

Забродская Анна Ивановна, канд. екон. наук, доц., кафедра внешнеэкономической деятельности и туризма, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-43-14; e-mail: anya2043@gmail.com.

Zabrodska Hanna, PhD. Sc. Associate Professor, Department of Foreign Trade and Tourism, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-43-14, e-mail: anya2043@gmail.com.

Безгінова Любов Іванівна, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджмента організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: bezginova_l@ukr.net.

Безгинова Любовь Ивановна, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджмента организаций, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: bezginova_l@ukr.net.

Bezhinova Lubov, PhD, Sc. Associate Professor, Department of Management Organizations, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-27; e-mail: bezginova_l@ukr.net.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. М.В. Чорною.

Отримано 30.09.2017. ХДУХТ, Харків.

DOI: 10.5281/zenodo.1109399

УДК 65.011

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

М.В. Чорна, Т.Б. Кушнір, О.В. Михайлова, Н.О. Гайдар

Обґрунтовано застосування методичного підходу для оцінки ефективності діяльності суб'єктів торговельної інфраструктури споживчого ринку.

Здійснено оцінку ефективності підприємницької діяльності на прикладі підприємства оптової торгівлі, визначені напрями, розроблено конкретні заходи щодо її забезпечення та встановлено послідовність впровадження цих заходів.

© Чорна М.В., Кушнір Т.Б., Михайлова О.В., Гайдар Н.О., 2017

Представлені результати оцінки ефективності діяльності підприємства оптової торгівлі із застосуванням методу оцінки «багатофакторна ефективність».

***Ключові слова:** методика, оцінка, ефективність підприємницької діяльності, «багатофакторна ефективність».*

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

М.В. Черная, Т.Б. Кушнир, Е.В. Михайлова, Н.А. Гайдар

Обосновано применение методического подхода для оценки эффективности деятельности субъектов торговой инфраструктуры потребительского рынка.

Проведена оценка эффективности предпринимательской деятельности на примере предприятия оптовой торговли, определены направления, разработаны конкретные мероприятия по ее обеспечению и установлена последовательность внедрения этих мероприятий.

Представлены результаты оценки эффективности деятельности предприятия оптовой торговли с применением метода оценки «многофакторная эффективность».

***Ключевые слова:** методика, оценка, эффективность предпринимательской деятельности, «многофакторная эффективность».*

METHODOICAL APPROACH TO THE ESTIMATION OF THE EFFICIENCY OF THE RETAIL INFRASTRUCTURE ENTITIES' ACTIVITY AT THE CONSUMER MARKET

M. Chorna, T. Kushnir, O. Mikhailova, N. Haidar

Evaluation methodology of the effectiveness of the consumers' market trade infrastructure entities activity is considered in this article. On the methodological level, the groups of the most important characteristics for the business entities in this sphere (suppliers, retail trade enterprises, own potential) are distinguished.

As the result of practical approbation of the developed model and performed analysis, the criteria of the suppliers' selection were singled out. Using the results of the rating factors analysis, the following conclusion was made: the determinative factor for the wholesale enterprises is a price.

The effectiveness of the enterprises' activity using as an example the wholesale enterprise and basing on the achieved average assessments concerning the effectiveness of the interaction of the wholesale enterprises with business entities is determined.

Application of the methodological approach to the evaluation of the wholesale trade business entities' activity, providing the realization of the following

consequent stages: making of informational base to calculate indices according to the determined directions; comparison of the indices' values according to the determined directions of the separate wholesale trade enterprises with average level; determination of the directions as per provision/growth of the effectiveness of the wholesale enterprise activity; development of means of provision/growth of the effectiveness of the wholesale enterprise activity was suggested. This methodical approach allows to evaluate effectiveness of the wholesale enterprises' activity, determine directions and develop specific means of provision/growth of the effectiveness of the wholesale enterprises' activity.

