

Chorna Marina, Doctor of Economy Sciences, Professor, Department of Economy of Catering and Trade Enterprises named after I.G. Berezhny, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska st., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel. (057)349-45-53; e-mail: mv.100810@gmail.com.

Петленко Ксенія Юрїївна, технік III кат., економічний факультет, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 0966219531; e-mail: kseniyapetlenko@gmail.com.

Петленко Ксенія Юрьевна, техник III кат., экономический факультет, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 0966219531; e-mail: kseniyapetlenko@gmail.com.

Petlenko Kseniya, technician III categories, Faculty of Economics, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska st., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 0966219531; e-mail: kseniyapetlenko@gmail.com.

DOI: 10.5281/zenodo.3257350

УДК 339.13:339.137.2

СИСТЕМА МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Н.М. Смольнякова, О.В. Михайлова, А.М. Волосов, С.М. Шинкар

Досліджено існуючий методичний інструментарій оцінки впливу чинників зовнішнього середовища на окремі аспекти діяльності підприємства. Виокремлено фундаментальні та прикладні методи оцінки впливу зовнішнього середовища на процеси формування, реалізації та розвитку конкурентних переваг підприємств роздрібної торгівлі. Надано характеристику обох груп методів оцінки зовнішнього середовища: їх цілей і сфер застосування, переваг, обмежень і недоліків.

Ключові слова: конкурентні переваги, зовнішнє середовище, роздрібна торгівля, фактор, оцінка, методичний інструментарій.

СИСТЕМА МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Н.Н. Смольнякова, Е.В. Михайлова, А.М. Волосов, С.Н. Шинкарь

Исследован существующий методический инструментарий оценки влияния факторов внешней среды на отдельные аспекты деятельности предприятия. Выделены фундаментальные и прикладные методы оценки влияния внешней среды на процессы формирования, реализации и развития конкурентных преимуществ предприятий розничной торговли. Охарактеризованы обе группы методов оценки внешней среды: их цели и сферы применения, преимущества, ограничения и недостатки.

***Ключевые слова:** конкурентные преимущества, внешняя среда, розничная торговля, фактор, оценка, методический инструментарий.*

SYSTEM OF METHODS OF EVALUATING THE IMPACT OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF TRADE ENTERPRISES

N. Smolnyakova, O. Mykhailova, A. Volosov, S. Shynkar

The necessity of studying conditions and factors of the external environment of retail enterprises for making effective business decisions on the formation, implementation and development of competitive advantages is substantiated. The circumstances which increase attention to the manifestation of the external factors were considered. It is noted that confirmation of the presence of competitive advantages is carried out only in a market environment. The attention is focused on the uncontrollability of external factors on the part of enterprises. The increasing influence of globalization and integration processes on the formation, implementation and development of competitive advantages due to entering the market of foreign companies is characterized.

The existing methodological approaches to assessing the influence of the external environment are analyzed. Fundamental and applied methods for assessing the influence of the environment are highlighted. Fundamental evaluation methods are characterized. They emphasize their universal nature, the possibility of application in any economic sphere and management, flexibility with regard to the analyzed elements.

The following methods are considered: SWOT analysis, PEST analysis, STER analysis, TEMPLES analysis, A. Mescon "5 × 5", I. Ansoff, ETOM analysis, five forces of M. Porter, J. Wilson.

The characteristic of the tasks to be solved, the advantages and disadvantages of each method are given. Their limitations are noted: subjective nature, the use of qualitative assessment, the lack of focus towards industry specifics.

The applied methods for assessing the influence of environmental factors on the formation, implementation and development of the competitive advantages of retail enterprises are characterized. Their focus on enterprises of a particular industry or a particular aspect of their activities is noted. Positive use of the complex of formalized methodological tools for assessing the influence of the environment through economic, statistical and economic-mathematical methods is emphasized. An increase in the objectivity of the evaluation results when using applied methods is noted.

Attention is focused on the lack of development regarding the assessment of the influence of the external environment on competitive advantages at various stages of their life cycle.

The conclusions about the necessity to develop adequate methodological tools for assessing the impact of the external environment on the formation, implementation and development of competitive advantages are made.

