

1.1. Концентрация в сфере дистрибуции товаров массового потребления

В 1950-е гг. в США и Европе дистрибуцией товаров массового потребления занимались в основном мелкие независимые фирмы. Сегодня в результате появления дистрибьюторов-новаторов, таких как Wal-Mart или Ikea, а также процессов слияний и поглощений этот бизнес все более сосредотачивается в руках гигантских корпораций, многие из которых являются международными. Сети гипер– и супермаркетов контролируют более 80 % розничной торговли продуктами питания. Другая существенная доля рынка пищевых продуктов принадлежит крупным франчайзинговым сетям общественного питания – McDonald's, KFC¹, Subway, Domino's Pizza. Подобная картина наблюдается во всех отраслях.

¹ В России представлена сеть «Ростикс-KFC». – Прим. ред.