The application of the evaluation method "Polygon of Effectiveness" to make a visible performance of the results according to the efficiency of activities was suggested. Creation of the "polygon of effectiveness" is as following: selection of indices of the wholesale enterprises' activity; determination of the numerical value of these indices; division of circle with the evaluating scales into equal sectors as per quantity of indices; graduation of the radial lines scales; marking on every axis considering dots' scale that corresponds to the relative meanings of specific indices; building of the polygon of effectiveness is made for one enterprise by means of combination of the corresponding dots and gives an opportunity to compare it visually with its average level on the market.

Advantage of the presented approach to evaluation of the effectiveness of enterprises' activity is ability to use it for any entities of consumers' market infrastructure under conditions of adjustment of the criteria of suppliers and effectiveness indices selection.

***Keywords:** methodology, evaluation, effectiveness of the entities' activity, "polygon of effectiveness".*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Торговельна сфера діяльності є невід'ємною частиною економіки будь-якої країни, і від її розвитку залежить життєва стійкість усіх інших складових економічної системи – виробничої, розподільчої, соціально-політичної. У розвинутій ринковій економіці має бути і розвинена торговельна інфраструктура, основу якої складають різні типи підприємств і організацій, що разом забезпечують процес натурального й грошового обміну та створюють конкурентні умови взаємодії на споживчому ринку.

У науковій практиці прийнято розглядати складні багатоаспектні економічні системи з позицій їх внутрішнього устрою та організації процесу взаємодій. Склад і устрій торговельної сфери економіки визначається в категоріях структурної побудови (кількість підприємств, типологія різновидів, відмінності, роль у економічному процесі та ін.), а взаємодії – це «правила гри», функціональна специфіка, конкурентні умови, порядок розрахунків, оцінка результативності діяльності.

Наше дослідження має цільову орієнтацію на внутрішні проблеми розвитку профільних суб'єктів торговельної інфраструктури

споживчого ринку в умовах загострення конкуренції, які на сьогодні працюють у щільному взаємозв'язку з організаціями і підприємствами допоміжного обслуговування на певній території (логістичні центри, складське господарство, регіональні інформаційні системи, транспортні мережі, сфера кредитно-банківських операцій, сектор наукової підтримки торгівлі), і за їх практичної єдності та взаємозалежності мають значні відмінності в устрої, веденні бізнесу, управлінні розвитком. Тому постає проблема оцінювання ефективності діяльності підприємницької діяльності з урахуванням різного набору факторів впливу та різної сили дії цих факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Реальна практика діяльності та розвитку торговельних підприємств останнім часом накопичила достатньо вагомих і цінний інформаційний матеріал з оцінки ефективності їх роботи [1–8], але в методичному забезпеченні аналізу цього матеріалу є певні недоліки, що й потребує пошуку нових підходів у цьому аспекті. Особливу ланку торговельної інфраструктури складають підприємства (фірми) оптової торгівлі, на розвиток яких головний вплив чинять такі фактори, як ємність і динаміка «роздрібу».

Наявність сотень і тисяч підприємств, що працюють на споживчому ринку в рамках певної просторової концентрації (наприклад, масштабу міста чи обласного регіону), зумовлює доцільність застосування в методичному плані для оцінки ефективності/успішності окремих торговельних підприємств або їх угруповань рейтинговий метод.

Мета статті – обґрунтування доцільності застосування авторського методичного підходу для оцінки ефективності діяльності суб'єктів торговельної інфраструктури споживчого ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із суб'єктів торговельної інфраструктури споживчого ринку є підприємства оптової торгівлі, на основі яких розглянуто та апробовано авторську методику. Із метою формування моделі подальшого розвитку оптового підприємства для рейтингового оцінювання на методичному рівні важливо виокремити такі групи найважливіших характеристик для суб'єктів господарювання цієї сфери діяльності:

- постачальники (*П*);
- підприємства роздрібно́ї торгівлі (*РТ*);
- власний потенціал (*В*).

