

Використовуючи рівняння (2), можна одержати більш повну економічну оцінку екосистемних послуг і обґрунтувати систему платежів за їх надання.

Організація системи платежів за екосистемні послуги актуальна й для України, насамперед для двох груп територій:

1) з особливо коштовними (унікальними) природними об'єктами (Карпати, природні парки та ін.);

2) навколо найбільших міст, у першу чергу Києва. Наприклад, лісові й водні екосистеми Київської області багато в чому визначають якість життя киян, тому збереження й підтримка стабільності зазначених екосистем на основі різних варіантів платежів за екосистемні послуги, на наш погляд, є імперативом столичної еколого-економічної політики на довгострокову перспективу.

Ключова роль держави полягає в тому, що вона повинна свідомо, використовуючи всю потужність політики, забезпечувати відновлення природних ресурсів загального користування. У сучасній Україні не існує єдиного підходу до природоохоронних заходів, оскільки більша їх частина реалізується на рівні органів місцевого самоврядування.

Місцеве самоврядування та екологічні служби можуть отримувати необхідні ресурси від підприємств, створювати спеціальні фонди, в тому числі страхові. Необхідна повноцінна та постійно діюча система моніторингу, яка буде діяти не вибірково, а повно враховуючи обсяг, наприклад, викидів шкідливих речовин та споживання ресурсів загального користування.

Платником екологічних коштів має бути кожний, оскільки всі ми, отримуючи прибуток від підприємницької діяльності, або за власними побутовими потребами впливаємо на довкілля, різною мірою користуючись благами, на які витрачені природні ресурси та у відтворенні яких виникли шкідливі речовини.

### **Література:**

1. Карлін М.І., Борисюк О.В., Стацук О.В. Роль структурних елементів «зелених фінансів» у фінансових системах зарубіжних країн: досвід для України. Економіка і фінанси. 2017. Випуск № 8. С. 41-53.

2. Бобылев С.Н., Захаров В.М. Экосистемные услуги и экономика. М.: Институт устойчивого развития, ЦЭПР, 2009. 72 с.

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО СВІТОВОГО РИТЕЙЛЮ**

*Смольнякова Н.М., к.е.н, професор,*

*Волосов А.М., старший викладач*

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Важливою рисою сучасності виступають процеси глобалізації, притаманні всім сферам життєдіяльності. Спочатку зміст терміну «глобалізація» характеризувався як феномен злиття ринків окремих товарів і

послуг, що виробляються крупними транснаціональними корпораціями. З розвитком і зміною соціально-економічної та політичної парадигми розвитку світового устрою глобалізацію розглядають як характеристику прояву процесів, що полягають у формуванні єдиного світового ринку товарів, послуг і капіталу та єдиного інформаційного простору. На початкових етапах глобалізації економіки процеси інтеграції, консолідації та інтернаціоналізації на основі мережевих технологій управління капіталом виникли у промисловій та банківській сферах діяльності. Торгівля як галузь економіки та форма обігу товарів відносно тривалий період залишалась досить консервативною як по відношенню до сфери споживання, так і по відношенню до сфери виробництва, що певною мірою стримувало масовий прояв глобалізаційних трендів економіки в сфері обігу. Так, наприкінці 90-х років 20 століття серед 100 найбільших компаній України не було ні однієї торговельної, а США – усього 3. однак зараз торгівля трансформується в галузь, де найбільшою мірою проявляється вплив глобалізаційних і пов'язаних з ними інноваційних процесів.

