

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ МЕРЕЖІ В УКРАЇНІ

О.В. Жегус, В.Л. Соболев

Розвиток роздрібноЇ продовольчої мережі в Україні характеризується негативними тенденціями зменшення кількості магазинів, у той же час торговельна площа продовольчої мережі збільшується. Характерною особливістю її є розвиток сучасних форматів магазинів, високими темпами розвиваються мережі супермаркетів та гіпермаркетів. Недостатнім залишається забезпеченість населення об'єктами торгівлі продовольчої мережі та торговельною площею.

Ключові слова: роздрібна, торгівля, продовольство, мережа, супермаркет, гіпермаркет, магазини.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СЕТИ В УКРАИНЕ

Е.В. Жегус, В.Л. Соболев

Развитие розничной продовольственной сети в Украине характеризуется негативными тенденциями уменьшения количества магазинов, в то же время торговая площадь продовольственной сети увеличивается. Характерной особенностью ее является развитие современных форматов магазинов, высокими темпами развиваются сети супермаркетов и гипермаркетов. Недостаточным остается обеспеченность населения объектами торговли продовольственной сети и торговой площадью.

Ключевые слова: розничная, торговля, продовольствие, сеть, супермаркет, гипермаркет, магазины.

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF RETAIL FOOD NETWORK IN UKRAINE

O. Zhegus, V. Sobolev

A trade infrastructure plays a significant role in providing of functioning of a consumer goods market. A retail trade network has a key role in a system of a trade infrastructure. In difficult social and economic conditions the problems of

support and enhancement of efficiency of the retail food network in Ukraine and determination of further priorities of its development have intensified. Aims of this article are research of retail trade of food, thorough analysis of an economic position of the retail food network on the basis of determination of its quantitative content and qualitative structure and, also, formation of priorities of further research on this basis.

The retail trade in Ukraine continues to be possibly the only industry of the economy that demonstrates stable development. According to the goods structure, during the last years the retail turnover has been encompassing a share that is equal to 40% of the consumer goods market. The author reveals that a quantity of companies, which engage in the retail trade of food in Ukraine, decreases. Such process is a negative tendency, since it results in diminishing of providing of population with these goods and complication of physical access to food. Generally, there is insufficient providing of population with both trade objects and a trade area.

Taking into consideration such condition, acceleration of further development of the retail food network on the basis of opening new food shops of different formats is marginally important. However, this process needs planning and taking into accounting priorities according to a social and economic situation in Ukraine.

Keywords: retail trade, food, network, supermarket, hypermarket, store.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Значну роль у забезпеченні функціонування ринку споживчих товарів відіграє торговельна інфраструктура, яка становить собою сукупність функціонально взаємопов'язаних суб'єктів – торговельних організацій, які через механізм відносин і взаємозв'язків забезпечують процес товарного обігу в товарно-грошовій формі й сприяють виконанню ринком своїх функцій. Роль торговельної інфраструктури зумовлена її особливостями, що полягають в організації безперервного товароруху та її обслуговуючому характері. Ключове значення в торговельній інфраструктурі належить роздрібній торговельній мережі, яка виконує складні функції, основні з яких – соціальна та економічна. Якщо реалізація соціальної функції полягає в забезпеченні фізичної доступності товарів для споживачів, вона досягається через наявність необхідної кількості торговельних об'єктів, то економічна забезпечує цінову доступність товарів і визначає рівень та структуру споживання.

У складних соціально-економічних умовах в Україні загострюється проблема забезпеченості та підвищення ефективності роздрібної продовольчої мережі, визначення подальших пріоритетів її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження актуальних проблем розвитку роздрібної торгівлі в Україні, функціонування роздрібної торговельної мережі здійснювали вітчизняні науковці, серед яких слід зазначити Михайленко О. М., Перович Д. М., Попову Л. О., Распопову В. А., Соболева В. О., Семе-

рунь Л. В., Тодерич Д. Б., Шостак Р. С. [2–4; 6; 7; 9; 10] та ін. У їх працях висвітлено роль торгівлі у розвитку економіки України та вирішенні соціально-економічних проблем населення, розкрито особливості формування та розвитку роздрібно-торговельної мережі в умовах ринкової економіки, проаналізовано стан та тенденції розвитку торговельних мереж в Україні. У той же час недостатньо дослідженим залишається сектор роздрібно-продовольчої торгівлі, роль якого в сучасних умовах усе більше зростає.

