

УДК 334.726

Баула О.В., к.е.н., доцент

Савош Л.В., к.е.н., доцент

Мищук Я.А.

Луцький національний технічний університет

ДІЯЛЬНІСТЬ ТНК У СФЕРІ FOOD-РІТЕЙЛІНГУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ТА СВІТОВА ПРАКТИКА

У статті досліджено особливості функціонування найбільших ТНК food-ритейлінгу на вітчизняному ринку; оцінено рівень впливу рівня інфляції та реальної заробітної плати, а також вартості оренди торгових точок на діяльність ТНК-ритейлерів в Україні. Проведено порівняльний аналіз стратегій вітчизняних та європейських ритейлерів у секторі харчування в Україні та SWOT-аналіз діяльності європейських ТНК food-ритейлерів в Україні на прикладі Auchan та Metro. Зроблено висновки про можливість адаптації світового досвіду діяльності ТНК у сфері food-ритейлінгу до вітчизняних реалій.

Ключові слова: food-ритейлінг, ТНК, рівень інфляції, рівень реальної заробітної плати, вартість оренди торгових точок.

Baula O., Savosh L., Mishchuk Ya.

TNC ACTIVITY IN THE FIELD OF FOOD-RETEILING: DOMESTIC EXPERIENCE AND GLOBAL PRACTICE

In the article the features of functioning of the largest food-retail market of TNC on the domestic market are investigated; The level of influence of inflation and real wages, as well as the cost of renting outlets on the activity of TNC-retailers in Ukraine is estimated. A comparative analysis of the strategies of domestic and European retailers in the food sector in Ukraine and a SWOT-analysis of the activities of European TNCs of food retailers in Ukraine on the example of Auchan and Metro were conducted. Conclusions are made about the possibility of adapting the world experience of TNCs in the sphere of food-retailing to domestic realities.

Key words: food-retailing, TNCs, inflation, real wages, rental cost of outlets.

Баула Е.В., Савош Л.В., Мищук Я.А.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТНК В СФЕРЕ FOOD-РИТЕЙЛИНГУ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ И МИРОВАЯ ПРАКТИКА

В статье исследованы особенности функционирования крупнейших ТНК food-ритейлингу на отечественном рынке; оценен уровень влияния уровня инфляции и реальной заработной платы, а также стоимости аренды торговых точек на деятельность ТНК-ритейлеров в Украине. Проведен сравнительный анализ стратегий отечественных и европейских ритейлеров в секторе питания в Украине и SWOT-анализ деятельности европейских ТНК food-ритейлеров в Украине на примере Auchan и Metro. Сделаны выводы о возможности адаптации мирового опыта деятельности ТНК в сфере food-ритейлингу к отечественным реалиям.

Ключевые слова: food-ритейлинг, ТНК, уровень инфляции, уровень реальной заработной платы, стоимость аренды торговых точек.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Загальновизнаною тенденцією розвитку сучасного світу є глобалізаційні процеси, які поширилися на всі сфери суспільства. Найхарактернішою рисою сучасної торгівлі є глобалізація ритейлінгу, яка безпосередньо впливає на стан економіки країни. Враховуючи те, що сфера ритейлінгу є невід'ємною структурою економіки багатьох країн, наше дослідження стосуватиметься ефективного функціонування та темпів розвитку ТНК-ритейлерів та компаній- ритейлерів

в Україні. Так як поняття «рітейлінг» є об'ємним, а діяльність ТНК та компаній-рітейлерів є поширеною у багатьох секторах, нами виділено один із найпопулярніших секторів рітейлу, а саме food-рітейлінг, що являє собою роздрібну торгівлю у секторі харчових продуктів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретико-методичні й прикладні положення щодо сфери рітейлінгу та діяльності ТНК і компаній у ній досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як: Градобитова Л., Цуркан Р., Квачук Я., Носаченко О., Щегельська О. та інші.