З урахуванням виділених складових ефективності підприємства оптової торгівлі та коефіцієнтів: розвитку інфраструктури в регіоні –

просторовий коефіцієнт (Ki) і потенціалу споживчого ринку (Kc), загальний функціонал оцінки його рівня (рейтингу) (Pc) можна подати таким чином:

$$Pc = \{B, PT, П\} Ki, Kc.$$

У концептуальному плані наведений функціонал характеризує ефективність (успішність) торговельного підприємства, яка визначається не лише його внутрішнім потенціалом, але й системою зовнішніх зв'язків і відносин (із постачальниками, контактами та характером (у т.ч. потенціалом) суб'єктів споживчого ринку, регіональними (просторовими) пріоритетами). Власний потенціал (B) в оцінках має враховуватися не в жорсткій формі чіткої оцінки, а в допустимих межах (min-max), виходячи з того, що підприємство може активно змінювати свою структуру, кадровий склад, асортимент товарів тощо. Отже, він є змінною величиною та залежить від інноваційної політики оперативних управлінських рішень. Суб'єкти роздрібної торгівлі (PT) разом мають стати для оптового торговельного підприємства об'єктом постійного маркетингового дослідження, поповнюючи банк даних щодо ситуації на ринку.

Із метою доведення практичної дієвості розробленої моделі здійснено її апробацію. У результаті проведеного аналізу виділено критерії відбору постачальників (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг критеріїв вибору постачальників

Критерії вибору постачальників	Рейтинг факторів
Ціна	1
Якість	2
Знижки	3
Асортимент	4
Місце знаходження постачальника	5
Форма розрахунків	6
Розмір партії	7

Аналіз рейтингу факторів свідчить, що визначальною для підприємств оптової торгівлі на сьогодні є ціна. Виходячи з одержаних середніх оцінок щодо ефективності взаємодії підприємств оптової торгівлі із суб'єктами бізнес-середовища визначимо ефективність підприємницької діяльності оптового підприємства. Для цього запропоновано використання такого методичного підходу, який передбачає послідовну реалізацію визначених етапів (рис. 1).

Цей методичний підхід дозволяє не лише оцінити ефективність підприємницької діяльності оптового підприємства, а й визначити напрями та розробити конкретні заходи щодо забезпечення/підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємства оптової торгівлі.

На першому етапі здійснюється формування інформаційної бази для розрахунків показників за визначеними напрямами. Зауважимо, що напрями визначено за результатами попереднього дослідження щодо оцінки діяльності оптових фірм підприємствами оптової та роздрібною торгівлі. Відповідно до цих напрямів визначено показники ефективності підприємницької діяльності, а саме: виконання зобов'язань за ціною, ритмічність і рівномірність постачань, відповідність комплектації замовленню, кількість одиниць простроченого товару на 100 одиниць товару, рівень обслуговування, фальсифікація супровідної документації на товари, надання товарного кредиту.

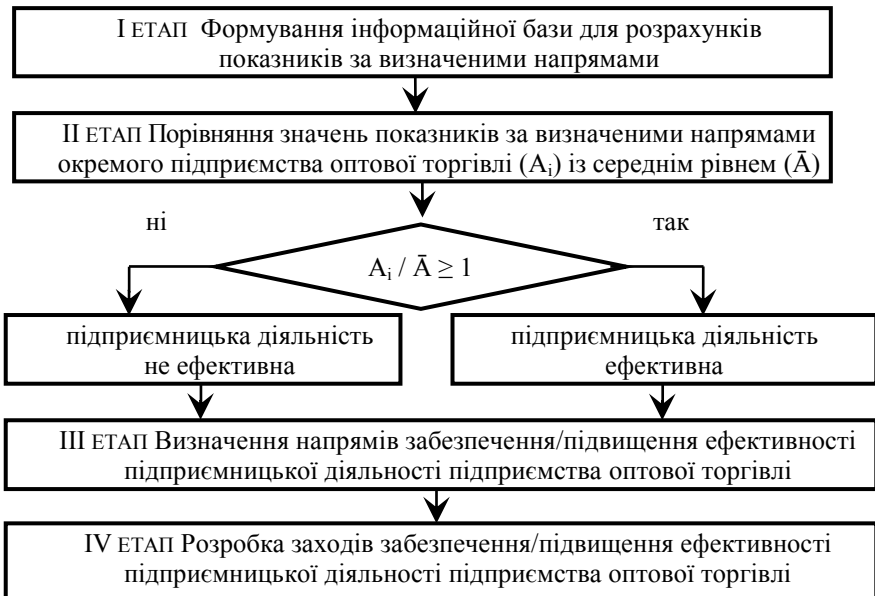


Рис. 1. Методичний підхід до оцінки ефективності підприємницької діяльності суб'єктів оптової торгівлі