Метою статті є визначення особливостей розвитку роздрібно-продовольчої мережі й виявлення пріоритетів її подальшого розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Роздрібно-торгівлі в Україні залишається чи не єдиною галуззю економіки, яка демонструє стабільний розвиток, про що свідчить щорічне зростання роздрібного товарообігу підприємств після подолання наслідків фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр. Починаючи з 2010р., відбувається щорічний приріст роздрібного товарообігу (рис. 1), причому достатньо високими темпами, найвищими вони були у 2010–2011 рр. й становили 121,6 та 124,6%, відповідно. З уповільненням темпів економічного розвитку у 2012–2013 рр. знизилися й темпи розвитку роздрібно-торгівлі. У цілому за останні п'ять років роздрібний товарообіг підприємств зріс більш як на 150000 млн грн або на 75%.



Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообігу в Україні у 2008–2013 рр.

В останні роки відповідно до товарної структури на частку роздрібного товарообігу продовольчих товарів припадає близько 40%

(рис.2). Причому слід відзначити, що до початку фінансово-економічної кризи у 2007–2008 рр. вона становила 34–35%, а потім підвищилася до 40%, що неоднозначно характеризує тенденції в роздрібній торгівлі й вказує на загострення соціальних проблем у суспільстві, оскільки вважається, що зниження витрат на продовольство та частки товарообігу продовольчих товарів є позитивним індикатором соціально-економічного розвитку й підвищення рівня життя населення.

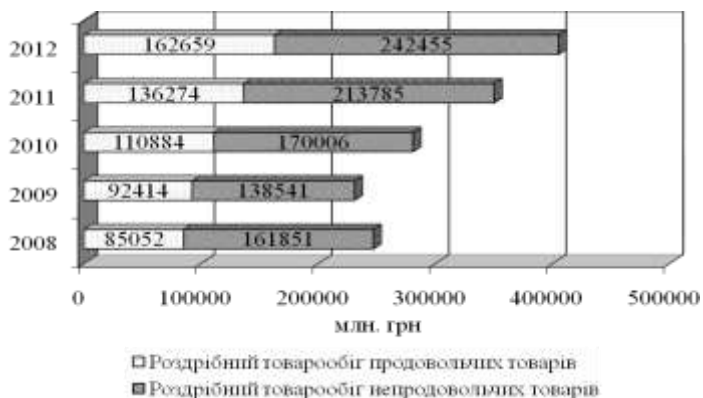


Рис. 2. Товарна структура роздрібногo товарообігу підприємств в Україні у 2008–2012 рр.

Розглянемо особливості розвитку роздрібногo продовольчогo мережі (табл.). За статистичними даними, в Україні в досліджуваному періоді спостерігається зменшення кількості підприємств роздрібногo торгівлі в цілому на 6,7%, підприємств роздрібногo торгівлі продовольчими товарами – майже на 15%, тобто зменшення кількості продовольчих магазинів відбувається більш швидкими темпами, ніж кількості магазинів у цілому. Незважаючи на зменшення кількості магазинів, має місце зростання торговельногo площі, у цілому по мережі вона зростає – близько на 15%, продовольчогo – на 13%. Така ситуація зумовлена розвитком сучасних форматів роздрібногo торгівлі, зокрема відкриттям підприємств роздрібногo торгівлі з великою площею – гіпермаркетів, торгово-розважальних центрів тощо. Проте зниження кількості об'єктів торгівлі, як в цілому, так і продовольчих магазинів, є негативною тенденцією, що характеризує особливості розвитку

роздрібної торговельної мережі, оскільки знижується забезпеченість населення ними й ускладнюється фізична доступність до товарів.

Таблиця

Показники розвитку роздрібної торговельної мережі

Рік	Роздрібна торговельна мережа в цілому		Роздрібна продовольча мережа			
	Кількість об'єктів роздрібно-ї торгівлі	Торговельна площа, м ²	Кількість об'єктів роздрібно-ї торгівлі	Темп зростання, %	Торговельна площа, м ²	Темп зростання, %
2008	50480	8089	26011	-	4145	-
2009	47651	8015	24639	94,7	4206	101,5
2010	48000	8431	24192	98,2	4261	101,3
2011	48383	9013	23667	97,8	4512	105,9
2012	47234	9294	22256	94,0	4676	103,6
Темп зростання 2012/2008, %	-	-	-	85,6	-	112,8

