

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ В СЕГМЕНТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Дрозник Д.Д., гр. Е-48м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Круглова О.А.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Наслідки глобалізації економіки, постійно зростаючий рівень конкуренції, економічні та стратегічні перешкоди до самостійного зростання змушують компанії укрупнювати капітал з метою більш ефективного його використання. Аналізуючи результати економічної діяльності за останні роки, та покладаючись на достатньо тривалий західний досвід можна прогнозувати активізацію процесів українських та міжнародних процесів злиттів та поглинань. Злиття і поглинання (M&A) – сучасна світова тенденція консолідації активів і концентрації виробничої діяльності. Саме злиття і поглинання компаній сьогодні справедливо вважаються одним із найважливіших інструментів розвитку бізнесу в ринковій економіці.

В роздрібній торгівлі вже зараз самими крупними гравцями на ринку є компанії основані методом горизонтального злиття – торгові мережі. Основними гравцями ринку мережевого продовольчого ритейлу сьогодні є мережі "Фоззі", Metro, "Фуршет", "Велика Кишеня", "АТБ". У сегменті побутової техніки і електроніки найпомітнішими гравцями є "Фокстрот", Aventures, "Ельдорадо", "Євромережа". На ринку побутової хімії і парфюмерії активно працюють мережі "Космо", "ДЦ".

На фоні рецесії всієї економіки України більшість угод має місце в секторах з активами, які найбільше знецінилися – фінансовому, ритейлі та девелопменті. Як і інші галузі в ринкової економіці, роздрібна торгівля має тенденції до укрупнення та розширення. Злиття і поглинання надають підприємствам багато можливостей та переваг, які перевищують недоліки великих підприємств – зниження мобільності та повільну реакцію на зміни у ринкової ситуації.

Злиття в сфері роздрібної торгівлі несуть значні переваги. Основні з них, як і в інших сферах, є: синергійний ефект, укрупнення капіталу та вартості компанії, збереження або збільшення частки ринку, вплив на постачальників. Також значною перевагою у ритейлі може бути належність до «закупочного пулу». Торгові мережі які входять в склад великих вертикально – інтегрованих структур з фінансовими установами можуть отримувати кредити на спеціальних умовах.