На другому етапі проводиться порівняння значень показників за визначеними напрямами окремого підприємства оптової торгівлі (A_i)

із середнім рівнем по групі (\bar{A}). При цьому порівнюються всі показники послідовно, та виходячи з результату порівняння, на третьому етапі визначаються конкретні напрями забезпечення або підвищення ефективності діяльності підприємства оптової торгівлі, а на четвертому, виходячи з пріоритетності та специфіки напрямів, розробляються відповідні заходи.

Запропоновану методику застосовано для оцінки ефективності діяльності оптового підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка ефективності діяльності оптового підприємства

Показники ефективності діяльності	Середнє значення за 10 бальною шкалою	Абсолютне значення, бали	Відносне значення до		№ з/п фактора
			середнього	максимального	
Виконання зобов'язань за ціною	8,6	9,5	1,105	0,95	1
Ритмічність і рівномірність постачань	7,8	8,6	1,103	0,86	2
Відповідність комплектації замовленню	8,5	9,8	1,153	0,98	3
Кількість одиниць простроченого товару на 100 одиниць товару*	4,2	1,9	2,211	0,16	4
Рівень обслуговування	3,5	7,2	2,057	0,72	5
Фальсифікація супровідної документації на товари**	1,5	0	–	–	–
Надання товарного кредиту, % від загальної кількості обстежених підприємств/вимог	2,5	10,0	4,0	1,0	6

* Розрахунки відносного значення за оберненим показником.

** Розрахунки відносного значення проводяться, якщо показник не дорівнює 0.

За допомогою вибраного інструментарію здійсимо оцінку ефективності діяльності оптового підприємства. Процес формування «багатокутника ефективності» аналогічний традиційному процесу формування «багатокутника конкурентоспроможності» [9–10], проте потребує уточнення відповідно до специфіки ефективності діяльності оптового підприємства.

Створення «багатокутника ефективності» відбувається за такими етапами:

- відбір показників ефективності діяльності оптового підприємства. Відповідно до запропонованого методичного підходу це виконання зобов'язань за ціною, ритмічність і рівномірність постачань, відповідність комплектації замовленню, кількість одиниць простроченого товару на 100 одиниць товару, рівень обслуговування, фальсифікація супровідної документації на товари, надання товарного кредиту;
- визначення числового значення цих показників. Усі показники визначають/переводяться за 10-бальною шкалою;
- розбиття кола за допомогою оцінювальних шкал на рівні сектори за кількістю показників;
- градуювання шкал радіальних прямих таким чином, щоб значення всіх показників збільшувалися в міру віддалення від центра кола та при цьому не виходили за його межі;
- позначення на кожній осі з урахуванням масштабу точок, які відповідають відносним значенням конкретних показників;
- побудова багатокутника ефективності здійснюється для одного підприємства шляхом поєднання відповідних точок та дає можливість наочного порівняння із середнім його рівнем на ринку (рис. 3).

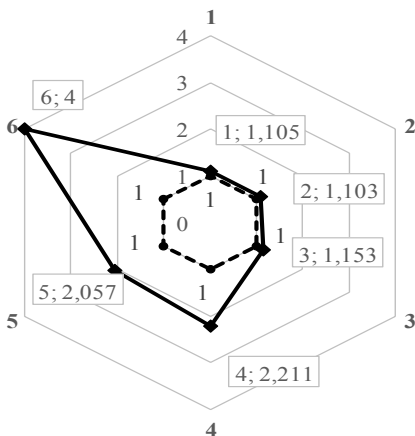


Рис. 2. «Багатокутник ефективності» діяльності оптового підприємства (за середніми показниками)

Аналізуючи «багатокутник ефективності» діяльності оптового підприємства, яке досліджували, можна зробити висновок, що його діяльність є ефективною, тобто усі показники перевищують середній рівень на ринку. Проте середній рівень на ринку, який склався на конкретний період, не завжди об'єктивно свідчить про ефективність діяльності суб'єктів господарювання. Тому доцільно провести також порівняння показників цього підприємства з максимально можливими (табл. 1, рис. 3). За результатами цього дослідження чітко бачимо, що рівень ефективності за всіма напрямками нижчий за максимально можливий.

