

будь-яких обставин принципи функціонального підходу зберігаються, тобто досліджується взаємодія системи із зовнішнім середовищем.

При дослідженні інфраструктурного забезпечення продовольчого ринку може використовуватись структурний підхід. Сутність цього підходу полягає в розчленуванні предмету дослідження на окремі частини, їх детальному аналізі, в процесі якого виявляються взаємозв'язки між елементами, характер взаємовідносин між ними, а потім, в процесі синтезу, узагальнення отриманих знань. Стосовно до інфраструктури аграрно-продовольчого ринку структурний аналіз дозволить більш глибоко вивчити кожен елемент інфраструктури, виявити недоліки в організації їх роботи, що впливають на підсумок роботи інфраструктури загалом, з метою розробки заходів з її вдосконалення в подальшому.

Висновки. Ринкові умови господарювання потребують створення сучасної та гнучкої інфраструктури аграрно-продовольчого ринку, що здатна адаптуватись до мінливих умов в залежності від потреб виробників і споживачів аграрно-продовольчої продукції. Дослідження інфраструктури аграрно-продовольчого ринку має ґрунтуватись на певних методологічних підходах, серед яких значущими є системний, динамічний, функціональний та структурний.

Література:

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т 3. / Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – С. 236-247.
2. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. / Л.А. Ибрагимов. – М.: Издательство “ПРИОР”, 2001. – С. 11-35.
3. Русскова Е.Г. Методология системного исследования инфраструктуры рыночной экономики: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. / Е.Г. Русскова. – Волгоград, 2006. – 51 с.
4. Шпикуляк О.Г. Інститутції у розвитку та регулюванні аграрного ринку: монографія / Шпикуляк О.Г. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – С. 181-183.

УДК 631.15:631.1.027:65.012.12:001.8

УПРАВЛІНСЬКІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ АВС-АНАЛІЗУ

Сердюк О. І., к.е.н., доцент, Паламарчук Г. А., к.с.-г.н., доцент,

Мирна О. В., к.е.н.

Полтавська державна аграрна академія

У статті проаналізовано можливості застосування АВС-аналізу в дослідженнях управлінської та маркетингової діяльності. Проілюстровано технологію даного методу при прийнятті господарських рішень щодо вибору видів реалізованої рослинницької продукції за критерієм ефективності використання земельних ресурсів.

The paper analyzes the applicability of ABC analysis in research management and marketing activities. Technology illustrated this method in making economic decisions on selection of types of crop production on the criterion of efficiency of land resources.

Постановка проблеми. АВС-аналіз – один з найдоступніших методів групування клієнтів, видів продукції, запланованих справ за ступенем важливості. В першу чергу, він буде корисним для тих підприємств, де існують складності з обробкою даних спеціалізованим програмним забезпеченням.

Проте у спеціалістів-початківців чи то маркетологів, чи то менеджерів, які вперше стикнулися з необхідністю проаналізувати витрати свого часу або продажі за допомогою цього методу, він часто-густо викликає низку питань. Тому в даній статті зроблена спроба охарактеризувати особливості його застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методам досліджень в маркетингу та менеджменті присвячено чимало робіт, серед яких можна виділити праці Л. Балабанової, А. Виноградської, М. Виноградського, Л. Зайверта, О. Сардак, О. Шканової, А. Шегди та інших.

Однак, у більшості літературних джерел розкривається теоретична сутність АВС-аналізу. Тому для фахівців-початківців буде корисною ілюстрація технології його використання на сільськогосподарських підприємствах.

Постановка завдання. Визначити проблемні моменти, які можуть виникнути при проведенні аналізу за допомогою АВС-методу, та навести способи їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожен менеджер вирішує в день безліч завдань. Їх потрібно певним чином ранжувати за значимістю. При цьому логічно визначати пріоритетність того або іншого завдання за певним набором критеріїв.

При плануванні особистої праці за допомогою АВС-аналізу менеджер повинен усі справи проранжувати за ступенем важливості і включити їх до плану у такій послідовності: найважливіші завдання категорії А обов'язково мають бути виконані особисто керівником. На них слід приділити 65 % запланованого часу; на важливі завдання категорії В – відводити 20 % запланованого часу. Якщо на виконання цих справ потрібно більше часу, то їх можна делегувати підлеглим. Менш важливим завданням категорії С необхідно приділяти 15 % запланованого часу. Практично всі ці справи слід делегувати підлеглим (табл. 1).

