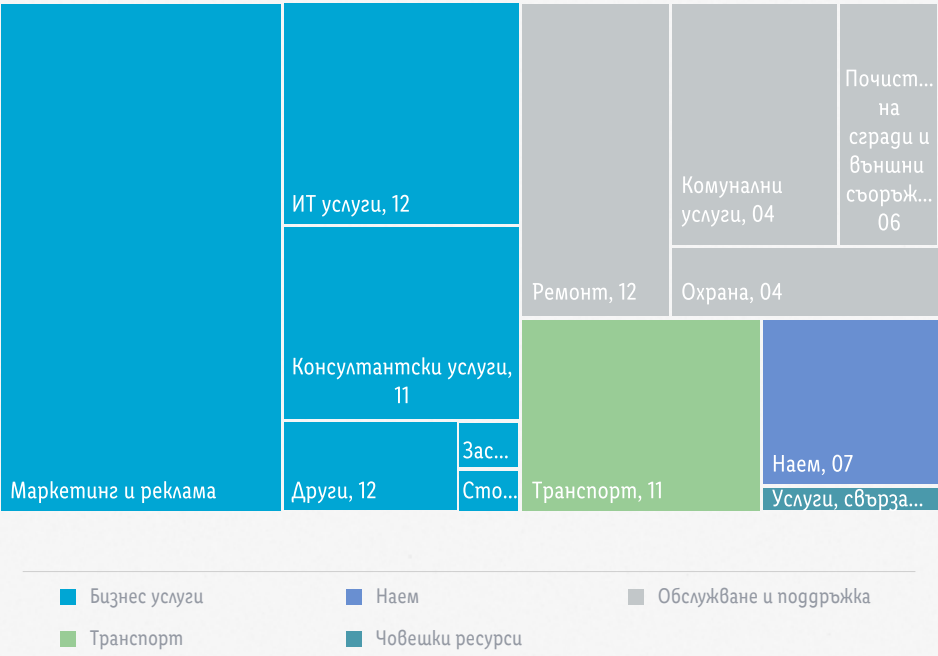
Източник: НСИ, изчисления на ИПИ

Капиталови разходи, 2015-2019



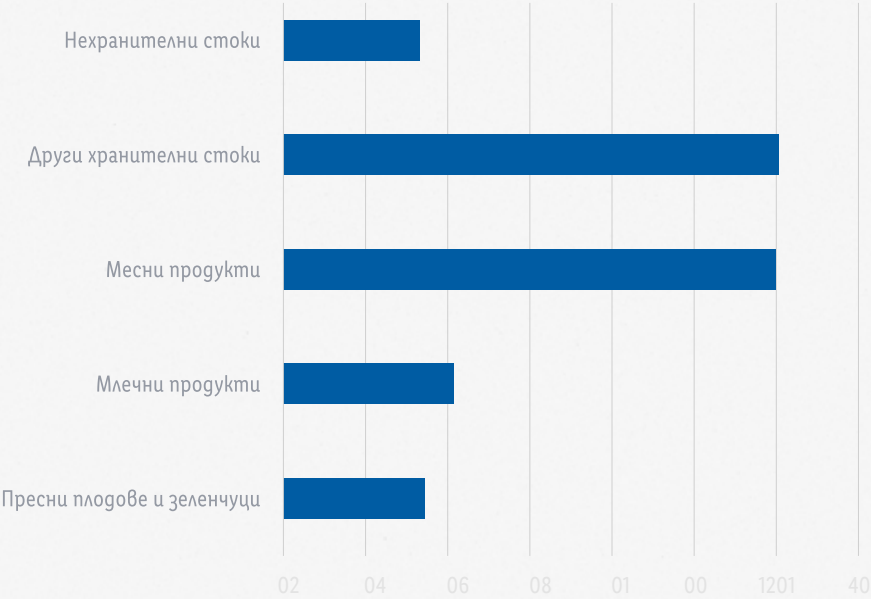
Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България

Разходи за външни услуги, 2019 г.



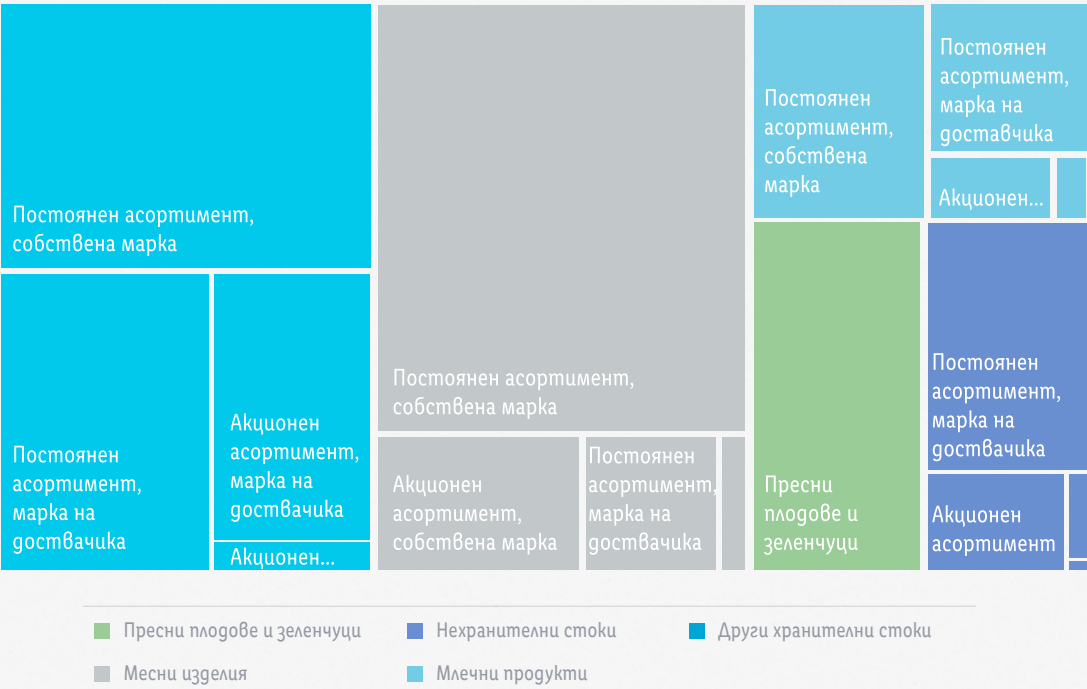
Източник: Евростат, НСИ, годишни финансови отчети

Доставки на основни групи стоки за продажба на вътрешния пазар, 2019 г., млн. лева



Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България

Разходи по групи стоки



- Пресни плодове и зеленчуци
- Нехранителни стоки
- Други хранителни стоки
- Месни изделия
- Млечни продукти

Източник: Годишни финансови отчети, данни от Лидл България



Εφέκτομ Lidl