Цілі статті. Мета дослідження полягає у теоретико-методичному аналізі особливостей діяльності ТНК та компаній у сфері рітейлінгу в Україні: дослідити особливості функціонування найбільших ТНК food-рітейлінгу на вітчизняному ринку, оцінити рівень впливу рівня інфляції та реальної заробітної плати, а також вартості оренди торгових точок на діяльність ТНК-рітейлерів в Україні% провести порівняльний аналіз стратегій вітчизняних та європейських рітейлерів у секторі харчування в Україні та SWOT-аналіз діяльності європейських ТНК food-рітейлерів в Україні на прикладі Auchan та Metro; зробити висновки про можливість адаптації світового досвіду діяльності ТНК у сфері food-рітейлінгу до вітчизняних реалій.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Багато експертів стверджують, що протягом 2018 року спостерігається позитивна тенденція до зростання економіки України, хоча, слід зазначити, що у 2017 році економіка України не надто зросла та й показники 2018 року не є надто високими. Разом з тим і погіршилася ситуація на ринку торговельної нерухомості, яка найбільш швидко реагує на зміни економіки. Якщо розглянути докладніше, то споживчий попит не надто відновлюється серед середнього класу населення, так як населення України характеризується низькою купівельною спроможністю. Тому, говорячи про сферу українського рітейлінгу в харчовому секторі, варто зазначити, що існуючі перспективи даного напрямку сьогодні мають суттєві перешкоди. Загалом, з огляду на всі тенденції і тренди, які присутні і починають формуватися на ринку рітейлінгу, варто відмітити, що на сучасному етапі має місце позитивна тенденція до розвитку даного сегменту економіки, не дивлячись на деякі стримуючі чинники.

Серед найбільших ТНК в сфері рітейлінгу в секторі харчових продуктів України розглядаємо переважно українські компанії, а також дві європейські ТНК, такі як Metro і Auchan (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільші компанії food-рітейлери, які функціонують в Україні

№ п/п	Назва компанії	Бренди даної компанії	2017р.	
			Кількість магазинів по Україні	Товарооборот (млрд. грн.)
1	АТБ	АТБ	958	≈ 80,2
2	Fozzy Group	Fozzy Gash & Cary, Сільпо, Le Silpo, Фора, Thrash	682	≈ 63,5
3	Metro	Metro, Бери-Вези	25	≈ 40,0
4	Novus	Novus	44	≈ 8,9
5	Retail group	Велика Кишеня, Велмарт, ВК Експрес, ВК Select	65	≈ 5,7
6	Auchan	Auchan (Ашан)	20	≈ 5,0
7	ЕКО маркет	ЕКО маркет	114	≈ 5,0
8	Varus	Varus	59	≈ 2,0
9	Таврия В	Таврия В, Космос	75	≈ 2,0

Джерело: складено за [7; 9].

Трійкою найбільших харчових ритейлерів в Україні за даними по товарообороту з вище наведеної таблиці 1 є мережа АТБ, Fozzy Group та Metro. Розглянемо динаміку їх функціонування з 2012-2017 рр. (рис. 1).

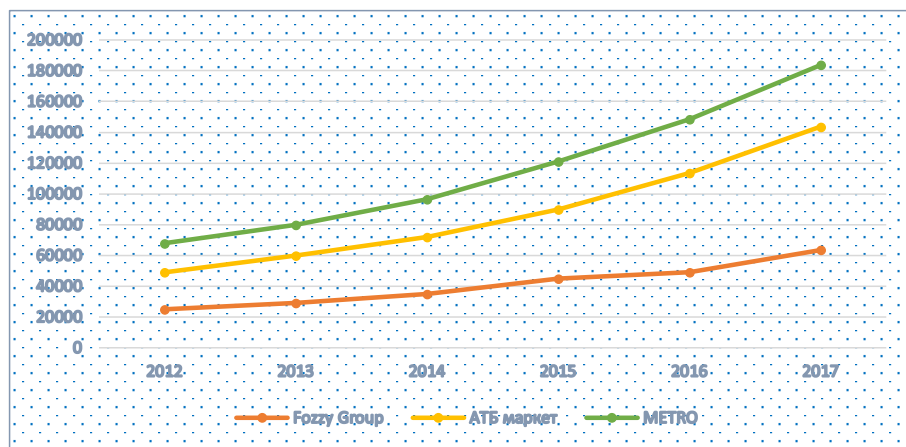


Рис. 1. Динаміка товарообороту трьох найбільших ритейлерів України в період з 2012-2017 рр., млн. грн.

