

Вплив глобалізаційних процесів на становлення регіональних роздрібних мереж

Сформульовано поняття «торгового імперативу» як однієї з причин виникнення нових форматів. Теоретично обґрунтовано потребу в підтримці з боку держави регіональних роздрібних мереж. Запропоновано основні принципи комплексної програми з підтримки регіонального рітейлу.

Ключові слова: торговий імператив, формат, регіональна економіка, глобалізація, програма.

Роздрібна торгівля займає важливе місце в економіці регіонів, а тому є одним із пріоритетних об'єктів дослідження вчених. Велика кількість публікацій щодо сьогодишнього стану даної галузі свідчить, з одного боку, про невивченість ряду питань, а з іншого – про виникнення нових, пов'язаних із трансформаційними змінами, які відбуваються у роздрібній торгівлі.

Дослідники констатують глобалізацію та концентрацію роздрібною торгівлі, що викликає певні застереження в аспекті прогнозу її розвитку та наслідків, до яких ці процеси можуть призвести. Проте в літературі недостатньо даних, на основі яких можна зрозуміти генезис сучасних трендів розвитку роздрібних торгових організацій. І ще менше рекомендацій, які можна ефективно впровадити та з допомогою яких нівелювати ті явні загрози, які існують у недалекому майбутньому розвитку регіональної економіки.

Дослідженням проблем, пов'язаних із розвитком торгових організацій, присвячена велика кількість праць таких вчених, як А. Мазаракі, Т. П. Данько, І. О. Бланк, Г. Джоунз, Л. А. Хасіс, О. В. Чкалова, В. В. Апопій, Л. А. Брагіна, Ферні, К. Мур, М. Леві, Б. А. Вейтц, Н. О. Голошубова, А. Б. Цветкова.

Вивчення процесів глобалізації здійснювали такі дослідники, як В. Пантін, Ю. Яковец, Р. Робертсон, І. Валерштайн, М. Чешков, З. Гриняєв, Дж. П'єтерс, Ю. М. Пахомов, А. В. Степаненко, Т. Фрідмен, Ф. Уебстер, Ф. Фукуяма, Ю. Сухарев, Д. Замятін, М. Алле, Л. А. Антонюк, О. Г. Білорус, І. Валлерстайн, В. М. Геєць.

Проте в літературі ще недостатньо вивчене питання впливу глобалізації світової економіки на розвиток регіональної роздрібною торгівлі.

Метою статті є дослідження загроз, які може спричинити експансія регіонів України глобальними торговими організаціями, та пропозиція інструментів, з допомогою яких можна їх нівелювати.

Думка вчених щодо впливу глобалізації на економічні процеси суттєво різниться. Одні відмічають виключно позитивні сторони в даному процесі, інші переважно негативні, є вчені, які диференційовано підходять до даного питання.

Так, Р. Ж. Гомес вбачає в економічній глобалізації реалізацію ідей неолібералізму в умовах сучасного світу. На його думку, відродження принципів вільного ринку в неоліберальному оформленні вийшло за межі національних ринків та поширюється на всю світову економіку [1, с. 87].

Я. М. Столярчук навпаки зазначає ряд суттєвих проблем, які викликає глобалізація, зокрема:

- поглиблення антагонізму між глобальною експансією монополій та національним економічним суверенітетом країн світу, який проявляється в істотному звуженні можливостей держав проводити самостійну політику щодо регулювання національних ринків та контролю за національним багатством;
- посилення глобальної конкуренції у сфері виробництва та збуту товарів і послуг;
- поглиблення нерівномірності нагромадження виробничого та фіктивного капіталів, що призводить до відтоку капіталу зі сфери виробництва у сферу фінансування процесів злиття та поглинання;
- передислокація виробництв у світовому економічному просторі, коли екологічно чисті й безпечні види промислового виробництва, наукомісткі та інформаційно насичені концентруються у країнах-лідерах світового господарства, а енергомісткі, екологічно брудні та трудомісткі галузі перебазовуються у менш розвинені країни;
- активізація політичної діяльності транснаціональних компаній у країнах, де вони реалізують свої бізнес-інтереси, та зростаюча зацікавленість у розгортанні військових конфліктів у світі [2].

Окрім того, існують дослідження, які верифікують гіпотезу, що глобалізація не тільки не зменшує, а навпаки збільшує нерівність між країнами та народами, між різними прошарками суспільства в кожній країні та між окремими людьми. Так, за останні тридцять років глобальна економіка зростає приблизно на 2-3% у рік, і за цей же час розрив між багатими та бідними країнами збільшився в 10 разів [3].