Глобалізаційні процеси охоплюють усі аспекти стану та розвитку торговельної галузі, але найбільший вплив здійснюють на роздрібну торгівлю. Основними ініціаторами та результатом розвитку ритейлу в умовах глобалізації є торговельні мережі, що визначають стан торгівлі як галузі у більшості країн. Глобалізація роздрібною торгівлі передусім проявляється зростанням масштабності бізнесу, укрупненням підприємств, розмиванням територіальних мереж ведення бізнесу, поєднанням функцій роздрібних та оптових операторів, транснаціоналізацією діяльності на основі використання мережевих технологій, що відповідає механізму становлення нової світової економіки. З метою розширення бізнесу, підвищення ефективності та отримання економії від масштабу більшість роздрібних торговельних мереж виходить на зарубіжні ринки та поступово перетворюється на великі транснаціональні роздрібні корпорації, які можна співставити за обсягом діяльності з найбільшими транснаціональними виробничими корпораціями.

Тенденції світового експорту свідчать, що міжнародні поставки все більше мають характер внутрішньо фірмової торгівлі між різними підрозділами транснаціональних корпорацій в різних країнах, а їх діяльність поступово трансформує світове господарство на єдиний ринок товарів, послуг, капіталу та знань. В результаті діяльність провідних ритейлерів суттєво впливає на формування світових і національних ринків, визначає рівень конкуренції на них, відрізняється широким географічним охопленням, високим ступенем алокації, мультиформатністю та багатоканальністю оперування. На ТОП-10 рейтингу найбільших компаній припадає майже 30% сукупних роздрібних продажів [1]. Найбільша кількість крупних роздрібних мереж припадає на США, але більша частка їх продажів – на внутрішньому ринку. Високу глобальну активність демонструють європейські компанії, які є найбільш інтернаціональними за масштабами діяльності. Так, майже 40% доходів 82 найбільших європейських торговельних мереж отримали за межами національних кордонів [1].

Розвитку глобального мережевого ритейлу на сучасному етапі притаманні: активізація та масовість розповсюдження торговельних мереж на світових ринках; глобальний характер консолідації торгового капіталу та зростання міжнародної конкуренції; прискорене зростання мережевого ритейлу на споживчих ринках, що розвиваються, у т.ч. й українському; зростання глобальних поставок на фоні розширення їх географії; підвищення значущості бренда фірми, а не країни походження товару; зниження конкурентоспроможності та посилення дискримінації товарів під власним брендом виробника на фоні збільшення private labels торговельної мережі; розміщення та відкриття виробництв товарів під private labels на ринках країн, що розвиваються; відмова в каналах розподілу від послуг оптових посередників і здійснення їх функцій торговельними мережами; здійснення мережами функцій маркетологів світового рівня, зростання впливу в сфері маркетингових послуг; поглиблення процесів диверсифікації світового ритейлу у взаємозв'язку з територіальною концентрацією глобального бізнесу та індустрією розваг; нарощування темпів міжнародної експансії торговельних мереж; розширення методів і стратегій інтернаціоналізації торгового капіталу під час захоплення ринків, що розвиваються з метою посилення свого впливу, у т.ч. з використанням технологій франчайзингу; ускладнення операційних бізнес-моделей транснаціональних роздрібних торговельних корпорацій; розвиток системи багатоканальних роздрібних продажів, у т.ч. форматів on-line та mobil-комерції; гнучкість поведінки глобальних операторів на ринках, що розвиваються, в частині взаємодії з місцевими операторами, розвиток інфраструктури з урахуванням попиту населення з низьким рівнем доходів, поєднання крупних форматів з малоформатними торговельними підприємствами.

Світовий процес глобалізації торгівлі, обумовлюючи якісні та структурні трансформації в торговельно-розподільчих відносинах, усе більший прояв має і у вітчизняній торгівлі, сприяє суттєвим змінам інфраструктури й інституціональних відносин між суб'єктами споживчого ринку.

#### **Література:**

1. Deloitte. Global Powers of Retailing 2018: Transformative change, reinvigorated commerce

### **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ЗМІШАНИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ**

*Чень Юнъяо, аспірант  
Запорізький національний університет*

В умовах активізації розвитку та поглиблення міжнародних економічних зв'язків транспортні послуги стають невід'ємною складовою світового ринку,