Джерело: складено за [7; 9].

Динаміка діяльності провідних food-ритейлерів в Україні є зростаючою, особливе збільшення спостерігалось у 2016-2017 роках, що пояснюється суттєвим збільшенням кількості торгових точок на території України. Зокрема, мережа АТБ за 2016 та 2017 роки відкрила 123 нових торгових точки, Fozzy Group – 152, а food-ритейлер німецького походження Metro Group приблизно на 10 торгових точок більше.

Загалом прослідковується позитивна динаміка до зростання обсягів товарообороту трьох основних харчових ритейлерів в Україні. Також відмітимо те, що український ринок ритейлінгу у розглянутому нами секторі харчових продуктів є насичений переважно українськими компаніями, серед яких успішно функціонують лише дві компанії країн Європи (французька ТНК Auchan і німецька ТНК Metro) з подальшими перспективами розвитку. Та все ж, не дивлячись на позитивні тенденції до зростання діяльності ТНК-ритейлерів в Україні, існують стримуючі чинники. Серед яких, на нашу думку, варто виділити рівень інфляції, рівень реальної заробітної плати та вартість оренди торгових точок.

Одним із чинників впливу на сферу ритейлінгу є індекс споживчих цін – показник, що характеризує зміни загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Індекс реальної заробітної платні являє собою показник, що характеризує зміну купівельної спроможності номінальної заробітної плати. Даний індекс розраховують як виражене у відсотках відношення зміни номінальної заробітної плати до індексу споживчих цін (індексу інфляції) [5, с. 114]. Розглянемо динаміку даних показників в Україні (рис. 2). За даними рис. 2 спостерігаємо те, що на сучасному етапі розвитку загальний рівень інфляції випереджує рівень реальної заробітної плати. Починаючи з кінця 2014 року ці два показники розгалужуються у різних напрямках, що впливає на купівельну спроможність населення. Наразі індекс інфляції, що має вплив на споживчий попит, досяг найвищої точки. Це у підсумку є значним фактором впливу на функціонування ТНК у сфері ритейлу, зокрема у секторі харчування, так як головним для торговельних компаній є прибуток.

У 2017 року було зафіксовано кілька значних тенденцій в діяльності українських компаній-ритейлерів у сфері харчування на внутрішньому ринку і європейських провідних ТНК-ритейлерів на вітчизняному ринку.

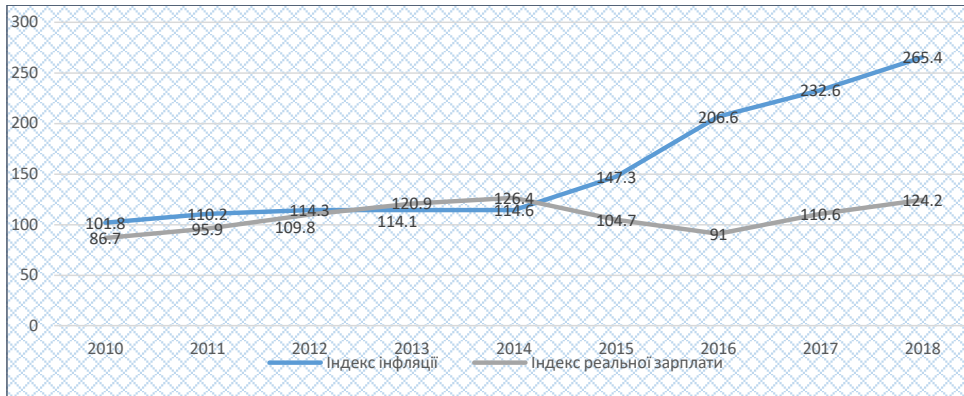


Рис. 2. Динаміка індексу реальної зарплати в порівнянні із загальним індексом інфляції

Джерело: складено за [11; 12].

Перша – ритейлери, не дивлячись на складні умови, істотно відновили активність наприкінці 2017 року і перейшли від окремих відкриттів до чітко визначеної стратегії експансії. Істотні зміни відбулись в сегменті продовольчого ритейлу. Французька мережа гіпермаркетів Auchan Group придбала 9 гіпермаркетів «Караван», розширивши присутність в столиці і регіональних містах. Тому у ТРЦ Караван буде присутня мережа Auchan з харчовими прилавками [4].

Друга - після рекордно високого обсягу нових площ в 2016, у 2017 обсяг площ почав знижуватись і в 2018 році тенденція до зменшення продовжилася. Якщо розглядати середньострокову перспективу 2019-2020 рр., то обсяг проектів на різних стадіях реалізації залишається дуже високим. Загалом, в найближчі 3-4 роки буде спостерігатися посилення конкуренції в даному сегменті. Тому при розвитку нових об'єктів слід враховувати основні тенденції, які визначатимуть подальший розвиток торговельних центрів. Наприклад, створення не тільки місця для здійснення покупок, але і місця для проведення часу з сім'єю або друзями, так званих торгових парків.

Наступним чинником впливу на розвиток сфери ритейлінгу в Україні є вартість оренди торгових точок (рис. 3).

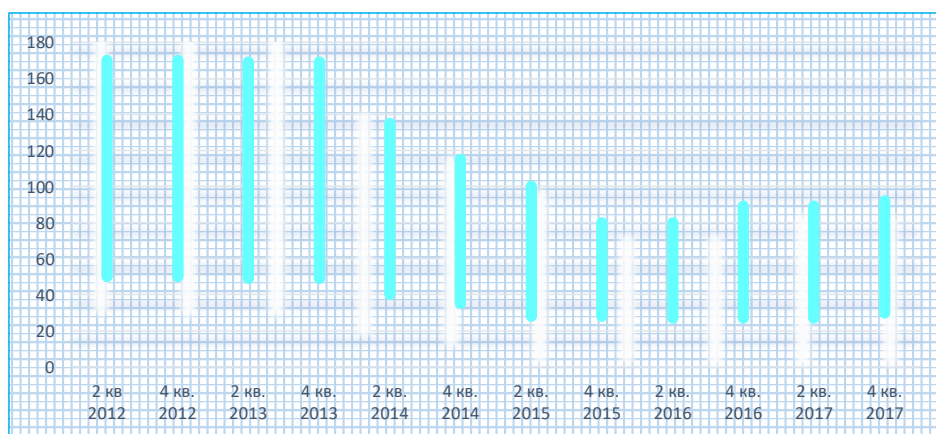


Рис. 3. Базові орендні ставки (дол. США/кв. м./міс.)

Джерело: складено автором за [3, с. 117; 8].

За даними рис. 3 видно, що рівень орендних ставок зазнав деяких змін впродовж 2012-2017 рр., а саме: вартість оренди торговельних площ знизилась. Та все ж слід відмітити теперішнє зростання починаючи з 2016 року. Ставка оренди в кращих

торгових центрах варіюється на сучасному етапі в межах від 60 дол. США до 86 дол. США/кв.м./місяць, а в менш успішних торгових центрах склала 30 - 45 дол. США/кв.м./місяць.

Рівень орендних ставок залежить від торговельних центрів, які поділяються на кращі та менш успішні, що залежить від їх популярності та прибутковості, а також від кількості відвідуваності споживачами даного центру, тобто від ефективної його діяльності. Слід також зазначити, що орендні ставки в Україні порівняно з вартістю оренди в країнах Європи є нижчими. Найвищий рівень орендної плати спостерігається у Франції та у Великобританії більше як 1000 євро/кв.м./міс. Наступною трійкою країн з найвищою орендною платою є Італія, Ірландія та Швейцарія. Решта країн Європи мають орендну ставку, що коливається в межах 150-300 євро/кв.м./міс. Тому цей чинник варто розглядати як елемент позитивного впливу для подальшого функціонування іноземних ТНК у сфері харчового ритейлу. Чи позитивно це відобразиться на українському ритейлі будемо досліджувати далі. Для цього розглянемо основні відмінності між стратегіями діяльності українських компаній-ритейлерів та іноземними ТНК, що функціонують в Україні (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз стратегій українських та європейських ритейлерів у секторі харчування в Україні

Назва стратегії	Європейські ритейлери: Metro та Auchan	Українські ритейлери: АТБ маркет та Fozzy Group
Цінова стратегія	Ціни нижчі за середні	Ціни середні
Стратегія територіального розміщення	Розміщення у великих містах, використовуючи при цьому два формати магазинів: торгові центри та магазини - дискаунтери.	Розміщення у спальних районах-кварталах. Чотири формати магазинів: дискаунтери; торговельні центри; квартальні магазини та дрібногуртові.
Стратегія визначення постачальниками	Співпрацюють з українськими виробниками та залучають іноземних виробників на базі аукціонних тендерів відкритого типу.	Працюють в переважній більшості з вітчизняними виробниками - постачальниками товарів.
Стратегія якості	Якість товару відіграє ключову роль. Продукція високих стандартів або допустимих стандартів. Обмеженість термінів зберігання.	Продукція допустимих стандартів або ж низької якості. Велика ступінь обробки для зберігання на довготривалий термін (можлива переробка).
Стратегія модернізації	Осучаснення торгових центрів та їхньої специфіки. Торговий центр оснащений не лише продуктовими магазинами, а й кафе та фаст-фудами під маркою ритейлера.	Виключно магазин з асортиментом продуктів харчування.

Джерело: складено автором за [1, с. 43; 2, с.83; 4; 6].

Звернемо увагу, що стратегії функціонування національних та європейських ТНК у світі та в Україні відрізняються. Зазначити, що одні з них ефективніші за інші не можна, оскільки кожна цільова аудиторія має притаманні їй смаки і вони обирають те, що їм найбільш вигідне. Як правило, європейські компанії акцентують увагу на середньостатичне населення із середнім та мінімальним рівнем доходу, що переважає в Україні. В той час як в українських ритейлерів увага спрямована на людей із середнім та високим рівнем заробітної платні. Європейські ритейлери зосереджують свої сили у великих містах, а українські ритейлери навпаки зорієнтовані на невеличкі міста, зокрема успішно користуються форматом квартальних магазинів.

Деякі із стратегій європейських ТНК-рітейлерів варто запозичити для українських компаній: зокрема, стратегію якості та стратегію ціни. Натомість можна зазначити, що українська стратегія територіального розміщення є більш успішною, аніж європейські.

Розглянемо також SWOT – аналіз (табл.3) функціонування іноземних ТНК-рітейлерів в Україні.

Таблиця 3

SWOT – аналіз діяльності європейських ТНК food-рітейлерів в Україні на прикладі Auchan та Metro

Сильні сторони	Поява нових зв'язків серед ТНК-дистриб'юторів. Створення нових робочих місць. Формування системи стимулів для інвесторів (розвиток нових мереж у сфері роздрібної торгівлі). Наявність елементів ринкової інфраструктури як реального, так і фінансового сектора економіки. Отримання невід'ємного досвіду для сфери ритейлінгу	Слабкі сторони	Нестабільність економічної та політичної ситуації Високий рівень інфляції Низька купівельна спроможність населення Населення країни для іноземного ТНК-рітейлера, як вид дешевої робочої сили
Можливості	Оптимізація структури економіки, отримання управлінського досвіду Покращення державного регулювання інвестиційної діяльності Посилення інтеграційних процесів Підвищення економічного зростання Зменшення безробіття Приплив іноземних інвестицій Збільшення надходжень податків до Державного бюджету НТП Зростання ВВП	Загрози	Неконтрольований вплив капіталу. Домінування ТНК-рітейлерів іноземних над національними. Захоплення перспективних секторів економіки та витіснення національного виробника Маніпуляції в ціноутворенні (продаж продукції за середніми цінами та цінами нижчими ніж середні). Залучення іноземних виробників продукції та зменшення кількості виробів національного походження на прилавках.

Джерело: складено автором за [4; 9; 10].

За даними таблиці ми можемо спостерігати, що існує безліч позитивних та негативних сторін у діяльності іноземних ТНК-рітейлерів в Україні. Проте, слід відмітити, що українські компанії сьогодні також виходять на належний рівень і мають потенціал для подальшого розвитку у даній сфері, а також володіють потенціалом для подальшого розвитку компаній та їх перетворення у потужні ТНК. Враховуючи попередні дані для українських ритейлерів варто переглянути обрані стратегії для успішної подальшої діяльності.