Протягом 2008–2012 рр. певні зміни відбулися й у структурі роздрібної продовольчої мережі (рис. 3). Спостерігається суттєве скорочення продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів, у цілому їх кількість зменшилася на 3844 об'єкти або майже на 17%. У той же час зі змінним, але успіхом розвивається спеціалізована торгівля, кількість спеціалізованих продовольчих магазинів у 2012 р. становила 3149, тобто вона збільшилася на 89 об'єктів або на 3% порівняно із 2008 р. За таких умов роль спеціалізованої торгівлі у роздрібній продовольчій мережі зросла, на її частку у 2012 р. припадало 16,5%, у той час, як у 2008 – лише 13,3.

Розвиток спеціалізованої роздрібно-ї торгівлі продовольчими товарами є позитивним чинником. Спеціалізовані продовольчі магазини пропонують споживачам більш широкий та глибокий

асортимент певної групи товарів, у них намагаються забезпечити більш високий рівень обслуговування, продавці в спеціалізованих

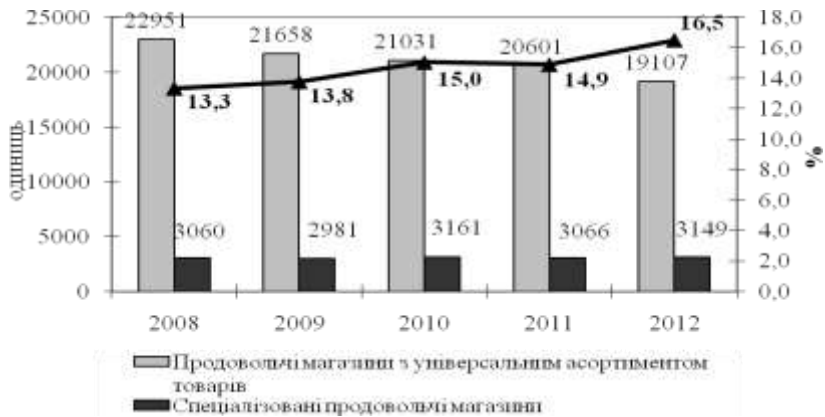


Рис. 3. Структура роздрібної продовольчої мережі за спеціалізацією

магазинах надають більше інформації щодо самого продукту та його виробника, мають можливість вивчати потреби та попит покупців на певну групу товарів, на основі чого задовольняти його краще та більшою мірою. Спеціалізовані магазини також отримують перевагу відносно організації торгово-технологічних процесів, оформлення вітрин та викладки товарів. Такі магазини також мають надійні та більш міцні зв'язки із постачальниками, вони намагаються працювати безпосередньо із виробниками товарів, що дозволяє їм мати переваги в ціновій та асортиментній політиці порівняно з універсальними продовольчими магазинами.

У продовольчому секторі найбільш розвинута спеціалізована мережа магазинів алкогольних та інших напоїв, у 2012 р. їх налічувалося 682, що становило 74%. На частку спеціалізованих магазинів з продажу хліба, хлібобулочних та кондитерських виробів припадає лише 4,6%, із продажу овочів та фруктів – 3%. Після трансформаційних процесів у сфері торгівлі в Україні дещо втрачені гарні традиції спеціалізованої торгівлі, яка була достатньо розвинута за радянських часів. У сучасних умовах спеціалізована торгівля продовольчими товарами має значний нереалізований потенціал розвитку.

Як було зазначено, в останні роки в Україні розвиваються різноманітні формати роздрібної торгівлі, у тому числі й у роздрібній продовольчій мережі. Протягом 2008–2012 рр. з 904 у 2008 р. до 1565 у

2012 р. зросла кількість продовольчих універсамів та супермаркетів, при цьому їх торговельна площа збільшилася на 26% й сягнула у 2012 р. 1475 тис. м² (рис.4). У той же час меншими темпами зростала кількість гіпермаркетів, їх у 2012 р. налічувалося 261 проти 169 у 2008 р., але торговельна площа їх збільшилася більш як на 52%.