Таблиця 1

Метод вибору пріоритетів за допомогою АВС-аналізу

Задачі А	Задачі В	Задачі С
Найважливіші завдання	Важливі завдання	Найменш важливі і несуттєві завдання
15% загальної кількості завдань; 65% загальної значущості цих справ з погляду внеску у досягнення мети	20% загальної кількості справ; 20% загальної значимості	65% усієї кількості завдань; 15% загальної значимості справ менеджера.
Виконувати самостійно, нікому не передоручати	Частково передоручати	Доручати, скорочувати, викреслювати

Отже, відповідно до висновків АВС-аналізу, менеджер повинен у першу чергу розв'язувати справи категорії А, щоб за допомогою небагатьох дій забезпечити більшу частину загального результату. Тільки після цього можна займатися справами категорії В, на які також припадає значна частина сукупного результату, і лише потім виконувати численні завдання категорії С, які забезпечують найменший внесок до досягнення мети.

На жаль, керівник не може обмежитися виконанням тільки найважливіших справ. Поряд із дійсно важливими завданнями категорій А і В є справи, які також мають бути виконані. Менеджерам доводиться виконувати такі завдання, хоча б з огляду на їх терміновість, коли простіше виконати звичну роботу самому, ніж витратити час на її делегування.

Найскладнішою частиною АВС-аналізу є процедура вибору пріоритетів, тобто ранжування завдань за категоріями. Тут багато що залежить від професійного рівня керівника, його досвіду, а також особистих якостей, ситуації та ін. Тому завжди є небезпека невірною визначення пріоритетів, коли, наприклад, дійсно важливе завдання буде віднесено до категорії С, що не дасть змоги вирішити його належним чином.

В маркетингу АВС-аналіз – це один із методів ранжування видів реалізованої продукції на групи з різною питомою вагою залежно від того чи іншого критерію. В економічній літературі частіше всього наводяться приклади проведення АВС-аналізу за показниками продаж в натуральному виразі, обігу або прибутку.

Одним із варіантів інтерпретації АВС-аналізу є діаграма Парето, оскільки АВС-аналіз базується на принципі Парето, який означає, що 20 % зусиль дають 80 % результату, а інші 80 % зусиль – лише 20 % результату. Проте при проведенні АВС-аналізу аналітики розподіляють види продукції, як правило, не на дві, а на три групи в такому відсотковому співвідношенні: «А» - 75 %, «В» - 20 % і «С» - 5 %. Насправді ж досвідчений у своїй галузі експерт при проведенні АВС-аналізу може дозволити собі іншу за кількістю груп розбивку і взяти довільні відсоткові відношення між ними.

При проведенні аналізу описаним вище методом можуть виникати два види неточностей:

1) при довільній зміні процента покриття груп «А», «В» і «С», змінюється їх склад, причому часто суттєвим чином. Виникають непорозуміння стосовно того, які висновки робити і які рекомендації пропонувати підприємству. Крім того, якщо використовувати ділення на групи для оцінки «важливості видів продукції», на перший погляд, дуже важко зрозуміти, чому група «А» повинна робити внесок в розмірі 75 %, а не, наприклад, в розмірі 80 %;

2) при використанні заданого проценту для аналізу динаміки чистого доходу від реалізації продукції протягом певного періоду часу який-небудь окремо взятий вид продукції з однією і тією ж стабільною прибутковістю може потрапити в різні групи залежно від взятого періоду.

Приклад таких обставин наведено в табл. 2-3, де розглянуто реальну ситуацію, що склалася на сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, і подано результати аналізу продукції галузі рослинництва за критерієм чистого доходу від реалізації продукції за рік. При цьому в даному випадку, здійснюючи АВС-аналіз, види продукції будемо «розподіляти» у співвідношенні 70:20:10.