Список використаних джерел:

- 1.Баула О.В. Прямі іноземні інвестиції ТНК як одна з форм їх діяльності на світовому та національному ринках / О.В. Баула, Л.В. Михальчук // «Настоящи изследования и развитие - 2012» (Актуальны науковы розробки - 2012) // Материали за 8-а международна научна практична конференция (17.01 – 25.01.2012). — Том 3. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2012. –С.42 -45.
- 2.Градобигова Л.Д. Транснациональные корпорации в современных международных экономических отношениях: учеб. пособие / Л. Д. Градобигова, Т. М. Исаченко; МГИМО(У) МИД РФ. – М.: Анкил, 2002. – 123 с.
- 3.Транснаціоналізація світової економіки. Колективна монографія / О.В. Баула, Т.М. Вісіна, В.В. Вісін [та ін.] – Луцьк: Вежа Друк, 2018. – 236 с.
- 4.Цуркан Р. Ринок ритейлінгу в Україні: живий та оновлений. 2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://biz.nv.ua/experts/tsurkan_r/rynok-ritejla-ukrainy-zhivoj-iobnovlennyj-1722789.html.
- 5.Завадський Й., Осовська Т., Юшкевич О. Економічний словник. - Київ: Кондор, 2006. — 356 с.
- 6.Квачук Я.О. Корпоративні стратегії розвитку Транснаціональних корпорацій / Я.О. Квачук //Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання. – 2013. - № 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=2283>.
- 7.Носаченко О. Усі в Мережу: як український ритейл адаптується до європейських новацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1406169-usi-v-merezhu-yak-ukrayinskij-ritejl-adaptuetsya-do-evropejskih-novacij>.

8. Новітні торговельні технології у сфері ритейлінгу у секторі харчових продуктів в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/food-retail-v-ukraine.html> - 4.
9. Продуктовий ритейл в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nk.org.ua/ekonomika/produktoviyi-riteyl-v-ukraine-96693>.
10. Щегельська О. Статистика компаній, які працюють над стратегією, не є оптимістичною: дев'ять із десяти не досягають успіху. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/schegelskaya/strategichna-majsternist-624988.html>.
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Офіційний сайт Міністерства фінансів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua>.

Рецензент д.е.н., професор Ковальська Л.Л.

УДК 351-353

Захарченко В.І., д.е.н., професор

Черкаський державний технологічний університет

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

У статті узагальнено досвід децентралізації влади в ряді європейських країн, зокрема в Німеччині, Франції, Італії, Іспанії та Польщі. З'ясовано можливості використання їхнього досвіду в Україні при вирішенні таких проблем децентралізації, як оптимізація адміністративно-територіального поділу, визначення обсягу прав і повноважень адміністративних одиниць, фінансова децентралізація, підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування.

Ключові слова: територіальна громада, місцеве самоврядування, децентралізація (адміністративна, фінансова), партисипативна демократія, рецентралізація.

Zakharchenko V.

EUROPEAN EXPERIENCE OF DECENTRALIZATION PROBLEM SOLVING: UKRAINIAN CONTEXT

The article summarizes the experience of decentralization of power in a number of European countries, in particular in Germany, France, Italy, Spain and Poland. The possibilities of using their experience in Ukraine in solving such problems of decentralization as optimization of administrative-territorial division, determination of the scope of rights and powers of administrative units, financial decentralization, increase of efficiency of local self-government activities are determined.

Key words: territorial community, local self-government, decentralization (administrative, financial), participative democracy, re-centralization.

Захарченко В.И.

ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ: УКРАИНСКИЙ КОНТЕКСТ

В статье обобщен опыт децентрализации власти в ряде европейских стран, в частности в Германии, Франции, Италии, Испании и Польше. Выявлены возможности использования их опыта в Украине при решении таких проблем децентрализации, как оптимизация административно-территориального деления, определения объема прав и полномочий административных единиц, финансовая децентрализация, повышение эффективности деятельности органов местного самоуправления.

Ключевые слова: территориальная община, местное самоуправление, децентрализация (административная, финансовая), партисипативная демократия, рецентрализация.