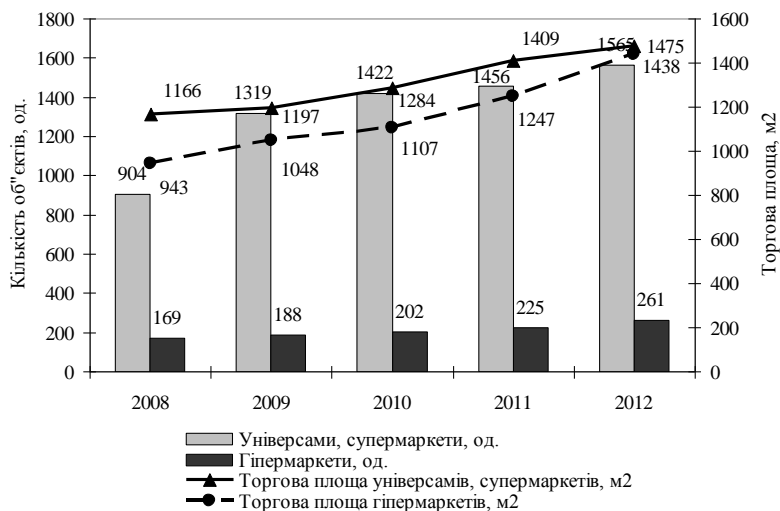


Рис. 4. Структура роздрібної продовольчої мережі за форматами

Статистичні дані та результати аналізу підтверджують тенденцію до збільшення торговельної площі в роздрібній продовольчій мережі, що зумовлено розвитком магазинів формату «гіпермаркет», торговельна площа яких у середньому становить від 7000 м², а в окремих найбільших представників даного формату сягає навіть 25000...30000 м², вони пропонують близько 25000 найменувань товару різних торгових марок, вітчизняного та імпортного виробництва, значний асортимент товарів під власною торговою маркою, надають широкий спектр додаткових послуг, постійно проводять чисельні акції. В Україні функціонує мережа продовольчих гіпермаркетів «FOZZY», яка представлена у м. Києві, Харкові, Одесі, Рівно, Симферополі, Дніпропетровську, Кременчуку; з нею конкурують мережі «Країна», «МЕТРО».

Високими темпами розвиваються мережі супермаркетів в Україні, серед яких слід виділити мережі «Фора», «Сільпо» (належать компанії «Fozzy Group»), «АТБ-Маркет», «Фуршет», «Велика Кишеня» («ВелМарт»), Союз («Союз», «Квартал»), «ПАККО»

(«Вopak», «ПАККО»), «Інтермаркет» («Арсен»), «Барвінок», «ЕКО-маркет», «Торговий світ», «Велика Ложка», «Наш Край», «Billa», «Амстор», «Srag», «Седам», «МегаМаркет» та інші.

Відповідно до Наказу Міністерства економіки України №409 від 02.09.2008 «Про затвердження Нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах та Порядку застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах» норматив забезпеченості населення торговельною площею у магазинах щоденного попиту на 2010 рік встановлено в розмірі 128 м² на 1000 населення, у 2015 – 169 м² на 1000 населення [4]. Виходячи з того, що у 2012 р. в Україні роздрібна продовольча мережа налічувала 22256 магазинів, торговельна площа яких складала, а кількість населення становила 45453 тис. осіб, то забезпеченість населення магазинами становила близько 49 магазинів на 1000 населення, а торговельною площею – 102,9 м² на 1000 населення що є дуже низьким показником і не відповідає нормативам навіть 2008 р., який був встановлений на рівні 122 м² на 1000 населення. За таких обставин укр. важливим є прискорення подальшого розвитку роздрібно-продовольчої мережі шляхом відкриття нових продовольчих магазинів різних форматів, але цей процес потребує планування та урахування пріоритетів відповідно до соціально-економічної ситуації в Україні.

У складних соціально-економічних умовах в Україні рівень життя значної частки населення є низьким та продовжує знижуватися: чисельність населення із середньодушовими еквівалентними загальними доходами в місяць, нижчими за прожитковий мінімум, у 2012 р. зросла до 4 млн. осіб з 3,4 млн. осіб – у 2011 р., тобто відбулося погіршення в соціальній сфері [2]. За таких умов розвиток роздрібно-продовольчої мережі в Україні має відбуватися відповідно до потреб різних соціальних верств населення, що зумовлює необхідність регулювання її структури за форматами.