Аналізуючи ситуацію в динаміці, неможливо точно віднести вид продукції до тієї чи іншої групи. За даними 2009 року в ТОВ АФ «Покровська»

озима пшениця входить до складу групи «А». Проте в 2011 році озима пшениця потрапила до групи «В» і лише незначно формує групу «А», хоча при цьому в неї спостерігається позитивний ріст чистого доходу від реалізації. Невизначеною є ситуація в ДП «ДГ «Степне» з ярим ячменем: в перші два досліджувані роки він потрапив до групи «В», а в третій – до групи «С», хоча обсяг його прибутковості не змінився.

Якщо виникне потреба проаналізувати реалізацію продукції і за показниками прибутковості, і за термінами погашення дебіторської заборгованості, то ми не зможемо цього зробити. В даному прикладі неможливо аналізувати види продукції за декількома параметрами одночасно, хоча такий багатокритеріальний аналіз є сутністю правильного розподілу продукції на групи. Таким чином, описаний вище варіант ранжування видів продукції за чистим доходом від реалізації є оптимальним, коли необхідно провести аналіз видів реалізованої продукції в межах одного періоду. А ось аналіз показників в динаміці в цьому випадку ускладнений.

Таблиця 2

**Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції галузі рослинництва
окремими підприємствами Полтавської області: ранжований
список продукції, тис. грн**

Назва підприємства/вид продукції	2009 р.	Назва підприємства/вид продукції	2010 р.	Назва підприємства/вид продукції	2011 р.
<i>СТОВ «Україна» Гребінківського району</i>					
Кукурудза на зерно	6066,0	Кукурудза на зерно	4065,0	Кукурудза на зерно	20859,0
Ярий ячмінь	2280,0	Соняшник	3696,0	Озима пшениця	359,0
Соняшник	1860,0	Озима пшениця	650,0	Ярий ячмінь	72,0
Озима пшениця	1056,0	Ярий ячмінь	122,0	Овес	39,0
Соя	364,0	Яра пшениця	78,0	Жито	10,0
Овес	1,0	Овес	76,0	Всього:	21339,0
Всього:	11627,0	Горох	1,0		
		Всього:	8688,0		
<i>ТОВ АФ «Покровська» Машівського району</i>					
Ярий ячмінь	6326,1	Кукурудза на зерно	10631,0	Кукурудза на зерно	10598,5
Цукрові буряки	6244,3	Соняшник	7367,0	Цукрові буряки	9379,6
Озима пшениця	6084,0	Цукрові буряки	4718,0	Соя	7514,6
Соняшник	6065,8	Соя	4058,0	Озима пшениця	6185,3
Соя	5534,2	Озима пшениця	1642,0	Соняшник	5885,4
Кукурудза на зерно	3636,2	Ярий ячмінь	678,0	Озимий ячмінь	249,6
Озимий ріпак	1781,0	Всього:	29094,0	Всього:	39813,0
Ярий ріпак	1039,0				
Озимий ячмінь	782,4				
Всього:	37493,0				
<i>ДП «ДГ «Степне»</i>					
Озима пшениця	1860,0	Соняшник	2171,0	Соя	4066,0
Соя	1547,0	Соя	1547,0	Озима пшениця	2693,0
Соняшник	1299,0	Озима пшениця	570,0	Соняшник	847,0
Ярий ячмінь	307,0	Ярий ячмінь	267,0	Кукурудза на зерно	707,0

Назва підприємства/вид продукції	2009 р.	Назва підприємства/вид продукції	2010 р.	Назва підприємства/вид продукції	2011 р.
Багаторічні та однорічні трави (насіння)	240,0	Багаторічні та однорічні трави (насіння)	264,0	Ярий ячмінь	307,0
Кукурудза на зерно	207,0	Горох	172,0	Горох	49,0
Горох	124,0	Кукурудза на зерно	69,0	Вика	49,0
Гречка	50,0	Вика	26,0	Гречка	40,0
Вика	16,0	Гречка	19,0	Багаторічні та однорічні трави (насіння)	17,0
Багаторічні та однорічні трави (зелена маса)	8,0	Багаторічні та однорічні трави (зелена маса)	4,0	Багаторічні та однорічні трави (на сіно)	6,0
Багаторічні та однорічні трави (на сіно)	2,0	Багаторічні та однорічні трави (на сіно)	3,0	Багаторічні та однорічні трави (зелена маса)	4,0
Всього:	5660,0		5112	Всього:	8785,0