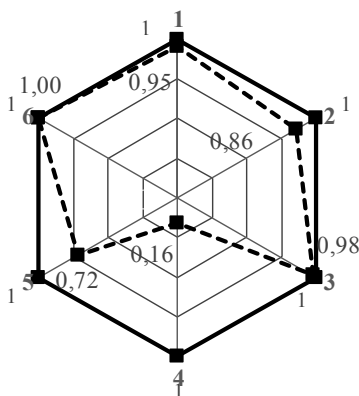


Рис. 3. «Багатокутник ефективності» діяльності
(за максимальними показниками)

Тому необхідно розробити відповідні заходи за всіма напрямками діяльності. Проте пріоритетність має відповідати отриманим результатам дослідження (табл. 3).

Висновки. Таким чином, застосування запропонованого методичного підходу до оцінки ефективності діяльності оптового підприємства дозволяє її здійснити; визначити напрями діяльності, за якими необхідно провести певні заходи; установити послідовність упровадження цих заходів відповідно до результатів оцінки. Перевагою запропонованого підходу є можливість його застосування для будь-яких суб'єктів торговельної інфраструктури споживчого ринку за умови корегування критеріїв вибору постачальників і показників ефективності.

Таблиця 3

Пріоритетність упровадження заходів підвищення ефективності діяльності оптового підприємства, яке досліджували

Напрями підприємницької діяльності	Заходи підвищення ефективності
Виконання зобов'язань за ціною	4
Ритмічність і рівномірність постачань	3
Відповідність комплектації замовленню	5
Висока якість (кількість одиниць простроченого товару)	1
Рівень обслуговування	2

Перспективами наступних досліджень є обґрунтування стратегічних напрямів розвитку суб'єктів торговельної інфраструктури на основі розробленого методичного інструментарію.

Список джерел інформації / References

1. Апопій В. В. Соціально-економічна ефективність торгівлі: теоретико-методологічні аспекти / В. В. Апопій, І. А. Лопашук // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Львівська комерційна академія, 2009. – Вип. 31. – С. 3-9.

Apopiy, V., Lopashchuk, I. (2009), "Socio-economic efficiency of trade: theoretical and methodological aspects" ["Sotsial'no-ekonomichna efektyvnist' torhivli: teoretyko-metodolohichni aspekty"], *Visnyk L'viv's'koyi komertsyynoyi akademiyi*, No. 31. pp. 3-9.

2. Армстронг М. Performance Management. Управление эффективностью работы [пер. англ.] / М. Армстронг, А. Бэрн. – М. : Hippo Publishing, 2007. – 384 с.

Armstrong, M., Baron, A. (2007), *Performance Management [Upravlenye effektivnost'yu rabot]*, Hippo Publishing, Moscow, 384 p.

3. Бедринець М. Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання / М. Д. Бедринець // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 183-190.

Bedrynets', M. (2013), "Efficiency of activity of subjects of entrepreneurship in modern economic conditions" [Efektyvnist' diyal'nosti sub'yektiv pidpryemnytstva v suchasnykh umovakh hospodaryuvannya], *Biznes Inform*, No. 4, pp. 183-190.

4. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко, Н. М. Гуляєва ; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : КНТЕУ, 2006. – 194 с.

Mazaraky, A., Blank, I., Lihonenko, L., Hulyayeva, N. (2006), *Domestic Trade in Ukraine: Economic Conditions for Effective Development: Monograph [Vnutrishnya torhivlya v Ukraini : ekonomichni umovy efektyvnoho rozvytku : monohrafiya]*, KNTEU, Kiev, 194 p.