На сьогодні через відсутність належного державного регулювання торговельної сфери на всіх рівнях, від державного до місцевого, роздрібна торговельна мережа в цілому, та роздрібна продовольча мережа, зокрема, розвиваються здебільшого стихійно та безсистемно. Це зумовлює необхідність прискорення процесів затвердження та запровадження в дію «Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2016 року», в якій серед стратегічних цілей та пріоритетів розвитку відзначено необхідність запровадження сучасних стандартів торговельного і побутового обслуговування, створення умов для розвитку організованих форм торгівлі; забезпечення доступності товарів для населення, підвищення конкурентоспроможності галузі, підтримка національних виробників

товарів [7]. Досягненню зазначених цілей сприятиме подальший розвиток роздрібної продовольчої мережі.

Висновки. Реальний стан та тенденції розвитку роздрібної торгівлі продовольчими товарами та роздрібної продовольчої мережі свідчать про гострі соціально-економічні проблеми у цій сфері торгівлі. Низьким та незадовільним є рівень забезпеченості населення об'єктами роздрібної торгівлі продовольчими товарами та торговельною площею. Здебільшого вони пов'язані із складними соціально-економічними умовами господарювання, недосконалою нормативно-правовою базою, недостатнім державним регулюванням торговельної сфери, відсутністю чітких цілей та пріоритетів розвитку роздрібної торговельної мережі.

Список джерел інформації/ References

1. Апопій В. В. Соціальна функція торгівлі / В. В. Апопій/ Економіка і прогнозування : науково-аналітичний журнал. – Київ : Національна академія наук України ; Київ : Інститут економічного прогнозування №4, 2007, С.93–103

Anopii, V.V. (2007), “*The social function of trade*”, *Economy and Prognostication: Scientific and Analytic Magazine* fu[“*Sotsialna nksitia torgivli*”, *Ekonomika i prognozuvannia*, *Kyiv*, pp. 93-103.

2. Жегус О.В. Взаємодія соціально-економічних чинників розвитку ринку продовольчих товарів та роздрібної торгівлі ними / *Materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Nauka i inowacja – 2013» Volume 2. Ekonomiczne nauki.: Przemysł. Nauka i studia – C. 38–39.*

Zhegus, O.V. (2013), “*Interaction of social and economic factors of development of the food market and the retail trade of food*”, *Science and Innovations – 2013* [“*Vzaemodiia socialno-ekonomichnykh chynnykiv rozvytku rynku prodovolchych tovariv ta rozdribnoi torgivli nymy*”, *Nauka i inovatsia*], *Nauka i studia*, *Przhemysl*, pp.38-39.

3. Михайленко О. М. Адаптація потенціалу торговельних систем до потреб регіонального ринку: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 [Електронний ресурс] / О. М. Михайленко; Чернігів. держ. технолог. ун-т. – Чернігів, 2010. – 20 с.

Mykhailenko, O.M. (2010), “*Adaptation of potential of trade systems to demands of regional development*”: Summary of PhD. thesis 08.00.05 [“*Adaptatsia potentsialu torgovelykh system do potreb regionalnogo rynku*”: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk 08.00.05], *Chernigiv. derzh. tekhnolog. un-t, Chernigiv*, 20 p.

4. Наказ Міністерства економіки України №409 від 02.09.2008 «Про затвердження Нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах та Порядку застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах» / [електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1017-08>>.

The Order of the Ministry of Economy of Ukraine № 409 of 02.09.2008 “*On confirmation of the Standards of providing population with a trade area at*

shops and the Procedure of the use of standards of providing population with a trade area at shops”, [Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy № 409 vid 02.09.2008 “Pro zatverdzhennia Normatyviv zabezpechenosti naselennia torgovelnou ploshcheiu u magazynakh ta Poriadku zastosuvannia normatyviv zabezpechenosti naselennia torgovelnou ploshcheiu u magazynakh], available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1017-08>.

5. Перович Д. М. Роль торгівлі у розвитку економіки України та вирішенні соціально-економічних проблем населення / [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nivif/2011_3/18.pdf>.

Perovych, D.M. “*The role of trade in development of the economy of Ukraine and solving social and economic problems of the population*” [“*Rol torgivli u rozvytku ekonomiky Ukrainy ta vyrishenni sotsialno-ekonomichnykh problem naselennia*”], available at: <http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nivif/2011_3/18.pdf>.