Джерело: складено за даними річних звітів форми 50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»

Щоб подолати вище описані труднощі застосування АВС-аналізу, потрібно за основу поділу на групи взяти не заданий відсотковий бар'єр, а фіксований обсяг чистого доходу від реалізації продукції на 1 га зібраної земельної площі в натуральному виразі. На нашу думку, доцільно включити до групи «А» види продукції, чий річний чистий дохід на 1 га перевищує 5000 грн, до групи «В» – продукція з доходом на 1 га від 1000 до 4999 грн, а до групи «С» – види продукції, які після їх реалізації принесли підприємству менше 1000 грн з 1 га зібраної площі у СТОВ «Україна» та ТОВ АФ «Покровська».

Таблиця 3

Попередній розподіл видів рослинницької продукції за групами, тис. грн

Групи	2009 р.	2010 р.	2011 р.
<i>СТОВ «Україна»</i>			
А – 70 %	8138,9	6081,6	14937,3
В – 20 %	2325,4	1737,6	4267,8
С – 10 %	1162,7	868,8	2133,9
<i>ТОВ АФ «Покровська»</i>			
А – 70 %	26245,1	20365,8	27869,1
В – 20 %	7498,6	5818,8	7962,6
С – 10 %	3749,3	2909,4	3981,3
<i>ДП «ДГ «Степне»</i>			
А – 70 %	3962,0	3578,4	6149,5
В – 20 %	1132,0	1022,4	1757,0
С – 10 %	566,0	511,2	878,5

Джерело: власна розробка

Для ДП «ДГ «Степне», враховуючи прибутковість рослинницької продукції, до групи «А» віднести продукцію, чистий дохід від реалізації якої перевищує 1000 грн/га, до групи «В» – ту, чистий дохід якої коливається від 100 до 999 грн/га, а до групи «С» – менше 100 грн.

Тоді за підсумками 2009 року в СТОВ «Україна» до групи «А» увійдуть кукурудза на зерно та соняшник, до групи «В» – ярий ячмінь, озима пшениця, а до групи «С» – соя та овес; в ТОВ АФ «Покровська» до складу групи «А» увійдуть ярий ячмінь, цукрові буряки, озима пшениця, соняшник, соя, до групи «В» – кукурудза на зерно, озимий та ярий ріпак, озимий ячмінь; в ДП «ДГ «Степне» до групи «А» належать соя та соняшник, до групи «В» – ярий ячмінь, насіння трав, кукурудза на зерно, до групи «С» увійдуть озима пшениця, горох, гречка, вика, зелена маса та сіно багаторічних та однорічних трав. Як бачимо, це варіант поділу видів продукції усунув проблему неможливості чітко визначити, до якої групи відноситься вид продукції. Також відсутня проблема «переведення» продукції з однієї групи до іншої без реальної зміни об'ємів продаж. Але виникає низка інших труднощів. В 2010 році до групи «А» в СТОВ «Україна» увійшов соняшник, в 2011 році – кукурудза на зерно та озима пшениця.

В ТОВ АФ «Покровська» за результатами 2010 року до групи «А» увійдуть кукурудза на зерно, соняшник та цукрові буряки, за підсумками 2011 року група «А» доповниться озимою пшеницею. У 2010 році в ДП «ДГ «Степне» в групі «А» залишиться соняшник, а також у 2011 році відбудеться суттєве розширення даної групи за рахунок сої, озимої пшениці, кукурудзи на зерно, гороху та вики. Вплив переформатування продукції за критерієм отриманого чистого доходу з 1 га зібраної площі рослинницької продукції на процентні частки груп можна простежити за даними табл. 4.