Keywords: *competitive advantages, external environment, retail, factor, assessment, methodological tools.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стабільний розвиток підприємств роздрібної торгівлі та підтримання високого рівня конкурентоспроможності потребують постійного формування, реалізації та розвитку конкурентних переваг. Успішне функціонування будь-якого підприємства ритейлу, досягнення переваг у конкурентній боротьбі залежать не тільки від вирішення внутрішніх проблем, й від своєчасного виявлення та урахування впливу зовнішнього середовища, з яким воно постійно взаємодіє як відкрита система. Саме аналіз умов і факторів, що формуються поза межами підприємств, та їх прогнозування дозволяють ураховувати зміни в цьому середовищі, адаптуватися до них та приймати адекватні рішення для забезпечення конкурентних переваг на зазначеній основі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До кінця 50-х років ХХ століття аналіз зовнішнього середовища як окремий етап стратегічного управління був майже відсутній, зовнішні фактори не розглядалися як суттєві такі, що впливають на збереження та посилення конкурентних позицій. Однак реалії економічного життя зумовили необхідність зосередження уваги на процесах, які відбуваються поза межами підприємств. Усвідомлення глобальності цих процесів дозволило Е. Елбінгу дійти висновку, що зовнішнє оточення підприємств усе частіше стає джерелом проблем для сучасних керівників, які в результаті подій, що відбуваються, змушені концентрувати увагу на тому, як впливає мінливе зовнішнє середовище на внутрішній стан компаній [1].

Наприкінці ХХ століття Г. Мінцберг, Б. Альстренд і Дж. Лемпел, розвиваючи розуміння стратегічного управління,

обґрунтували принцип побудови стратегії як реактивного процесу, тобто реакції на вплив зовнішнього середовища [2].

Із безальтернативністю дослідження зовнішнього середовища та його впливу на формування, реалізацію та розвиток конкурентних переваг підприємств ритейлу погоджується більшість дослідників цих процесів.

Питання оцінки впливу зовнішніх факторів на діяльність підприємств розглядались у працях: представників теорії стратегічного управління: К. Ендрюса, Г. Мінцберга, І. Ансофа, Дж. Вільсона, О. Віханського тощо; засновника теорії конкурентних переваг М. Портера; учених, розробки яких стосуються методичного інструментарію оцінки впливу зовнішнього середовища на окремі аспекти діяльності підприємств різних галузей, зокрема Д. Радулова, Д. Кіпи, В. Гончар, М. Мальцева, Н. Лепетюхи, Т. Артекової, О. Кальченко та ін.

На вирішення означених проблем у торговельній галузі спрямовані дослідження таких науковців як О. Зінченко, О. Криворучко, О. Гладкова, В. Павлова, О. Тараненко, М. Чорна, А. Дядін та ін.

Існуючі розробки здебільшого своїй мають фрагментарний характер, стосуються окремих аспектів оцінки зовнішнього середовища (макро- або мікрооточення) без урахування їх взаємозв'язку. Різняться в дослідженнях учених і об'єкти впливу зовнішніх чинників, що потребує певної систематизації відповідних методів оцінки як підґрунтя розробки методичного інструментарію для підприємств торгівлі.

Метою статті є систематизація методів оцінки впливу зовнішнього середовища на формування, реалізацію та розвиток конкурентних переваг підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Посилення уваги до прояву зовнішніх факторів зумовлено рядом обставин:

– саме в діловому середовищі, яке формується зовнішніми факторами й умовами, підприємство може реалізовувати сприятливі можливості з формування, реалізації та розвитку конкурентних переваг за рахунок залучення необхідних ресурсів, пошуку нових клієнтів тощо; виявляти й ураховувати наявні загрози з боку конкурентів, недобросовісних постачальників, соціальних катаклізмів з метою їх нейтралізації. Підтвердження наявності конкурентних переваг також здійснюється в бізнес-середовищі під час порівняння з іншими учасниками ринку;

– зовнішні фактори знаходяться поза зоною контролю підприємства та не підлягають регулюванню з боку їх керівництва;

– фактори зовнішнього середовища мають різні сфери походження та рівень впливу. Останнім часом посилюється вплив на підприємства ритейлу факторів світової економіки. Якщо раніше вони, функціонуючи на локальних ринках, майже не зазнавали впливу факторів мегарівня, то розвиток і поглиблення глобальних та інтеграційних процесів сприяли посиленню їх дії на формування, реалізацію та розвиток конкурентних переваг роздрібних торговельних підприємств. Так, вихід на національний ринок іноземних компаній загострює конкурентну боротьбу та сприяє врізноманітненню джерел і шляхів створення конкурентних переваг вітчизняними підприємствами. Уведення продуктових ембарго змушує підприємства знаходити нових постачальників.

Визначення й аналіз сприятливих можливостей, які можуть бути використані підприємствами для отримання переваг, а також негативних моментів з метою протистояння їм, здійснюється під час оцінки впливу умов і факторів зовнішнього середовища на конкурентні переваги підприємства. Аналіз існуючого методичного інструментарію показав, що всі методи оцінки впливу зовнішніх чинників на окремі аспекти діяльності підприємств можна розподілити на фундаментальні та прикладні.

Фундаментальні підходи подано в працях класиків економічної й управлінської науки та стосуються інструментарію оцінювання зовнішнього середовища та факторів його впливу на будь-яку галузь економіки. Характеристика основних із них надана в табл. 1.

Наведені методи, як правило, є універсальними, можуть використовуватись у будь-якій сфері економіки й управління та бути адаптованими до об'єкта дослідження будь-якого рівня.

Залежно від визначених цілей у разі застосування фундаментальних методів використовується гнучка система аналізованих елементів. Водночас фундаментальні методи базуються на якісних оцінках, є доволі суб'єктивними та значною мірою залежать від позиції та знань дослідників.

Прикладні розробки базуються на існуючому інструментарії та розвивають його в напрямі використання формалізованих методів, конкретизації показників оцінки та пристосування методів і прийомів оцінювання до потреб підприємств конкретної галузі. Їх суть, переваги та недоліки наведено в табл. 2.

Таблиця 1

**Характеристика фундаментальних методів оцінки впливу
зовнішнього середовища**

Підхід	Характеристика	Переваги	Обмеження та недоліки
1	2	3	4
На основі SWOT-аналізу [3]	Визначення сильних (S), слабких (W) позицій підприємства, можливостей (O) і загроз (T) зовнішнього оточення у співставленні з внутрішнім базується на експертних оцінках з урахуванням вагомості чинників	Виявлення напрямів подальшого розвитку бізнесу на основі співставлення ринкових можливостей та загроз зі станом підприємства. Гнучкість, безліч варіантів	Переважно суб'єктивний характер. Неформалізовані розрахунки. Не виділяються рівні впливу
На основі PEST-аналізу [4]	Базується на вивченні політичних (P), економічних (E), соціальних (S), технологічних (T) факторів макросередовища на основі експертних оцінок і матричних методів. Використовують у країнах з перехідною економікою	Здійснення на вимогах системності кожної компоненти. Визначення пріоритетності факторів	Концентрація тільки на аналізі макрооточення. Не враховує факторів інших рівнів. Суб'єктивний характер. Неформалізовані розрахунки

Продовження табл. 1

1	2	3	4
На основі STEP-аналізу [5]	Різновид PEST-аналізу. Передбачає іншу послідовність аналізу. Використовується в розвинених країнах	Ті самі	Ті самі
На основі TEMPLES-аналізу [6]	Оцінка факторів макросередовища [технічних (Т), економічних (Е), ринкових (М), політичних (Р), законодавчих (L), екологічних (Е), соціальних (S)] за допомогою експертних оцінок для виявлення ризиків майбутнього	Комплексний підхід за рахунок розширеної моделі факторів. Важливість виділення ринкових і розмежування політичних і законодавчих факторів	Урахування тільки факторів макросередовища. Суб'єктивний вибір і ранжування факторів. Акцент на загальних оцінках
А. Мескона «5×5» [7]	Визначає 5 питань про 5 факторів зовнішнього середовища. Базується на експертних оцінках	Може використовуватися для аналізу макрота мікросередовища та прогнозу на майбутнє	Не дає повного уявлення про фактори зовнішнього середовища. Потребує значних навичок планування та прогнозування
Метод І. Ансоффа [8]	Базується на визначенні умов зовнішнього середовища за рівнем стабільності на основі шкали турбулентності та виборі залежно від них типу стратегічного управління	Дозволяє своєчасно запобігати негативним процесам	Суб'єктивний характер. Обмежений набір чинників

Продовження табл. 1

1	2	3	4
На основі ЕТОМ-аналізу [5]	Оцінювання здійснюється на основі матриці загроз і можливостей	Обґрунтування реакції конкретного підприємства на сукупність факторів зовнішнього середовища	Суб'єктивний характер. Обмежений набір чинників. Неформалізовані розрахунки
Модель п'яти сил М. Портера [9]	Базується на оцінюванні експертом 5 сил конкуренції: конкуренти, споживачі, постачальники, товари-замінники, рівень конкурентної боротьби	Обґрунтування позиції підприємства в мікросередовищі, яка захищена від впливу конкурентних сил	Оцінювання тільки факторів мікросередовища. Поза розглядом – чинники інших рівнів. Суб'єктивний характер
Дж. Вільсона [10]	Оцінка здійснюється на основі експертних оцінок: на пряму впливу, імовірності його посилення, сили впливу, її зміни та побудови матриці «імовірність посилення фактора – вплив на організацію»	Використання для оцінки майбутніх ризиків і запобіжних заходів	Суб'єктивний характер вибору факторів та оцінки їх змін. Неформалізовані розрахунки

Таблиця 2

Основні характеристики прикладного методичного інструментарію

Підхід	Характеристика	Переваги	Обмеження та недоліки
1	2	3	4
О. Зінченко, Ю. Малишко [11]	Базується на інструментах SWOT і PEST-аналізу, та авторському підході до виділення та деталізації факторів мікросередовища – CLCP-аналізу (споживачі, законодавство, конкуренти, постачальники)	Більш повна та деталізована оцінка факторів мікросередовища, що впливають на конкретне підприємство з урахуванням галузевої специфіки	Недостатня увага до факторів макросередовища. Суб'єктивізм оцінки
Д. Радулова [12]	Комбіноване використання методу головних компонент із застосуванням кореляційного аналізу та таксономічного методу для оцінки впливу факторів мезорівня	Більш коректна і точна оцінка впливу зовнішніх факторів. Знижує рівень суб'єктивності	Не враховує фактори макрота мікрорівня. Узагальнюючі показники нівелюють вплив конкретних факторів. Трудомісткість обчислення
Д. Кіпи [13]	Оцінка впливу зовнішніх факторів непрямої дії через прямі чинники із застосуванням когнітивного моделювання та сценарного впливу імпульсів окремих факторів	Системний підхід. Використання не тільки якісних, а й кількісних показників. Урахування взаємозв'язку факторів	Складність у застосуванні. Значна частка суб'єктивізму

Продовження табл. 2

1	2	3	4
В. Гончар, М. Мальцева [14]	Поетапне застосування методів: експертних оцінок, сценаріїв, І. Ансоффа, статистичних	Передбачає не тільки аналіз середовища, але й тенденції його зміни у майбутньому та розробку різних сценаріїв розвитку	Суб'єктивний характер експертних оцінок. Складність у застосуванні
Н. Лепетюхи, Т. Артекової [15]	Комбіноване використання кореляційно-регресійного та PEST-аналізу	Формалізація показників. Менший рівень суб'єктивних оцінок	Концентрація тільки на факторах макросередовища
О.Криворучко [16]	Поетапне застосування: методу ієрархії Саати, попарної матриці, вектору локальних пріоритетів та теорії нечіпкої логіки	Визначення найбільш впливових факторів із використанням ієрархічних моделей	Не виділяються рівні впливу. Значний рівень суб'єктивних оцінок
О. Кальченко [17]	Оцінювання здійснюється на основі використання методів економіко-математичного моделювання та коефіцієнтів еластичності	Достатньо високий рівень статистичної достовірності	Обмежений набір чинників. Трудомісткість розрахунків
О. Тараненка [6]	Передбачає використання TEMPLS-аналізу впливу зовнішнього середовища на економічну стійкість підприємств торгівлі	Орієнтація на середовище торговельних підприємств і переваги TEMPLS-аналізу	Обмеженість і недоліки TEMPLS-аналізу

Продовження табл. 2

1	2	3	4
О. Гладкової [4]	Базується на PEST-аналізі факторів впливу зовнішнього середовища на фінансовий саморозвиток торговельних підприємств	Переваги PEST-аналізу	Обмеженість і недоліки PEST-аналізу
М. Чорної, А. Дядіна [18]	Базується на графоаналітичному у методі оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників із застосуванням економіко-математичного моделювання й інструментарію еластичності	Універсальний характер. Можливість виявлення впливу як окремих факторів, так і їх загальної інтенсивності. Однозначність інтерпретації результатів. Орієнтація на підприємства роздрібної торгівлі	Застосування тільки кількісних оцінок

Перелік наведених підходів не є вичерпним, містить як давно відомі економічній науці та практиці, так і сучасні розробки, що стосуються зовнішнього оточення підприємств різних видів економічної діяльності.

Проаналізувавши методичні підходи до оцінки впливу зовнішнього середовища на конкурентні переваги, ми дійшли таких висновків:

– усі підходи можна розподілити на фундаментальні та прикладні. Фундаментальні підходи подано в працях класиків економічної й управлінської науки та стосуються інструментарію оцінювання зовнішнього середовища та факторів його впливу на будь-яку галузь економіки. Прикладні розробки базуються на існуючому інструментарії та розвивають його в напрямі використання формалізованих методів, конкретизації показників оцінки та пристосування методів і прийомів оцінювання до потреб підприємств конкретної галузі;

– наведені підходи здебільшого спрямовані на оцінку факторів певного рівня зовнішнього середовища (макро-, мезо- або мікрорівня) та не стосуються інших, що свідчить про обмежену сферу їх застосування, знижує цінність результатів оцінки та потребує комплексного застосування декількох підходів. У переважній більшості підходів відсутній інструмент оцінювання факторів світової економіки;

– обмежений характер деяких підходів стосується і вибору показників оцінки, які не охоплюють усього спектра прояву факторів і взаємозв'язку між ними, що зумовлює ризик недооцінки деяких чинників;

– значна частина методичних підходів передбачає використання неформалізованих методів оцінювання якісних характеристик, що зумовлює суб'єктивний характер результатів аналізу. У сучасних підходах простежується спроба підвищення рівня об'єктивності оцінок за рахунок використання економіко-математичних та економіко-статистичних методів. Однак до кінця це завдання не вирішене через складність зовнішнього середовища та неможливість надання певних якісних характеристик у кількісному вимірі;

– сучасні підходи до оцінки впливу факторів зовнішнього середовища базуються на різноманітному аналітико-методичному інструментарії, мають прикладний характер (що зазначено вище), оскільки орієнтовані на оточення підприємств певної галузі. Однак запропонований інструментарій у більшості випадків може бути адаптований до потреб інших сфер діяльності;

– більшість із наведених підходів передбачає оцінку впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства (як результат реалізації конкурентних переваг) або формування конкурентних стратегій (стосуючись і майбутніх конкурентних переваг), тобто не розглядають, за відсутності комплексного характеру, як об'єкт впливу конкурентні переваги на різних активних стадіях життєвого циклу – формування, реалізації та розвитку.

Висновки. Численні методичні розробки з оцінки впливу окремих складових зовнішнього середовища без урахування триєдиного процесу формування, реалізації та розвитку конкурентних переваг підприємств ритейлу, за умови неможливості їх безпосереднього використання для комплексного оцінювання без відповідних обмежень і корегувань, потребують розробки адекватного методичного інструментарію, що буде предметом подальших досліджень.

Список джерел інформації / References

1. Elbing, A., McGuire, J. (2006), *On the Applicability of Environmental Models, Contemporary Management*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 283 p.
2. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента : [пер. с англ.] / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб. : Питер, 2002. – 303 с.
Mintzberg, G., Alstrend, B., Lampel, J. (2002), *Schools of strategies. Strategic safari: a tour of the wilds of management strategies. Trans. from Eng. [Shkoly strategiy. Strategicheskoye safari: ekskursiya po debryam strategiy menedzhmenta]*, Peter, St. Petersburg, 303 p.
3. Andrews, K., "The Concept of Corporate Strategy Irwin Homewood, IL.", available at: <http://www.inventech.ru>
4. Гладкова О. В. Оцінка факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на фінансовий саморозвиток торговельних підприємств / О. В. Гладкова // Вісник ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Економічні науки. – 2008. – № 3 (39). – С. 14–21.
Gladkova, O. (2008), "Assessment of internal and external factors affecting the financial self-development of commercial enterprises", *Herald DonDUET them. M. Tugan-Baranovsky. Series of Economic Sciences* ["Otsinka faktoriv vnutrishn'oho ta zovnishn'oho seredovyscha, shcho vplyvayut' na finansovyy samorozvytok torhovel'nykh pidpryyemstv"], No 3 (39), pp. 14-21.
5. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2006. – 296 с.
Vikhansky, O. (2006), *Strategic management. 2nd ed., revised and supplemented* [Strategicheskoye upravleniye. 2-ye izd., pererab. i dop.], Ekonomist, Moscow, 296 p.
6. Тараненко О. О. Вплив зовнішнього середовища господарювання на економічну стійкість підприємства / О. О. Тараненко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. – 2010. – № 2, т. 1. – С. 117–121.
Taranenko, O. (2010), "Influence of the external environment on economic stability of the enterprise", *Herald Khmelnytsky National un-th* ["Vplyv zovnishn'oho seredovyscha hospodaryuvannya na ekonomichnu stiykist' pidpryyemstva"], No 2, Vol. 1, pp. 117-121.
7. Мескон А. Основы менеджмента : [пер. с англ.] / А. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1988. – 800 с.
Meskon, A., Albert, M., Hedouri, F. (1988), *Fundamentals of Management. Trans. from Eng. [Osnovy menedzhmenta. Per. s angl.]*, Delo, Moscow, 800 p.
8. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия : [пер. с англ.] / И. Ансофф, Э. Дж. Макдоннелл. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
Ansoff, I., McDonnell, E. (1999), *New corporate strategy. Trans. from Eng. [Novaya korporativnaya strategiya Per. s angl.]*, Piter Kom, St. Petersburg, 416 p.
9. Porter, M. (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free press, N.Y., 396 p.
10. Вильсон Дж. Энтропийные методы моделирования сложных систем : [пер. с англ.] / Дж. Вильсон. – М. : Наука, 1978. – 248 с.

Wilson, J. (1978), *Entropy modeling methods for complex systems. Trans. from Eng. [Entropiyūnye metody modelirovaniya slozhnykh sistem. Per. s angl.]*, Nauka, Moscow, 248 p.

11. Зінченко О. А. Розвиток методик аналізу мікросередовища підприємства на прикладі закладу аптечної галузі / О. А. Зінченко, Ю. Д. Малишко // Вісник Дніпропетровського ун-ту. Менеджмент інновацій. – 2016. – Т. 24, вип. 7. – С. 280–286.

Zinchenko, O., Malishko, Yu. (2016), "Development of methods of analysis of the microenterprise of the enterprise on the example of the pharmacy establishment", *Bulletin of Dnipropetrovsk Un. Innovation Management* ["Rozvytok metodyk analizu mikrosередovishcha pidpryyemstva na prykladi zakladu aptechnoyi haluzi"], *Visnyk Dnipropetrovs'koho un-tu. ment innovatsiy*, Vol. 24, Iss. 7, pp. 280-286.

12. Радулов Д. Д. Оцінка впливу зовнішніх факторів на рівень конкурентоспроможності підприємств з виробництва готових металевих виробів / Д. Д. Радулов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 2 (53). – С. 180–186.

Radulov, D. (2014), "Estimation of the influence of external factors on the level of competitiveness of enterprises for the production of finished metal products" ["Otsinka vplyvu zovnishnykh faktoriv na riven' konkurentospromozhnosti pidpryyemstv z vyrobnytstva hotovykh metalevykh vyrobiv"], *Bulletin of socio-economic research*, Vol. 2(53), pp. 180-186.

13. Кіпа Д. В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства / Д. В. Кіпа // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 322–329.

Kipa, D. (2014), "Determination of the influence of the environment on the formation of a competitive strategy of the enterprise" ["Vyznachennya vplyvu zovnishn'oho seredovishcha na formuvannya konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstva"], *Business Inform*, No. 9, pp. 322-329.

14. Гончар В. В. Методика оцінки впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства / В. В. Гончар, М. М. Мальцев // Вісник Приазовського держ. технічного ун-ту : зб. наук. пр. – Маріуполь : ПДТУ, 2016. – Вип. 32, т. 1. – С. 4–11.

Gonchar, V., Maltsev, M. (2016), "Methodology for assessing the impact of the environment on the activities of the enterprise", *Bulletin of the Priazov State Technical University* ["Metodyka otsinky vplyvu zovnishn'oho seredovishcha na diyal'nist' pidpryyemstva"], *Visnyk Pryazovs'koho derzhavnoho tekhnichnoho unyversytetu*, Vol. 32, Iss. 1, PDTU, Mariupol, pp. 4-11.

15. Лепетюха Н. В. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства харчової промисловості / Н. В. Лепетюха, Т. О. Артекова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 10. – С. 413–417.

Lepetyukha, N., Artekova, T. (2016), "Assessment of the impact of environmental factors on the activities of the food industry" ["Otsinka vplyvu faktoriv zovnishn'oho seredovishcha na diyal'nist' pidpryyemstva kharchovoyi promyslovosti"], *Global and national problems of the economy*, No. 10, pp. 413-417.

16. Криворучко О. С. Формування конкурентних стратегій торговельних підприємств споживчої кооперації : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О. С. Криворучко. – Полтава, 2016. – 258 с.

Krivoruchko, O.S. (2016), *Formation of competitive strategies of consumer enterprises consumer cooperatives: dissertation [Formuvannya konkurentnykh stratehiy torhovel'nykh pidpryyemstv spozhyvchoyi kooperatsiyi: dis. ... kand. econ. nauk]*, Poltava, 258 p.

17. Кальченко О. М. Оцінка впливу факторів розвитку підприємств туристичної сфери / О. М. Кальченко // Науковий вісник Чернігівського держ. інституту економіки та управління. Економіка. – Чернігів, 2013. – Вип. 3. – С. 94–101.

Kalchenko, O. (2013), "Estimation of influence of factors of development of tourist industry enterprises", *Scientific Herald of Chernihiv State, Institute of Economics and Management, Series Economy* ["Otsinka vplyvu faktoriv rozvytku pidpryyemstv turystychnoyi sfery", *Naukovyy visnyk Chernihiv's'koho derzh. instytutu ekonomiky ta upravlinnya*. Ekonomika], Vol. 3, CHDIEU, Chernihiv, pp. 94-101.

18. Чорна М. В. Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі : монографія / М. В. Чорна, Л. І. Безгінова, А. С. Дядін. – Х. : Лідер, 2018. – 218 с.

Chorna, M., Bezginova, L., Dyadin, A. (2018), *Estimation of efficiency of business in retail trade: Monograph [Otsinka efektyvnosti pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti v rozdribniy torhivli : monohrafiya]*, Lider, Kharkiv, 218 p.

Смольнякова Наталія Миколаївна, канд. екон. наук, доц., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: n.smolnyakova@hduht.edu.ua.

Смольнякова Наталья Николаевна, канд. екон. наук, доц., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: n.smolnyakova@hduht.edu.ua.

Smolnyakova Nataliya, PhD (Economics), Assoc. Professor, Department of Economics of Food Technology and Trade Enterprises the name of I.G. Berezhnoy, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, 61051, Ukraine. Tel.: (057)349-45-58; e-mail: n.smolnyakova@hduht.edu.ua.

Михайлова Олена Валентинівна, канд. екон. наук, кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, 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 ім. І.Г. Бережного, Харьковский

государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 0502803582; e-mail: emi030865@gmail.com.

Mykhailova Olena, PhD (Economics), Department of Economics of Catering and Trade the name of I.G. Berezhnoy, Enterprises of Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 0502803582; e-mail: emi030865@gmail.com.

Волосов Анатолий Михайлович, ст. викл., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: a.volosov@hduht.edu.ua.

Волосов Анатолий Михайлович, ст. преп., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: a.volosov@hduht.edu.ua.

Volosov Anatoly, Senior Lecturer, Department of Economics of Food Technology and Trade Enterprises the name of I.G. Berezhnoy, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, 61051, Ukraine. Tel.: (057)349-45-58; e-mail: a.volosov@hduht.edu.ua.

Шинкар Світлана Миколаївна, канд. екон. наук, доц., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: svetashin@i.ua.

Шинкарь Светлана Николаевна, канд. экон. наук, доц., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-58; e-mail: svetashin@i.ua.

Shynkar Svetlana, PhD (Economics), Department of Economics of Catering and Trade the name of I.G. Berezhnoy, Enterprises of Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-58; e-mail: svetashin@i.ua.

DOI: 10.5281/zenodo.3257352