5. Друкер П. Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Ф. Друкер ; [пер. с англ.]. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 284 с.

Druck, P. (2003), *Effective management. Economic problems and optimal solutions* [Effektivnoye upravleniye. Ekonomicheskiye zadachi i optimal'nyye resheniya], FAIR-PRESS, Moscow, 284 p.

6. Левченко Ю. Г. Методичні підходи до визначення ефективності господарської діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Ю. Г. Левченко. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2022/1/APPROACHES%20TO%20THE%20DEFINITION.pdf>.

Levchenko, Yu. "Methodical approaches to the definition of the economic activity of the enterprise" ["Metodychni pidkhody do vyznachennya efektyvnosti hospodars'koyi diyal'nosti pidpryyemstva"], available at : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2022/1/APPROACHES%20TO%20THE%20DEFINITION.pdf>.

7. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса / Маршал В. Мейер ; пер. с англ. А. О. Корсунский . – М. : Вершина, 2004. – 272 с.

Meyer, M. (2004), *Business Efficiency Assessment* [Otsenka effektivnosti biznesa], Verzhina, Moscow, 272 p.

8. Сухарева К. В. Оцінка ефективності діяльності підприємства: теоретико-методологічний підхід / К. В. Сухарева, А. А. Колодьянова // Економічний форум. – 2016. – № 1. – С. 244–243.

Sukhareva, K., Kolod'yanova, A. (2016), "Otsinka efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva: teoretyko-metodolohichnyy pidkhid" ["Otsinka efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva: teoretyko-metodolohichnyy pidkhid"], *Ekonomichnyy forum*, No. 1. pp. 244-243.

9. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

Chorna, M. (2010), *Retail Competitiveness Management: Theoretical and Methodological Foundations and Practical Toolkit: Monograph* [Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv rozdribnoyi torhivli: teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychnyy instrumentariy : monohrafiya], KHDUHT, Kharkiv, 426 p.

10. Porter M.E., Kramer M.R. (2011), Creating Shared Value, *Harvard Business Review*, – No. 1-2 (Jan.-Feb.), pp. 62-77.

Чорна Марина Віталіївна, д-р екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-58; 0661463292; e-mail: mv.100810@gmail.com

Черная Марина Витальевна, д-р экон. наук, проф., кафедра економіки підприємства харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-58; 0661463292; e-mail: mv.100810@gmail.com.

Chorna Maryna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Economics of Food Technology and Trade Enterprises, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-58; 0661463292; e-mail: mv.100810@gmail.com.

Кушнір Таміла Борисівна, канд. екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-58; 0679793912; e-mail: kushnirtamila@gmail.com.

Кушнір Таміла Борисовна, канд. екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-58, 0679793912; e-mail: kushnirtamila@gmail.com.

Kushnir Tamila, Ph.D., Sc. Professor, Head of Department of Economics of Food Technology and Trade Enterprises, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-58; 0679793912; e-mail: kushnirtamila@gmail.com.

Михайлова Олена Валентинівна, канд. екон. наук, кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 0502803582; e-mail: emi030865@gmail.com.

Михайлова Елена Валентиновна, канд. екон. наук, кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, Харьков, Украина, 61051. Тел.: 0502803582; e-mail: emi030865@gmail.com.

Mykhailova Olena, candidate of economic sciences, Department of economics of catering and trade enterprises of Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 0502803582; e-mail: emi030865@gmail.com.

Гайдар Наталія Олександрівна, канд. екон. наук, мол. наук. співроб., науково-дослідний сектор, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 0971651291; e-mail: gaidar3131@gmail.com.

Гайдар Наталия Александровна, канд. екон. наук, млад. науч. сотр., научно-исследовательский сектор, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, Харьков, Украина, 61051. Тел.: 0971651291; e-mail: gaidar3131@gmail.com.

Haidar Nataliia, candidate of economic sciences, junior research fellow of the research sector, Kharkiv State University of food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 0971651291; e-mail: gaidar3131@gmail.com.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Л.М. Яцуном.

Отримано 30.09.2017. ХДУХТ, Харків.

DOI: 10.5281/zenodo.1109665