Таблиця 4

**Дохід (виручка) від реалізації продукції галузі рослинництва
і ранжування видів продукції за фіксованим чистим доходом на 1 га
зібраної площі, грн/га**

Вид продукції	2009 р.	Група	Вид продукції	2010 р.	Група	Вид продукції	2011 р.	Група
<i>СТОВ «Україна»</i>								
Кукурудза на зерно	6066,0	А	Кукурудза на зерно	4065,0	В	Кукурудза на зерно	20859,0	А
Ярий ячмінь	2280,0	В	Соняшник	3696,0	А	Озима пшениця	359,0	А
Соняшник	1860,0	А	Озима пшениця	650,0	В	Ярий ячмінь	72,0	В
Озима пшениця	1056,0	В	Ярий ячмінь	122,0	В	Овес	39,0	В
Соя	364,0	С	Яра пшениця	78,0	С	Жито	10,0	С
Овес	1,0	С	Овес	76,0	В	Всього:	21339	
Всього:	11627		Горох	1,0	С			
			Всього:	8688,0				

Вид продукції	2009 р.	Група	Вид продукції	2010 р.	Група	Вид продукції	2011 р.	Група
	Відсоток			Відсоток			Відсоток	
А	68,2		А	42,5		А	99,4	
В	28,7		В	56,5		В	0,5	
С	3,1		С	1,0		С	0,1	
<i>ТОВ АФ «Покровська»</i>								
Ярий ячмінь	6326,1	А	Кукурудза на зерно	10631,0	А	Кукурудза на зерно	10598,5	А
Цукрові буряки	6244,3	А	Соняшник	7367,0	А	Цукрові буряки	9379,6	А
Озима пшениця	6084,0	А	Цукрові буряки	4718,0	А	Соя	7514,6	В
Соняшник	6065,8	А	Соя	4058,0	В	Озима пшениця	6185,3	А
Соя	5534,2	А	Озима пшениця	1642,0	В	Соняшник	5885,4	А
Кукурудза на зерно	3636,2	В	Ярий ячмінь	678,0	В	Озимий ячмінь	249,6	В
Озимий ріпак	1781,0	В	Всього:	29094		Всього:	39813	
Ярий ріпак	1039,0	В						
Озимий ячмінь	782,4	В						
Всього:	37493,0							
	Відсоток			Відсоток			Відсоток	
А	80,7		А	78,1		А	80,5	
В	19,3		В	21,9		В	19,5	
<i>ДП «ДГ «Степне»</i>								
Озима пшениця	1860,0	С	Соняшник	2171,0	А	Соя	4066,0	А
Соя	1547,0	А	Соя	1547,0	В	Озима пшениця	2693,0	А
Соняшник	1299,0	А	Озима пшениця	570,0	С	Соняшник	847,0	А
Ярий ячмінь	307,0	В	Ярий ячмінь	267,0	С	Кукурудза на зерно	707,0	А
Багаторічні та однорічні трави (насіння)	240,0	В	Багаторічні та однорічні трави (насіння)	264,0	В	Ярий ячмінь	307,0	В
Кукурудза на зерно	207,0	В	Горох	172,0	В	Горох	49,0	А
Горох	124,0	С	Кукурудза на зерно	69,0	С	Вика	49,0	А
Гречка	50,0	С	Вика	26,0	С	Гречка	40,0	В
Вика	16,0	С	Гречка	19,0	С	Багаторічні та однорічні трави (насіння)	17,0	В
Багаторічні та			Багаторічні та			Багаторічні та		

Вид продукції	2009 р.	Група	Вид продукції	2010 р.	Група	Вид продукції	2011 р.	Група
однорічні трави (зелена маса)	8,0	С	однорічні трави (зелена маса)	4,0	С	однорічні трави (на сіно)	6,0	С
Багаторічні та однорічні трави (на сіно)	2,0	С	Багаторічні та однорічні трави (на сіно)	3,0	С	Багаторічні та однорічні трави (зелена маса)	4,0	С
Всього:	5660,0		Всього:	5112,0		Всього:	8785,0	
	Відсоток			Відсоток			Відсоток	
А	50,3		А	42,5		А	95,7	
В	13,3		В	38,8		В	4,1	
С	36,4		С	18,7		С	0,2	

Джерело: складено за даними річних звітів форми 50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»

Введення фіксованого розміру чистого доходу від реалізації рослинницької продукції з 1 га зібраної площі в якості меж для груп допомагає побачити наскільки суттєво різняться питомий вклад кожної групи з року в рік. При цьому визначення певних базових розмірів чистого доходу на 1 га для конкретного підприємства, які беруться за основу для розподілу продукції на групи, буде критичним для аналізу.