О. А. Грішнова вбачає у глобалізації нову форму колоніалізму, за якої роль нових метрополій відіграють індустриально розвинені країни, головним чином Сполучені Штати, а їх колонії – це переважна більшість країн світу [4].

Ю. Шишков виокремлює позитивні наслідки глобалізації, які полягають у поглибленні міжнародного поділу праці, створенні умов для вільного міждержавного руху товарів, послуг та факторів виробництва і, як наслідок, підвищен-

Таблиця 1

Найбільші глобальні мережі: реалізація 2007-2009 рр.

	Млн. дол. США	2007	2008	2009	Приріст/спад 2007-2009
1.	Wal-Mart	393,539	432,331	458,239	16,4%
2.	Carrefour	140,921	159,293	150,573	6,8%
3.	Metro Group	101,362	115,055	104,031	2,6%
4.	Tesco	103,392	107,147	93,266	-9,8%
5.	Seven & I	72,185	82,645	89,393	23,8%
6.	Costco	70,47	78,754	84,161	19,4%
7.	Schwarz Group	71,518	86,139	82,542	15,4%
8.	Kroger	73,307	76,781	79,906	9,0%
9.	AEON	59,702	71,342	78,053	30,7%
10.	Walgreens	58,637	62,104	73,133	24,7%
11.	Aldi	64,16	73,477	71,712	11,8%
12.	Target	64,667	66,154	70,722	9,4%
13.	Auchan	61,566	72,844	69,977	13,7%
14.	Rewe Group	56,987	68,143	66,205	16,2%
15.	Casino	57,703	65,993	61,62	6,8%

* За даними: Planet Retail. Режим доступу : www.planetretail.net.

ня ступеню відкритості національних економік. Негативними наслідками глобалізації він вважає: розмивання та знецінення державних регулюючих функцій, неможливість держави захищати внутрішню економіку від зовнішнього впливу, посилення міжнародної конкуренції [5].

Зрозуміло, що світові глобалізаційні процеси не могли не заторкнути такої важливої галузі економіки, як роздрібна торгівля. Так, в останній час вчені почали звертати увагу на те, що, окрім тенденції до зростання об'ємів реалізації торговельних мереж (табл. 1), відбувається значне зростання їх частки у загальному товарообороті, тобто відбувається процес концентрації капіталу, який неминуче призведе до монополізації ринків роздрібною торгівлі з усіма відповідними наслідками. Так, тільки з 2003 по 2008 р., за даними *M + M Planet Retail*, частка *Wal-Mart* зросла з 6,7% до 8,6%, *Carrefour* – з 2,4% до 3,2%, а разом шести найбільших світових операторів – з 15,4% до 19,9%.

Таблиця 2

Частка 5 найбільших роздрібних операторів в загальному роздрібному ринку (ринок FMCG), 2009*

США	31%
Великобританія	49%
Нідерланди	53%
Канада	58%
Швейцарія	61%
Німеччина	63%
Франція	72%
Бельгія	78%
Швеція	88%

* За даними: Planet Retail, www.planetretil.net

превентивних заходів у тих регіонах, де концентрація ще не є такою високою і реалізація яких забезпечить розвиток вільної конкуренції як сьогодні, так і в майбутньому, що є ключовим гарантом сталого розвитку держав та їх регіонів.

Ми вважаємо, що вектор розвитку торгових організацій обумовлений бажанням власників цих організацій задовольнити максимальну кількість потреб максимально широкої аудиторії. Це явище можна назвати «торговим імперативом», і воно спостерігається протягом усього розвитку торгівлі ще від перших обмінних операцій та часів «німої» торгівлі.

Підтвердженням цього є історія становлення та сучасний стан розвитку роздрібною торгівлі, який характеризується гіперактивним розмноженням різноманітних форматів рітейлу. На даний момент їх уже є десятки, а незабаром при таких темпах появи їх кількість буде нараховувати сотні.

Вважаємо, що саме «торговий імператив» є причиною виникнення такої великої кількості форматів. Менеджери торгових підприємств, бажаючи максимально збільшити кількість товарів та послуг, що надаються клієнтам, створюють усе нові й нові види торгових закладів. Вони в оптимальному співвідношенні, з одного боку, між шириною й унікальністю асортименту та вигідною ціною, а з іншого – часом, витраченим на шлях до торгового закладу, та часом на здійснення покупки стараються задовольнити кожний конкретний кластер споживачів, а при наявних технологіях – і конкретного споживача.

Таким чином, «торговий імператив», який стимулюється потребою у рості курсу акцій на біржах, призводить у тому числі до регіональної експансії, яка

На сьогодні практично в усіх розвинених країнах п'ять найбільших роздрібних компаній контролюють понад 50% ринку товарів повсякденного попиту (табл. 2).

На нашу думку, попри існування великої кількості напрацювань у даному напрямку, вченими економістами недостатньо розкриті наслідки, які спричиняє така швидка глобалізація галузі роздрібною торгівлі, а це не дає змоги зробити адекватні висновки та розробити комплекс

проявляється глобалізацією роздрібного ринку та задоволенням потреб максимальної кількості його сегментів .

Ще однією особливістю сучасного розвитку торгівлі є те, що з метою підвищення ефективності та розширення можливості надання додаткових послуг споживачам торгівлі організації монополізують усі ланки ланцюга створення споживчої цінності, включаючи виробництво, дистрибуцію, маркетинг, післяпродажне обслуговування, причому роблячи це в усіх групах товарів. Прикладом такого явища є інтеграція роздрібних операторів «вниз», яка проявляється відкриттям власних виробництв.

Причиною такої успішної експансії ланцюга цінностей, на нашу думку, є те, що вони в ланцюгу стоять найближче до споживача і, відповідно, найкраще відчувають його потреби та уподобання.

Глобалізація в такій ситуації несе ще одну додаткову загрозу для розвитку економіки регіону, адже транснаціональним компаніям не вигідно співпрацювати із локальними виробниками, оскільки потужність їх виробництв є невеликою і не всі вони в змозі забезпечити об'єми, потрібні глобальному операторові. Крім того, логістичні процеси при співпраці із регіональними виробниками є неефективними, що поступово призведе до витіснення місцевих виробників із регіональних ринків, а це, своєю чергою, знизить конкурентоздатність регіону, що унеможливить реалізацію політики сталого розвитку регіону.

Роздрібні торгові організації сьогодні є мовби «рукою споживача», яка вибирає, чого він хоче, а останнім часом вони почали навіть переймати функції мозку покупця, тому що вже частково стали впливати на прийняття його рішень. Це відбувається через нав'язування його свідомості певних комплексів та стереотипів. Втручання у свідомість споживача здійснюється на основі колосальних аналітичних даних про його поведінку та реакції при виборі та здійсненні покупок. Роздрібні торговці на сьогодні володіють значно ширшими та глибшими даними про поведінку людини, ніж усі психологи світу, не говорячи про виробників. До того ж, на відміну від психологів, знання про людину яких побудоване на емпіричних спостереженнях, знання рітейлерів підкріплене додатково достовірними статистичними результатами; найзагрозливішим у цій ситуації є те, що ці знання зростають у геометричній прогресії щодня.

Загроза наявності таких знань у певних організацій полягає у можливості маніпуляцій свідомістю споживачів, що може на певному етапі завдати шкоди не тільки комусь конкретному з них, а всьому людству. Уже сьогодні рітейл починає диктувати людству, що їсти, на чому спати, де жити, на чому їздити, і важко спрогнозувати, до чого призведе цей шлях.

Тобто на даному етапі розвитку кастомізація у деяких випадках починає набирати патологічних форм, які проявляються у непрогнозованому впливі на людину, що може призвести до деградації суспільної свідомості та патологічних змін у соціальному розвитку суспільства.

Ще однією особливістю сучасного рітейлу є недобросовісна конкуренція, яка реалізується шляхом встановлення демпінгових цін та укладанням дискримінаційних контрактів з виробниками. Це все призводить до створення бар'єрів входу в галузь, які практично нереально подолати. Дане явище отримало назву «вбивці ринків» (category killers), коли мережі і транснаціональні корпорації захоплюють ринок, маючи такий величезний закупівельний потенціал, що майже негайно вбивають менш потужних конкурентів [6].

Знищення та банкрутство регіональних роздрібних операторів ще більше погіршить ситуацію в регіоні, адже місцевий бюджет не лише позбудеться надхо-

дженів від місцевої торгівлі, що сьогодні є суттєвою частиною в його структурі, а й розірве зв'язок між регіональними виробниками та споживачами, який нині значною мірою підтримується через локальних роздрібних операторів, що в свою чергу ще більше погіршить стан місцевих виробників. Тобто глобалізація та концентрація роздрібно-го ринку запустить циклічну патологічну реакцію, розірвати яку при її виникненні буде не лише складно, а й імовірно неможливо.

Приклади такого розвитку подій можемо спостерігати в Євросоюзі, коли економіки одних держав, які першими стали на шлях глобалізації, вирішують свої проблеми та наповнюють свої бюджети за рахунок інших, які стали елементарно ринками збуту для перших.

Науковці стверджують, що держава практично не в змозі захистити підприємців попри те, що проти недопущення хижацької конкуренції спрямована велика кількість антимонопольних законів [7]. Проте ми вважаємо, що існують механізми, які можуть захистити регіональні та національні економіки від глобальної експансії, суть їх полягає у комплексності вирішення наростаючої проблеми, тобто у використанні як протекціоністських дій з боку держави, так і економічних інструментів. Комплексна «антиглобальна» програма може включити в себе:

- Податкові преференції для малого та середнього бізнесу (слід віддати належне владі, яка зберегла пільги для даних суб'єктів господарювання).
- Горизонтальна інтеграція незалежних власників роздрібних торгових закладів на основі договорів комерційної концесії або інше ефективне кооперування.
- Обмеження регіональної концентрації роздрібних операторів.
- Обмеження кількості торгових закладів, які перевищують певний розмір торгових площ.
- Прийняття законодавства, яке б не допускало дискримінаційної конкуренції.
- Введення тимчасового «антиглобального» податку на операторів, які не є суб'єктами господарювання в даному регіоні. Отримані кошти, на нашу думку, слід спрямувати на розвиток підприємництва даного регіону, що дасть можливість успішно подолати фазу зростання місцевому бізнесу та стабілізуватися на ринку.

Вважаємо, що на даному етапі розвитку національної економіки ще існує можливість детально розробити та реалізувати дану програму, оскільки рівень концен-

Таблиця 3

Результати діяльності найбільших роздрібних операторів України за 2009–2010 рр. [8]

Оператори національного FMCG ринку	2009	2010	Приріст 2008-2010 рр.	% від загального товарообороту 2010 р.
Сільпо, Фора, FOZZY, Бумі	11636	16000	38%	5,83
АТБ	8900	12960	46%	4,72%
Metro C&C	12749	11425	-10%	4,16%
Фуршет, Фуршет гурман Народний супермаркет	5737	5854	2%	2,13%
Велика кишеня, Велмарт Просто Маркет, №1	4478	5251	17%	1,91%
АШАН	2041	4107	101%	1,50%
Амстор	2741	3305	21%	1,20%
Таврія В	2961	3203	8%	1,17%
ЕКО-маркет	2100	2650	26%	0,97%
Караван	2027	2012	-1%	0,73%

трації в галузі роздрібної торгівлі є ще не таким високим, як у Європі та США, і оборот 5-ти найбільших операторів України становить усього 18,25% (табл. 3).

На нашу думку, торгові організації розвиваються під впливом правила «торгового імперативу», яке породило «галопуючу» глобалізацію, що призводить до монополізації галузі торгівлі, витіснення з ринку регіональних виробників та ритейлерів, що може негативно вплинути на соціально-економічний розвиток регіонів. Вирішення даної проблеми потребує негайних дій зі створення та реалізації комплексної програми захисту локальних виробників та місцевих роздрібних операторів, адже профілактика «захворювання» є набагато ефективнішим та менш ресурсним методом, аніж його «лікування».

Список використаних джерел

1. Gomez R. J. Neoliberalismo globalizado: Refutacion y debacle. – Buenos Aires: Macchi grupo editorial, 2003. – 200p.
2. Столярчук Я. М. Суперечності глобальної монополізації капіталу / Я. М. Столярчук // Регіональна економіка. – 2008. – №4(50). – С. 15-23.
3. Globalisation: the poor must come first. World Vision internal paper, 2002. – Режим доступу : www.worldbank.org.
4. Грішнова О. А. Динаміка змін соціально-трудомих відносин під впливом глобалізаційних тенденцій / О. А. Грішнова, А. С. Пасека // Регіональна економіка. – 2010. – №1(55). – С. 7-13
5. Шишков Ю. Регионализация и глобализация мировой экономики: альтернатива или взаимодополнение? / Ю. Шишков // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 8. – С. 3-20.
6. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К. : КНЕУ, 2001. – 580 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 1996. – С. 22.
8. Валовый товарооборот 30 крупнейших торговых групп Украины (2010). – Режим доступу : <http://retailstudio.org/stats/13276.htm>.

Корсак В. И. Влияние глобализационных процессов на становление региональных розничных сетей.

Сформулировано поняття «торгового імператива» як одної з причин виникнення нових форматів. Теоретически обоснована необхідність підтримки со сторони государства регіональних розничних сетей. Предложены основные принципы комплексной программы поддержки регионального ритейла.

Ключевые слова: торговый імператив, формат, регіональная економіка, глобалізація, программа.

Korsak V. I. Some Aspects of the Growing Globalization Processes Influence on the Formation of Regional Retail Networks.

The notion of «commercial imperative» as one of the reasons for the emergence of new formats is given. The necessity of state support for regional retail networks is stressed. The basic principles of a comprehensive program of support for regional retail are suggested.

Key words: trade imperative, format, regional economy, globalization, program.

Надійшло 26.06.2012 р.