6. Попова Л.О., Жегус О.В. Пріоритети розвитку роздрібної торговельної мережі в умовах соціально-орієнтованої торгівлі / Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг / Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 75-річчю з дня народження ректора університету (1988-1991 рр.), доктора технічних наук, професора, члена-кореспондента ВАСГНІЛ Беляєва М. І. (19 листопада 2013 року); ХДУХТ. – Харків, 2013. – Ч.2. – С. 243-244.

Popova, L.O., Zhegus, O.V. (2013), “*Priorities of development of the retail trade network in conditions of the socially oriented trade*”, The progressive technique and technologies of food productions, the restaurant and hotel industry, and trade. The economic strategy and perspective of development of the industry of trade and services: Theses of the reports of International scientific and practical conference [“*Priorytety rozvytku rozdrubnoi torgovelnoi merezhi v umovakh sotsialno oriyentovanoi torgivli*”, Progresyvna tekhnika ta tekhnologii kharchovykh vyrobnytstv, restorannogo ta gotelnogo gospodarstv i torgivli. Ekonomichna strategii i perspektvyu rozvytku sfery torgivli ta poslug: Tezy dopovidei Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii], KhDUKhT, Kharkiv, p.p. 243-244.

7. Проект Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2016 року / [електронний ресурс]. – Режим доступу: <www.me.gov.ua/file/link/.../file/programa.doc>.

The project of the Programm of development of internal trade during the period up to 2016 [Projekt Programy rozvytku vnutrishnoi torgivli na period do 2016 roku], available at: <www.me.gov.ua/file/link/.../file/programa.doc>.

8. Распопова В. А. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 [Електронний ресурс] /; Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2011. – 20 с.

Raspopova, V.A. (2011), “*Retail trade networks: strategies of development*”: Summary of PhD. thesis 08.00.04 [“*Rozdrubni torgovelni merezhi: strategii rozvytku*”: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk 08.00.04], Donets. nats. un-t ekonomiky i torgivli im. M. Tugan-Baranovskogo, Donetsk, 20 p

9. Соболев В.О. Формування та розвиток роздрібної торговельної мережі в умовах ринкової економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / В.О. Соболев; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 19 с.

Sobolev, V.O. (2005), "*Formation and development of the retail trade network in conditions of the market economy*": Summary of PhD. thesis 08.06.01 [*"Formuvannia ta rozvytok rozdrubnoi torgovelnoi merezhi v umovakh rynkovoї ekonomiky"*]: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk 08.06.01], Donets. nats. un-t ekonomiky i torzivli im. M. Tugan-Baranovskogo, Donetsk, 19 p.

10. Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств в Україні / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2010/tz/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm>.

The trade structure of the retail turnover of enterprises in Ukraine [Tovarna struktura rozdrubnogo tovarooborotu pidpryemstv v Ukraini], available at: <http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2010/tz/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm>.

11. Тодерич Д. Б. Сучасні тенденції розвитку роздрібної торгівлі / Д. Б. Тодерич, Л. В. Семерунь / [електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32845>>.

Toderych, D.B., Semerun, L.V. *The modern tendencies of development of the retail trade* [Suchasni tendentsii rozvytku rozdrubnoi torzivli], available at: <<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32845>>.

12. Шостак Р. С. Оцінка сучасного стану та тенденції розвитку торговельних мереж в Україні / [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2011_56_2/statti/16.pdf>.

Shostak, R.S. *Evaluation of the modern position and tendencies of development of the trade networks in Ukraine* [Otsinka suchasnogo stanu ta tendentsii rozvytku torgovelynykh merezh v Ukraini], available at: <http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2011_56_2/statti/16.pdf>.

Жегус Олена Валентинівна, канд. екон. наук, доц., кафедра маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057) 349-45-68, 0995634920; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

Жегус Елена Валентиновна, канд. экон. наук, доц., кафедра маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057) 349-45-68, 0995634920; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

Zhegus Olena Valentinovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing and Business, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkov, Ukraine, 61051. Tel. (057) 349-45-68, 0995634920; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

Соболев Володимир Львович, асп., кафедра маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків,

Україна, 61051. Тел.: (057) 349-45-68, 0938960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

Соболев Владимир Львович асп., кафедра маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057) 349-45-68, 0938960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

Sobolev Vladimir, Graduate student, Department of Marketing and Business, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkov, Ukraine, 61051. Tel. (057) 349-45-68, 0938960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук Т.В. Шталь.
Отримано 15.03.2014. ХДУХТ, Харків.*