Висновки. Широко розповсюдженим явищем і проблемою багатьох менеджерів-початківців є прагнення зробити відразу занадто багато справ. Не слід забувати, що стрес виникає не від того, що ми зробили, а від того, що не встигли зробити. Тому доцільно дотримуватися принципу встановлення пріоритетів при виконанні усіх видів робіт. Єдина можливість впоратися з великою кількістю завдань, ділових зустрічей, домовленостей – це чітко та однозначно встановити для них пріоритети, орієнтуючись на досягнення власних цілей і виконання дійсно важливих справ. Завдяки цьому можна якнайкраще використовувати робочий день.

Для потреб менеджменту та маркетингу АВС-аналіз може бути використаний з однаковим успіхом та віддачею на одиницю затрачених зусиль на його впровадження в обох сферах діяльності. Особливості ж полягають в тому, що фахівцям-початківцям, на наш погляд, користуватися даним методом слід вдумливо, навіть з обережністю, чітко дотримуючись всіх технологічних рекомендацій, зокрема, поділу сукупності об'єктів за досліджуваними економічними характеристиками на три групи у такій пропорції: при визначенні кількості пріоритетних справ 15:20:65; а при маркетингових дослідженнях (поділ клієнтів, видів реалізованої продукції) – 75:20:5. Досвідчений експерт може варіювати як з кількістю досліджуваних груп, так і з відсотками, в яких вони співвідносяться.

Найбільш суттєвим для практичної корисності висновків, які будуть зроблені в результаті підсумкового АВС-аналізу, є правильний вибір крите-

рію для оцінки. Це може бути один простий критерій (наприклад, прибуток, збиток, собівартість) або деякий узагальнений показник на основі одночасного врахування декількох критеріальних показників зважених на ваговий коефіцієнт залежно від важливості їхнього впливу.

Література:

1. Балабанова Л. В. Організація праці менеджера : [навч. посіб.]. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : ВД “Професіонал”, 2004. – 304 с.
2. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера : [навч. посіб. для студ. екон. вузів.] / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – К. : «Кондор», 2002. – 518 с.
3. Эмануэль А. Азбука ABC-анализа / А. Эмануэль. // Маркетолог. – 2006. - № 8. – С. 14 – 22.
4. Скороходов В. А. Автоматизоване робоче місце менеджера : [навч. посіб.]. / В. А. Скороходов, І. М. Худякова. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 416 с.

УДК 339.138 : 338.43

ФОРМУВАННЯ ХАРАКТЕРИСТИК МОЛОКОТОВАРНОГО ПОТОКУ СІЛЬГОСППІДПРИЄМСТВ

Сердюк Т.М., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

У статті на основі методики комплексної інтегральної оцінки досліджено вплив характеристик молокоотоварного потоку на становище сільгоспідприємств-постачальників. Встановлено вагомість співпраці з ними за співвідношенням ціни і вартості молока.

The article examines the influence of characteristics of milk-commodity flow on the position of agricultural enterprises-suppliers based on the method of comprehensive integral assessment. The importance of cooperation with them is determined on the ratio of the price and the cost of milk.

Постановка проблеми. Ринок молока від сільгоспідприємств характеризується великою кількістю дрібних виробників, що поступово відмовляються від виробництва молока [4, с. 40], та подальшою тенденцією до нарощення частки ринку крупними аграрними компаніями [2, с. 6, 8]. Тому для молокопереробного підприємства існує необхідність у науково-обґрунтованому підході до розподілу постачальників відповідно до характеристик молокоотоварного потоку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методику комплексної інтегральної оцінки об'єктів маркетингу, при дослідженні конкурентоспроможності системи комунікацій, застосовано у роботах В.В. Добрянської, Н.І. Яловеги, В.В. Стеценка [1; 3; 5].

Постановка завдання. Дослідити результативність співпраці з сільгоспідприємствами-постачальниками молока на основі характеристик молокоотоварного потоку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика комплексної інтегральної оцінки об'єктів маркетингу [1, 86-88] складається з дев'яти етапів: