

Аноній В. В.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІНТЕГРАЦІЯ ТА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

***Анотація.** Розглядається сутність і сучасний зміст корпоративної інтеграції та інтернаціоналізації торгівлі, аналізуються тенденції розвитку цих процесів і обумовлені їх чинники, розкриваються позитивні та негативні наслідки для національної економіки і торгівлі. Аргументовано необхідність вирішення проблем ефективної інтеграції та інтернаціоналізації торгівлі на основі науково обґрунтованої концепції і дієвої державної політики. Зроблено висновок, що корпоративна інтеграція та інтернаціоналізація торгівлі – процеси, не тільки маловивчені теоретично, але й некеровані. Інтеграцію не можна спрощено інтерпретувати як ефективну взаємодію суб'єктів та їх узгоджений розвиток у межах специфічних організаційних форм, а інтернаціоналізацію не можна прийняти як чисто адаптивний процес.*

Ключові слова: внутрішня торгівля, економічна інтеграція, інтернаціоналізація, економічні зв'язки, гармонізація інтересів, ринкові механізми, конкуренція.

Аропій В. В.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INTEGRATION AND INTERNALIZATION OF DOMESTIC TRADE IN UKRAINE: CONTEMPORARY TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

***Abstract.** The essence and contemporary content of corporate integration and internationalization of trade are considered, trends of development of these processes are analyzed and their factors are determined, positive and negative consequences for the national economy and trade are revealed. The necessity of solving problems of effective integration and internationalization of trade on the basis of scientifically grounded concept and effective state policy is argued. It was concluded that corporate integration and internationalization of trade are processes not only not well understood theoretically but also unmanaged. Integration can not be simply interpreted as effective interaction of subjects and their coherent development within specific organizational forms, and internationalization can not be accepted as a purely adaptive process.*

Key words: domestic trade, economic integration, internationalization, economic relations, harmonization of interests, market mechanisms, competition.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку внутрішньої торгівлі України характеризується масштабними процесами, які відбуваються в її функціональних, соціально-економічних та організаційних підсистемах. Серед них особливе місце займають процеси економічної інтеграції (внутрішньої й міжнародної) та інтернаціоналізації торгівлі, спрямовані на формування нових конкурентоспроможних структурних моделей і механізмів функціонування для підвищення рівня соціально-економічної ефективності вітчизняної торгівлі, її конкурентного потенціалу і виводу цієї системи зі стану зростання на траєкторію розвитку.

Проте інтеграція та інтернаціоналізація внутрішньої торгівлі відбуваються безсистемно, деформовано і малоефективно з причин відсутності

фундаментальних наукових досліджень у цьому напрямі і некерованості цих процесів. Як наслідок, характерною ознакою інтеграції все більше стає конгломеративність суб'єктів торгівлі, а інтернаціоналізація виражається у “захопленні” внутрішнього ринку споживчих товарів зарубіжними компаніями.

Така ситуація суттєво актуалізує проблеми розвитку зазначених процесів і активізує наукові пошуки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки окремі аспекти теорії й практики інтеграції та інтернаціоналізації знаходять відображення в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених: Л. Девіса, Б. Лоуза, К. Пасса, І. Бланка, Д. Лук'яненко [5], І. Дмитренко [1], Л. Лігоненко [8], Т. Николаєвої

[7], І. Чеглова [10]. Проте сучасні дослідники процесів інтеграції та інтернаціоналізації торгівлі зосереджують увагу переважно на емпіричному аналізі зазначених процесів і обумовлених ними трансформацій у сфері торгівлі.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття глибинної сутності проблем ефективності розвитку інтеграції та деформованого характеру інтернаціоналізації в торгівлі, а також обґрунтування шляхів оптимізації розвитку зазначених процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Теоретико-методологічні аспекти дослідження інтеграції та інтернаціоналізації в торгівлі

Незважаючи на прогресивність ідеї і масштабність інтеграції та інтернаціоналізації, теоретико-методологічна база їх дослідження в сфері торгівлі досить заплутана і суперечлива.

Теоретична сутність економічної інтеграції в торгівлі у працях сучасних дослідників цього процесу розкрита переважно крізь призму організаційних форм його прояву. Так, економічна інтеграція інтерпретується як “добровільне об’єднання економічних одиниць” [4, с. 660] на мікрорівні, або “співробітництво в межах асоціацій, економічних зон, союзів” [7, с. 113] на макрорівні переважно на міжнародному рівні [3, с. 52-60]. Такий підхід унеможливує розуміння природи і сутності інтеграції, першоджерелом якої є не форма організації, а спеціалізація і концентрація торгівлі. Саме спеціалізація торговельних підприємств, товарна і територіальна концентрація торгівлі зумовлюють активний розвиток міжгосподарських, міжгалузевих та зовнішньоекономічних зв’язків і відповідну систему організаційно-економічних та соціально-економічних відносин, які виступають фундаментом економічної інтеграції. Передумови для розвитку інтеграції в торгівлі створені. Рівень спеціалізації в цій сфері перевищує 50%, а в сегменті торгівлі непродтоварів - близько 92%. Концентрація торгівлі також суттєва: середні й великі підприємства торгівлі формують не менше 2/3 товарообороту.

З таких позицій сутність інтеграції в сфері торгівлі можна трактувати як узгоджену взаємодію функціонально взаємопов’язаних підсистем, суб’єктів однорідної або різнорідної діяльності в межах специфічних організаційних форм для ефективного забезпечення економічного обороту в системі внутрішнього і міжнародного товарного обміну. Слід підкреслити, що узгоджена взаємодія елементів (основний принцип інтеграції) може бути досягнута лише на основі стійких зв’язків, зрілих відносин і спільності інтересів.

Складові економічної інтеграції в сфері торгівлі можуть бути представлені наступним чином (рис. 1).

Наведене на рисунку дозволяє отримати цілісне уявлення про економічну інтеграцію в торгівлі і визначити її характерні ознаки та принципи:

- єдність інтересів і цілей;
- економічна самостійність учасників;
- комплексний розвиток і раціональна спеціалізація;

- узгодженість взаємодії елементів;
- концентрація ресурсів.

Тепер розкриємо теоретичну сутність і особливості інтернаціоналізації – якісно нового явища для вітчизняної торгівлі. Ця категорія досить глибоко досліджена, як прояв глобалізації міжнародних ринків. Особливості її проявлення у внутрішній торгівлі України ще маловивчено. Дослідження показують, що інтернаціоналізація в сфері внутрішньої торгівлі виражає взаємне проникнення національних і міжнародних факторів, а також відносин. За своєю суттю інтернаціоналізація – це структурний процес адаптації підприємств, організацій, підсистем торгівлі до нових принципів організації, форм господарювання, механізмів функціонування, тобто до сучасних інновацій [1, с. 7]. Слід підкреслити, що така адаптація характерна для торгівлі країн із розвинутою економікою. В торгівлі економічно залежних країн “Україну можна вважати ... поки що з залежним розвитком”, [2, с. 223] прояви інтернаціоналізації торгівлі інші (рис. 2).

Рис. 2 підтверджує негативні для національної економіки України наслідки інтернаціоналізації.

Інтернаціоналізація та інтеграція – явища взаємопов’язані. По-перше, інтернаціоналізація є наслідком інтеграції національних економік у міжнародні зв’язки. По-друге, сама інтернаціоналізація породжує нові інтеграційні форми. По-третє, інтернаціоналізація підпорядковується тим же законам глобалізації, що і міжнародна інтеграція. Стосовно внутрішньої інтеграції взаємозв’язок із інтернаціоналізацією менш помітний. Тут інтернаціоналізація виступає “катализатором” інтеграції.

Тенденції розвитку і проблеми активізації інтеграційних процесів в сфері торгівлі

У національній економіці України процеси інтеграції характеризуються різновекторною спрямованістю. Традиційно широкомасштабно інтеграція розвивалася в агропромисловому комплексі країни. Правда, тепер цей напрям суттєво звужився. На засадах інтеграції функціонують сотні агрохолдингів, із яких близько 30 од. намагаються створити цілісний технологічний цикл з відповідним залученням торгівлі для забезпечення стадії обміну у відтворювальному процесі.

Серед інших галузей найбільш широко економічна інтеграція розвивається у переробній і харчовій промисловості України. За різними джерелами виробництво товарної продукції в інтегрованих господарських системах складає: 50-80% (молоко, сир, м’ясо свиней, ковбасні вироби, борошно, цукор, крупи), більше 80% (м’ясо птиці, олія, соки, овочеві консерви).

В останні роки прискорено розвивається інтеграція суб’єктів транспортної системи, сфери послуг, туризму, інформатики та ін.

У внутрішній торгівлі економічна інтеграція відбувається фрагментарно і надзвичайно повільно. Вона виражається переважно в таких організаційних формах, як асоціації, концерни, корпорації, інші об’єднання (рис. 3).

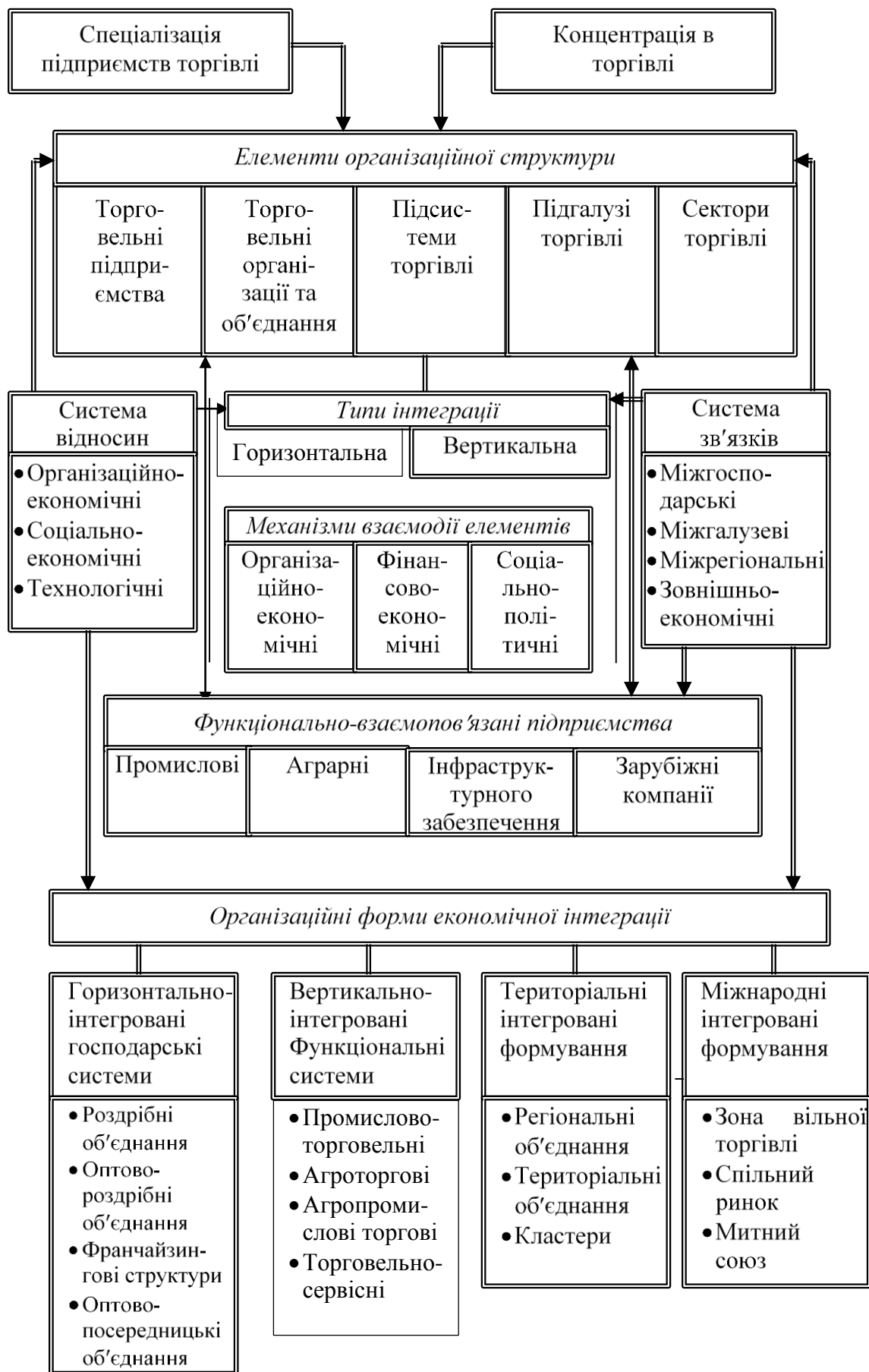


Рис. 1. Складові економічної інтеграції в сфері торгівлі

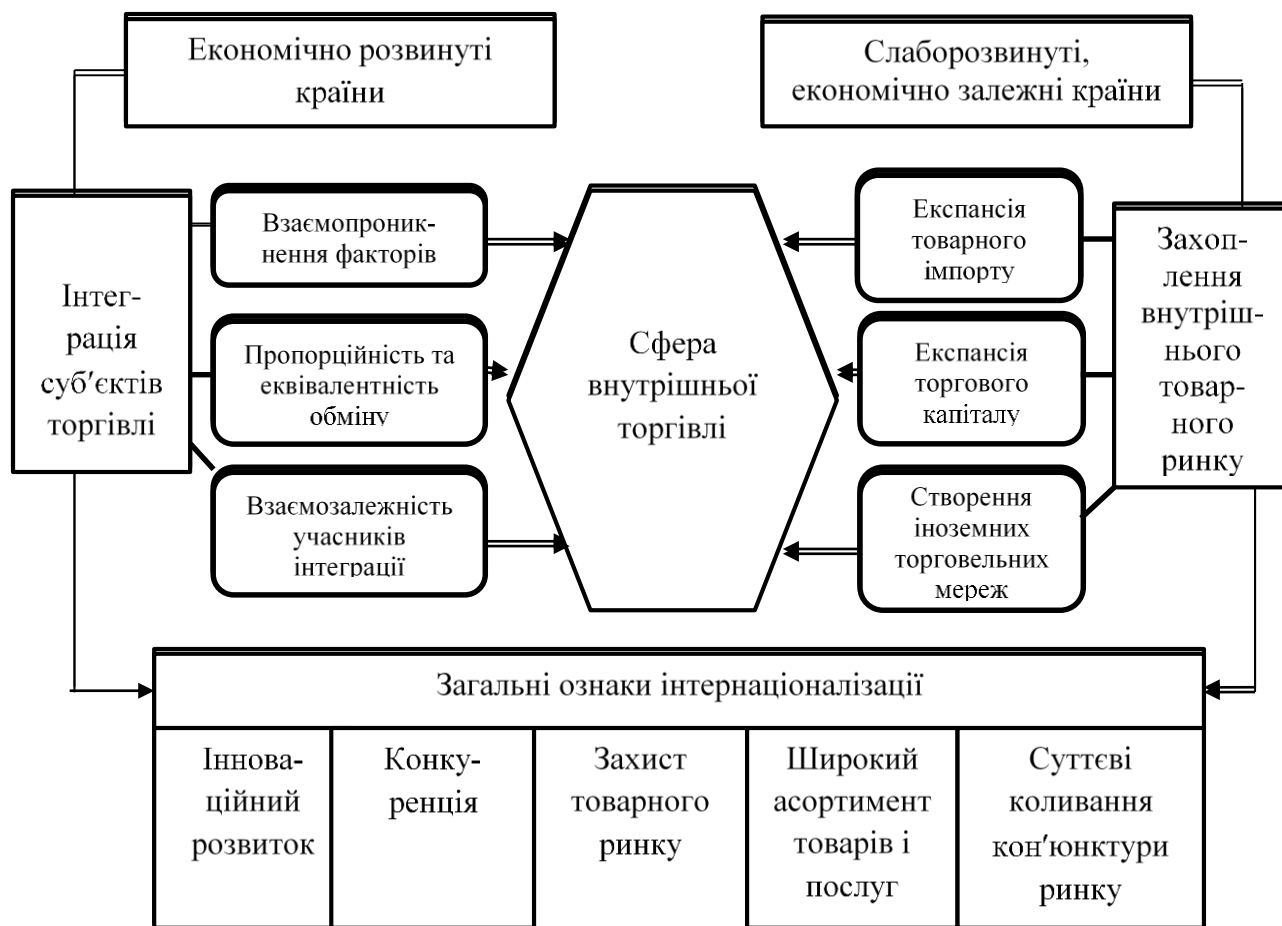


Рис. 2. Форми прояву інтернаціоналізації у сфері внутрішньої торгівлі України

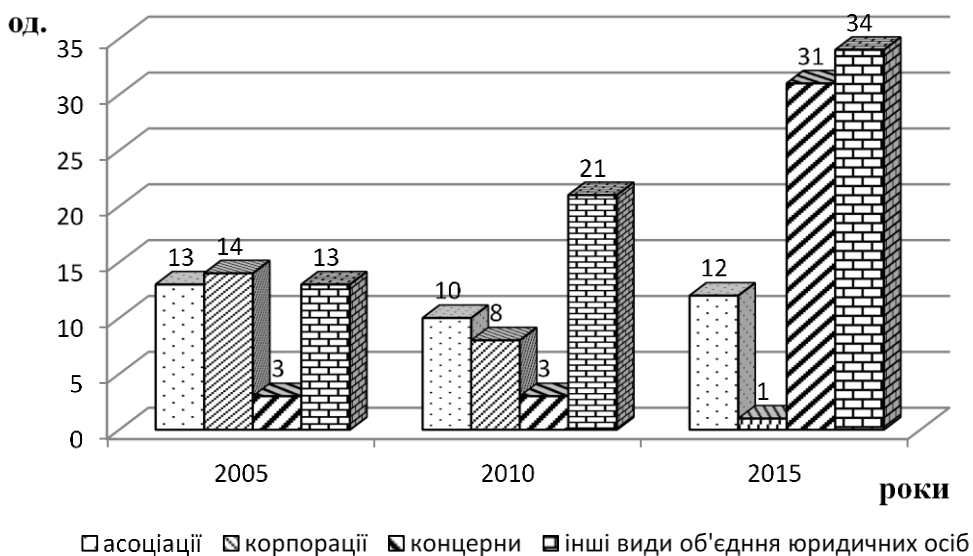


Рис. 3. Динаміка розвитку інтегрованих формувань у сфері торгівлі

Виходячи з рис. 3, в торгівлі відбувається кількісне зростання інтегрованих господарських систем із 42 од. у 2005 р. до 78 од. в 2015 р., але це дуже мало – близько 0,7% всіх суб'єктів торговельного підприємництва юридичних осіб.

Горизонтальна інтеграція проявляється переважно через такі організаційні форми, як асоціації.

Вони являють собою договірне об'єднання суб'єктів торгівлі (супермаркетів, спеціалізованих підприємств, оптових баз, бірж, ринків) для координації діяльності у досягненні некомерційних цілей. Характер співробітництва має переважно інституціональний характер: правове, інформаційне

забезпечення, захист бізнесу, обмін досвідом, сприяння у державній підтримці.

Незважаючи на переваги асоціацій, їх кількість в останні десять років по суті не збільшується. Основна проблема полягає у тому, що відповідно до українського законодавства асоціація не може займатися підприємницькою діяльністю. В той же час потенційні суб'єкти асоціацій вимагають розширення масштабів діяльності за рахунок створення сумісних комерційних структур, об'єктів інфраструктурного забезпечення, а це юридично загрожує перетворенню асоціації в господарське товариство. Друга проблема полягає у тому, що органи управління асоціації часто перевищують свої повноваження і втручаються в господарську діяльність учасників, що заборонено для такої форми. Третя проблема прихована у малоефективності захисних дій асоціацій, оскільки державні органи влади та управління часто ігнорують їх рекомендації й пропозиції.

Інша організаційна форма інтеграції – це корпорация, яка теж вважається договірним об'єднанням, але, на відміну від асоціації, з більш широкими інституціональними і підприємницькими повноваженнями та жорсткою централізацією управління без втручання безпосередньо в господарську діяльність підприємств-учасників. Ця форма інтеграції в торгівлі не отримала належного розвитку. Якщо в 2005 році таких формувань нараховувалося 14 од., то нині всі вони ліквідовані, точніше, частина їх перетворена у концерни.

Концерн для вітчизняної торгівлі - принципово нова організаційно-правова форма інтегрованого торговельного підприємства і в той же час найбільш розповсюджена й розвинута у світі. За своєю суттю концерн – це об'єднання суб'єктів на засадах їх фінансової залежності від головного учасника з централізацією фінансово-економічних, науково-технічних, інвестиційних і зовнішньоекономічних функцій¹. Концерн об'єднує суб'єкти галузевої або міжгалузевої діяльності, тобто є формою горизонтальної та вертикальної інтеграції. Для нього характерні:

- організаційно-правова самостійність учасників;
- єдина політика, висока централізація повноважень;
- створення загальних фінансових фондів, нових суб'єктів господарювання;
- солідарна (додаткова) відповідальність учасників.

Головна компанія концерну, як правило, організована у вигляді холдингу. Таким чином, можна зробити висновок, що позитивна динаміка зростання кількості концернів у торгівлі та агрохолдингів приведе до активізації процесів інтеграції. При цьому доведеться вирішувати низку актуальних проблем.

Перша проблема пов'язана з узгодженням інтересів учасників концерну. Справа у тому, що інтереси виробників і торгівлі не співпадають у багатьох аспектах: якості, безпечності продукції, фасовки, упаковки, способу споживання, цін, базових умов постачання. В умовах високої централізації, регулювання торгівлі важко усунути розбіжності в

інтересах, а відповідно, і цілях. Друга проблема – намагання виробництва до поглиблення спеціалізації без врахування об'єктивних меж спеціалізації торговельних об'єктів. Тому розробляти комплексну стратегічну програму узгодженого розвитку учасників концерну надзвичайно проблематично.

Наступна проблема має фінансово-економічний характер. Як правило, розподіл доходів учасників концерну через механізми цін деформований, тобто доходи не еквівалентні витратам. Так, у ланцюгу виробництва хлібобулочних виробів частка учасників в кінцевій ціні така: аграрне виробництво – 20-22%, транспортна і складська логістика – 15-18%, борошняне виробництво і пекарня – 35-40%, торгівля – 10-12%, інші – 6-8%. Така націнка не покриває витрати обертання в торгівлі, які складають 15-20%.

В сфері торгівлі прискорено розвиваються види інтеграції на засадах франчайзингу, логістики, маркетингу та інші.

Всі види і форми економічної інтеграції у вітчизняній торгівлі, крім цілей ефективного функціонування, спрямовані на подолання конкуренції та забезпечення економічної безпеки операторів вітчизняної торгівлі.

Проблемний характер інтернаціоналізації вітчизняної внутрішньої торгівлі

Інтернаціоналізація внутрішньої торгівлі набула широких масштабів. На сучасному етапі вона виражається в експансії імпорту товарів, активному проникненні зарубіжного торгового капіталу і проявляється в інтенсивному розвитку на території України великоформатних мереж роздрібних торговельних компаній Німеччини, Англії, Франції, Голландії, деяких країн Скандинавії та Прибалтики, а також створенні мережі дистрибуторів на вітчизняному оптовому ринку.

Мультиформатні мережі, як правило, належать крупним торговельним компаніям Metro AG, Auchan, Tesco PLC та гігантам торгівлі Wall-Mart, Carrefour S.A. Особливості таких форматів полягають у складній структурі мережі підприємств, де під єдиною системою управління товарного забезпечення, логістики, реалізації, торговельної політики адаптовані всі складові формату. Масштаби таких мереж величезні (табл. 1).

Порівняльний аналіз показує, що вітчизняні крупноформатні мережі АТБ, "Епіцентр-К", "Fozzi-Group" виглядають мікроскопічно малими на фоні наведених у таблиці 1 мереж. Приблизно 15 млрд грн - консолідований товарооборот українських компаній у порівнянні з будь-якою зарубіжною компанією виглядає неспівмірно. Не тільки масштаби, але й рівень конкурентоспроможності та ефективності у зарубіжних компаній значно вищі.

Торговельні мережі зарубіжних компаній активно функціонують у секторах торгівлі продтоварів, а також непродтоварів. Правда, на ринках паливних матеріалів і фармацевтики їх кількість незначна. Зауважимо, що стратегія зарубіжних підприємств торгівлі досить агресивна. Вона полягає у тому, щоб кожний мультиформат охопив не менше 50-60%

¹ Наказ Держстатслужби України від 29.09.2014 р. №271.

Найбільш світові компанії-“флагмани” інтернаціоналізації торгівлі

№ з/п	Роздрібний оператор	Країна походження	Виручка від роздрібно́ї торгівлі, млрд дол. США	Чистий дохід, млрд дол. США	Домінуючий формат торгівлі	Кількість країн	Середньорічні темпи зростання
1	Wal-Mart Stores, Inc.	США	446,950	16,387	гіпермаркет/ суперцентр/ супермаркет	28	5,1%
2	Carrefour S.A.	Франція	113,198	0,563	гіпермаркет/ суперцентр/ супермаркет	33	0,9%
3	Tesco PLC	Великобританія	101,574	4,502	гіпермаркет/ суперцентр/ супермаркет	13	8,3%
4	Metro AG	Німеччина	92,905	1,032	Cash&Carry	33	2,2%
5	The Kroger Co.	США	90,374	0,596	супермаркет	7	6,5%

Складено: за даними рейтингових інститутів (2015 р.)

частки профільного загального ринку. Як наслідок, масово витісняються вітчизняні торговельні оператори з традиційних торговельних ніш (рис. 4).

За останні п'ятнадцять років кількість підприємств торгівлі скоротилася близько у 4 рази, а магазинів таких підприємств - у 2 рази. Ствердження, що масові скорочення відбулися за рахунок концентрації торгівлі й укрупнення об'єктів торгівлі не аргументовані, оскільки торговельні площі магазинів за даний час зросли лише з 7,0 до 7,7 млн. кв. м, тобто на 110%.

Це означає, що вітчизняні підприємства торгівлі, будучи неконкурентоспроможними, банкрутують або перепрофілюють свою діяльність в інші галузі. Досвід Польщі, Угорщини, Чехії показує: транснаціональні оператори без перешкод захопили їх ринковий простір [9, с. 172].

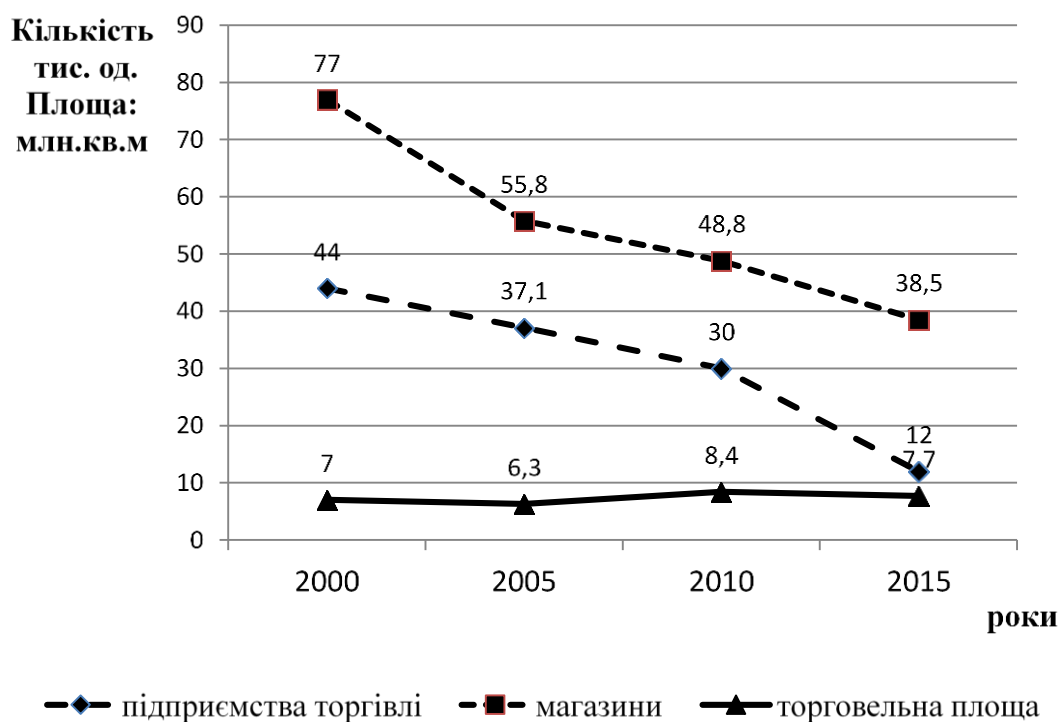


Рис. 4. Зміни кількості підприємств торгівлі, магазинів та їх торговельної площі

Прямі іноземні інвестиції в торгівлю

(млн дол. США)

Іноземні інвестиції	Роки (на 1 січня)			2015 / 2005 (%)
	2005	2010	2015	
Усього в економіку України	21607	40053	40725	188,5
- внутрішня торгівля				
- частка торгівлі у загальних інвестиціях	2625	4316	6037	2,3 р
	12,1	10,7	14,8	x
Середньорічний приріст інвестицій у торгівлі (тис. дол.)	412	338	344	x

Джерело: Зовнішньоекономічна діяльність (статзбірник), Держстатслужба України. - К., 2006; 2011, 2016 р.

Тривожним є той факт, що така тенденція стійка в силу зростаючих прямих іноземних інвестицій у вітчизняну торгівлю (табл. 2).

За масштабами вкладання іноземних інвестицій внутрішня торгівля поступається лише переробній промисловості. На 1 січня 2015 року їх обсяг складав 6,1 млрд дол. США. Така інвестиційна активність зумовлює розширення мереж крупноформатних підприємств, зростання кількості зарубіжних торговельних компаній та прискорення імпорту товарів і послуг.

У 2000 році обсяги імпорту товарів в Україну склали 15,1 млрд дол. США, а в 2015 році він досяг 42,9 млрд дол. США, тобто збільшився у 2,8 рази.

Експансія імпорту по суті заблокувала слабоконкурентне вітчизняне виробництво і, відповідно, призвела до критичного зростання частки зарубіжних товарів у складі товарообороту на споживчому ринку (рис. 5).

перевищила 60%. За нашими підрахунками, зважаючи на неорганізований ринок, імпорт продтоварів у товарообороті сягає 30-35%, а в структурі товарообороту непродтоварів - наближається до 70%. Відтак, у сенсі залежності товарно-ресурсного забезпечення від імпорту національний споживчий ринок знаходиться у зоні критичної безпеки.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, корпоративна інтеграція та інтернаціоналізація торгівлі – процеси, не тільки маловивчені теоретично, але й некеровані. Інтеграцію не можна спрощено інтерпретувати як ефективну взаємодію суб'єктів та їх узгоджений розвиток у межах специфічних організаційних форм, а інтернаціоналізацію не можна прийняти як чисто адаптивний процес. Скоріше в інтеграції є приховані антагоністичні елементи економічних інтересів та автономних цілей, а в



Рис. 5. Частка імпортованих товарів у товарообороті роздрібних підприємств

Дані рис. 5 свідчать про суттєве падіння виробництва вітчизняних товарів. Як результат, частка імпортованих продтоварів зросла офіційно до 15,1% в товарообороті продтоварів, а непродтоварів -

інтернаціоналізації - експансії торговельного капіталу, імпорту товарів, технологій, стандартів. Зазначені процеси ефективні й взаємовигідні у рівноякісних економіках, а у різноякісних національних

економіках негативні соціально-економічні наслідки неминучі. Слід додати, що інтеграція та інтернаціоналізація вимагають керованості в межах ефективної державної політики і на фундаментальній науковій основі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопий В. Интернационализация внутренней торговли: социально-экономические аспекты / И. Дмитренко, В. Апопий // Научный диалог. – Екатеринбург : Экономика, право, 2014. – №7. – С. 6-17.
2. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку : монографія / В. М. Геєць; НАН України; Ін-т економіки і прогнозування. – К., 2009.
3. Економічні проблеми ХХІ століття: міжнародні та українські виміри : монографія / [за ред. С. Юрія, Є. Савельєва]. – К. : Знання, 2007. – 545 с.
4. Економічна енциклопедія : наукове видання. Т. 1. - К. : Вид-во “Академія”, 2000. - С. 668.
5. Лукьяненко Д. Г. Экономическая интеграция и глобальные проблемы современности : монография / Д. Г. Лукьяненко. – М. : ИНФРА М, 2005. – 232 с.
6. Мисько О. Н. Международная экономическая интеграция : науч. изд. / О. Н. Мисько. – Спб. : Университет ИТМО, 2015. – 174 с.
7. Николаева Т. Экономическая интеграция и особенности ее развития в торговле / Т. Николаева, В. Гаянова // Известия Ур ГЭУ. – (23) 2009. – С. 110-114.
8. Лигоненко Л. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / Л. Лигоненко, Г. Богославень, Г. Піратовський. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.

9. Радаев В. В. Социология рынков: К формированию нового направления : научн. изд. / В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. - 328 с.

10. Чеглов В. П. Интеграция торговли в России : монография / В. П. Чеглов. – ВЭШ М., 2016. – С. 170.

REFERENCES

1. Apopij V. and Apopij V. (2014), Internacionalizacija vnutrennej trgovli: social'no-jekonomicheskie aspekty, *Nauchnyj dialog*, Jekonomika, pravo, Ekaterinburg, №7, s. 6-17.
2. Heiets', V. M. (2009), Suspil'stvo, derzhava, ekonomika: fenomenolohiia vzaiemodii ta rozvytku ; NAN Ukrainy; In-t ekonomiky i prohozuvannia, K.
3. Ekonomichni problemy KhKhI stolittia: mizhnarodni ta ukrains'ki vymiry, za red. S. Yurii, Ye. Savel'ieva (2007), *Znannia*, K., 545 s.
4. Ekonomichna entsyklopediia (2000), T. 1., Vydvo “Akademiia”, K., s. 668.
5. Luk'janenko, D. G. (2005), Jekonomicheskaja integracija i global'nye problemy sovremennosti, *INFRA M*, M., 232 s.
6. Mis'ko, O. N. (2015), Mezhdunarodnaja jekonomicheskaja integracija, *Universitet ITMO*, Spb., 174 s.
7. Nikolaeva T. and Gajanova V. (2009), Jekonomicheskaja integracija i osobennosti ee razvitija v trgovle, *Izvestija Ur GJeU*, 23, s. 110-114.
8. Lyhonenko L., Bohoslaven' H. and Pyratovs'kyj H. (2009), Transformatsijni protsesy v torhivli Ukrainy v umovakh internatsionalizatsii, *KNTEU*, K., 334 s.
9. Radaev, V. V. (2003), Sociologija ryнков: K formirovaniju novogo napravlenija, *GU VShJe*, M., 328 s.
10. Cheglov, V. P. (2016), Integracija trgovli v Rossii, *VJeSh M.*, s. 170.