

I. M. Sevruk,  
аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

# МОДЕЛЮВАННЯ КОНФЛІКТНОСТІ ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

I. Sevruk,  
postgraduate student, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

## MODELING OF CONFLICT INTERACTION BETWEEN SUPPLIERS AND RETAILERS

**Проведено аналіз взаємодії між торговельними мережами та вітчизняними постачальниками на ринку товарів повсякденного попиту (FMCG) України на основі анкетування. Узагальнено найбільш поширені причини появи конфліктних ситуацій в межах ланки каналу розподілу "постачальник – роздрібна мережа". Побудовано модель бінарної логістичної регресії, яка дозволила ідентифікувати фактори появи конфліктів між контрагентами.**

**The analysis of the interaction between retailers and domestic suppliers in the fast-moving consumer goods market (FMCG) of Ukraine is conducted. The most common reasons of conflict situations emergence within the distribution channel level "supplier – retail chain" are summarized. The model of binary logistic regression to identify factors that cause the emergence of conflicts between contractors is built.**

*Ключові слова: торговельні мережі, постачальники, бінарна логістична регресія, моделювання, FMCG.*  
*Key words: retailers, suppliers, binary logistic regression, modeling, FMCG.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Неодноразові офіційні заяви у засобах масової інформації, скарги представників підприємств-постачальників товарів щодо тиску на них з боку великих міжнародних торговельних мереж, та наші власні спостереження спонукали нас до дослідження питання конфліктності взаємовідносин між міжнародними торговельними мережами та вітчизняними постачальниками з метою встановлення: підтвердження чи спростування припущення щодо наявності конфліктів між постачальниками та роздрібними мережами, причин їх виникнення, ступеню їх значущості на основі регресійного моделювання, а саме побудови моделей бінарної логістичної регресії для міжнародних мереж та постачальників.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

На практиці бінарна логістична регресія набула широкого використання у банківській сфері, зокрема що стосується побудови скорингових моделей оцінки кредитного ризику (оцінка фінансового стану нових клієнтів на основі аналізу кредитних історій) [1, 2], для проведення клінічних дослідів у медицині [3], соціології [4], у

споживчому скорингу для моделювання поведінки покупців [5] і т.д. Стосовно використання логістичної регресії у сфері оптової та роздрібною торгівлі виділимо праці таких вчених, як Т. Кужда [6], V.L. Migueis, Dirk B. Van den Poel та ін. [7], J.M. Carpenter, M. Moore [8], K.D. Lawrence, D.R. Pai, G. Kleinman [9]. Автори звертають увагу на можливість прогнозування обсягу продажу продукції з використанням регресійного моделювання [6], окреслюють особливості моделювання поведінки споживачів залежно від сфери діяльності (продуктовий сектор [7] чи сектор "одяг та аксесуари" [8]) та формату магазину, використовують логістичну регресію для передбачення настання події банкрутства певних роздрібних компаній в умовах кризи [9] тощо. Моніторинг сучасних досліджень щодо використання зазначеної регресії у сфері взаємовідносин між торговельними мережами та постачальниками показав відсутність таких на теренах України, однак слід відзначити праці російського вченого В. В. Радаєва, до наукових інтересів якого входить також аналіз корпоративних стосунків між представниками роздрібних мереж та постачальників на території Російської Федерації, у т.ч. шляхом використання логістичної регресії [10]. Спираючись на науко-

**Таблиця 1. Рівень конфліктності між роздрібними мережами та постачальниками та частота невиконання договірних зобов'язань, %**

№	Поведінка контрагента	Оцінки торговельних мереж	Оцінки постачальників
1	Чи виникали конфліктні ситуації з партнерами?		
1.1	Так	70	72
1.2	Ні	30	28
2	Розірвання договору партнером в односторонньому порядку:	46,6	44
2.1	у тому числі часто	3,3	4
3	Порушення партнерами строків оплати (для мереж) чи поставок та зобов'язань за товарним асортиментом (для постачальників):	83,3	80
3.1	у тому числі часто	18,3	28
4	Чи доводилось за власною ініціативою припинити роботу з партнером?		
4.1	Припиняли роботу на деякий час	33,3	36
4.2	Припиняли роботу повністю	46,7	12
4.3	Не доводилося припинити роботу	20	52

вий доробок автора, побудуємо адаптовану до реалій українського ринку модель бінарної логістичної регресії для міжнародних торговельних FMCG — мереж та їх постачальників.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Виходячи з цього, метою даної статті є побудова моделей бінарної логістичної регресії для підтвердження чи спростування гіпотези про наявність конфліктів між постачальниками та міжнародними торговельними мережами, а також встановлення ступеня впливу окремих факторів на рівень конфліктності.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для досягнення окресленої мети було зібрано кількісні дані шляхом опитування на основі спеціально розроблених анкет для менеджерів з продажу підприємств-постачальників та менеджерів відділів закупівель міжнародних торговельних FMCG — мереж, які мають ряд однакових або симетричних питань, що дозволило порівняти оцінки контрагентів по обміну. Всього було зібрано 55 анкет: по анкеті від 25 постачальників та по декілька анкет від менеджерів із закупівлі різних груп товарів 10 міжнародних торговельних FMCG — мереж, що діють на території України.

Аналіз зібраних даних дозволив побудувати модель бінарної логістичної регресії для постачальників та міжнародних торговельних мереж відповідно. Виходячи з цього, вбачаємо необхідність у теоретичному обґрунтуванні деяких сталих понять. Логістична регресія — це вид нелінійної множинної регресії, яка аналізує функціональну залежність між декількома незалежними змінними (регресорами) і залежною змінною [11]. Бінарна логістична регресія застосовується у тому випадку коли змінна може приймати тільки два значення [12]. Для того, щоб встановити, які фактори впливають на факт появи конфліктів між торговельною мережею та постачальником, і у якій мірі ми використали модель бінарної логістичної регресії, яка має вигляд наступного рівняння (адаптовано за [11, с. 48; 2, с. 6; 13, с. 45]):

$$P\{Y = 1 | X_1, \dots, X_n\} = \frac{e^Z}{1 + e^Z}, Z = B_1 X_1 + \dots + B_n X_n + u \quad (1)$$

де  $Y$  — залежна змінна, яка у даному випадку може приймати два значення: наявність чи відсутність конфліктів з контрагентами за останні декілька років

(0 — відсутність конфліктів, 1 — наявність конфліктів);  $B_i$  — невідомі параметри регресійного рівняння;  $u$  — константа; а до числа незалежних змінних  $X_i$  ми віднесли наступні.

- $X_1$  — індекс цінових вимог (варіюється від 0 до 6);
- $X_2$  — індекс бонусних вимог (від 0 до 6);
- $X_3$  — індекс сплати вартості послуг роздрібною мережі (від 0 до 6);
- $X_4$  — індекс додаткових послуг постачальника (від 0 до 6);
- $X_5$  — частота невиконання умов договору постачання, представлена як категоріальна змінна ("Ніколи" — 0, "Іноді" — 1, "Часто" — 2). Для мереж в якості такої змінної виступає частота невиконання зобов'язань постачальником за термінами поставок та товарним асортиментом, а для постачальників — частота невиконання зобов'язань торговельною мережею за термінами оплати поставленого товару;
- $X_6$  — розмір підприємства-мережі (0 — малі та середні, 1 — великі);
- $X_7$  — тип підприємства-постачальника (0 — дистриб'ютор, 1 — виробник).

Доцільність вибору зазначених незалежних змінних підтверджується існуючими дослідженнями та публікаціями (інтерв'ю) галузевих експертів у ЗМІ, розробкою проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю", що загалом дозволило розробити ряд питань для анкетування та зробити наступні припущення щодо наявності таких умов укладання договорів та їх виконання / невиконання, що сприяють настанню конфліктної ситуації аж до прецеденту розірвання договору та припинення співпраці.

Аналіз вищезазначених джерел показав, що досить часто при укладенні договорів міжнародні торговельні мережі прописують ряд додаткових умов для постачальників [14] таких, як цінові, бонусні вимоги, оплата додаткових послуг роздрібних мереж, а також додаткових послуг з боку постачальників, безкоштовних для мереж. Частоту використання кожної з додаткових вимог респондентам пропонувалось оцінити наступним чином: "ніколи", "іноді", "часто", що дозволило нам сформулювати чотири індекси частоти використання тієї чи іншої групи додаткових договірних умов шляхом підсумовування частот. Значення змінних за певною умовою варіюється від 0 до 2, а зважаючи на наявність

Таблиця 2. Змінні у рівнянні

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Індекс цінових вимог (0-6)	.520	.968	.289	1	.591	1.683
	Індекс бонусних вимог (0-6)	1.338	.677	3.909	1	<b>.048</b>	<b>3.813</b>
	Індекс сплати послуг роздрібною мережі (0-6)	.097	.713	.019	1	.892	1.102
	Індекс додаткових послуг постачальника (0-6)	-.749	1.082	.479	1	.489	.473
	Constant	-1.989	1.659	1.438	1	.230	.137

в кожному кластері по три додаткові позиції, індекси можуть приймати значення від 0 до 6 балів. Інтегральний індекс як сума чотирьох окремих індексів приймає максимальне значення на рівні 24. Варто також зазначити, що ми вважаємо додаткову договірну умову частотою, якщо її середня оцінка за шкалою від 0 до 2 перевищує одиницю. Якщо ж середня оцінка менше за одиницю, вважаємо умову такою, що рідко висувається.

Щоправда, розбіжності в інтересах сторін при укладенні договору являються не єдиною передумовою виникнення конфліктних ситуацій. Невиконання умов вже укладеного договору також є вагомою причиною появи конфліктів між партнерами. Аналіз отриманих анкетних даних надав можливість зробити певні висновки щодо частоти виникнення конфліктних ситуацій залежно від рівня невиконання умов договору між учасниками каналу розподілу.

Респондентам пропонувалось дати відповідь на ряд питань, на основі яких ми робили висновок про наявність конфліктів (табл. 1). Відповіді на запитання: "У випадку, якщо траплялись конфлікти з постачальниками / роздрібними мережами, як ваша компанія їх вирішувала?", які передбачали певні шляхи вирішення конфліктів, приймались за положення "конфлікти були", якщо ж респондент не міг відповісти на це запитання, то в такому випадку відповідь прирівнювалась до відсутності конфліктів.

Розірвання договору в односторонньому випадку відбувається практично у рівній кількості випадків: 46,6% торговельних мереж та 44% постачальників вказують на наявність таких претензій до контрагента, у тому числі часто розривають договір 3,3% постачальників та 4% мереж.

Щодо встановлення найбільш вагомих причин невиконання умов договору, було визначено, що найчас-

тіше постачальники скаржаться на порушення строків оплати з боку торговельних мереж (80%, у тому числі часто — 28%), а останні в свою чергу звинувачують постачальників у порушенні зобов'язань за термінами поставок товарів та товарним асортиментом (83,3%, у тому числі часто — 18,3%).

При аналізі відповідей респондентів на запитання "Чи доводилося вашій компанії за останні 2—3

роки за власною ініціативою припинити роботу з великим постачальником через порушення умов поставок?" / "Чи доводилося вашій компанії за останні 2—3 роки за власною ініціативою припинити роботу з великою роздрібною мережею через завищення вимог з боку останньої?" було встановлено, що більше 50% респондентів за власною ініціативою припинили співпрацю з партнером повністю або на деякий час, що свідчить про порушення зобов'язань та наявність конфліктних ситуацій. Причому, лише 20% торговельних мереж не доводилося припинити роботу з постачальниками за власною ініціативою, у той час як для постачальників цей процент значно вищий — 52%, що дозволяє зробити висновок про те, що роздрібні мережі справді мають більше ринкової влади, і досить часто зловживають своїм вигідним становищем, а постачальники зазвичай виступають потерпілою стороною.

Однак, дане положення не є правилом, оскільки, як бачимо з проведеного аналізу, порушення умов договору притаманне обом сторонам: як постачальникам, так і мережам. Щоправда, останні, користуючись більш впливовою владою у процесі ринкового обміну, все ж таки дозволяють собі більше порушень, особливо що стосується невиконання зобов'язань за термінами оплати товару. Зазначимо, що в даному випадку таке порушення не є наслідком фінансово-економічної кризи 2008—2009 рр., оскільки й раніше постачальники скаржились на самовільне відстрочення платежів мережами, що набрало значно більшої сили саме в період кризових явищ.

Повертаючись до моделювання конфліктності взаємовідносин у межах B2B відносин зауважимо, що у ході дослідження за допомогою програми SPSS Statistics нами було побудовано дві моделі: для торговельних мереж та постачальників окремо. Причому, було використано блоковий підхід, тобто включення факторів у модель відбувалось у два кроки.

У випадку з побудовою моделі для міжнародних роздрібних мереж в якості залежної змінної виступає наявність чи відсутність конфліктів. До незалежних змінних ми віднесли: чотири індекси додаткових договірних умов, розмір підприємства та частоту невиконання зобов'язань постачаль-

Таблиця 3. Змінні у рівнянні

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Індекс цінових вимог (0-6)	.383	1.280	.089	1	.765	1.466
	Індекс бонусних вимог (0-6)	1.171	.837	1.960	1	.162	3.226
	Індекс сплати послуг роздрібною мережі (0-6)	-.261	.924	.080	1	.778	.771
	Індекс додаткових послуг постачальника (0-6)	.762	1.714	.198	1	.657	2.143
	Розмір	-.666	1.752	.144	1	.704	.514
	Частота: Невиконання зобов'язань постачальником за термінами поставок та товарним асортиментом (категоріальна змінна по аналогії з індексом)	2.070	.988	4.389	1	<b>.036</b>	<b>7.926</b>
	Constant	-7.891	3.683	4.592	1	.032	.000

Таблиця 4. Змінні у рівнянні

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Індекс цінових вимог_(0-6)	-1.927	1.024	3.540	1	.060	.146
	Індекс бонусних вимог_(0-6)	.162	.553	.086	1	.769	1.176
	Індекс сплати послуг роздрібно́ї мережі_(0-6)	1.019	.738	1.906	1	.167	2.770
	Індекс додаткових послуг постачальника_(0-6)	-.016	.625	.001	1	.979	.984
	Constant	6.727	3.591	3.510	1	.061	834.480

ником за термінами поставок та товарним асортиментом. Остання змінна була визначена як найбільш доцільна для включення в модель внаслідок попереднього аналізу щодо значущості впливу кожного окремого фактора на наявність конфліктів, коли було вирішено об'єднати два найбільш вагомих варіанти відповіді на основі виведення середнього значення.

Варто зауважити, що на першому етапі серед всіх чотирьох індексів додаткових договірних умов регресійний коефіцієнт виявився значущим на рівні 5% лише для частоти бонусних вимог ( $p < 0,05$ ), що підтверджує гіпотезу про вагому роль даної умови як чинника появи конфліктів між сторонами, а отже можемо говорити про те, що підвищення частоти пред'явлення бонусних вимог здатне збільшити ймовірність появи конфліктів у 3,8 разів (табл. 2).

Розрахунок коефіцієнтів моделі та перевірка на значущість показали, що включення додаткових змінних на другому етапі побудови моделі ініціює певні зміни. Якщо блокове включення індексів на першому кроці показало значущість індексу бонусних вимог, то на другому кроці цей індекс перестає бути значущим, щоправда, все одно вирізняється на тлі загального ряду. Натомість незалежна змінна частоти невиконання зобов'язань постачальником за термінами поставок та товарним асортиментом продемонструвала значущість на рівні 0,036, що підвищує ймовірність виникнення конфліктів майже у 8 разів. Усі ж інші змінні згідно з моделлю виявились незначущими (табл. 3).

У випадку з побудовою моделі для постачальників в якості залежної змінної виступає наявність чи відсутність конфліктів. До незалежних змінних ми віднесли: чотири індекси додаткових договірних умов, тип підприємства та частоту невиконання зобов'язань торговельною мережею за термінами оплати поставленого товару.

Аналогічно моделі для торговельних мереж на першому етапі побудови логістичної регресії для постачаль-

ників ми включаємо блоком чотири індекси додаткових договірних умов. Розрахунок регресійних коефіцієнтів та перевірка їх значущості всупереч всім очікуванням показали, що ні один з регресійних коефіцієнтів (індексів додаткових договірних умов) на даному етапі не є значущим на рівні 5% ( $p < 0,05$ ) (табл. 4).

Розрахунок коефіцієнтів моделі та перевірка на значущість показали, що при включенні додаткових змінних на другому етапі блокового підходу до побудови моделі з'являється значущий коефіцієнт: частота невиконання зобов'язань торговельною мережею за термінами оплати поставленого товару, яка значуща на рівні 0,034, що підвищує ймовірність виникнення конфліктів майже у 9 разів. Усі ж інші змінні згідно моделі виявились незначущими (табл. 5).

### ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, що пред'явлення торговельними мережами додаткових умов (особливо бонусних вимог) при укладанні контракту безперечно породжує ряд невдоволень та скарг з боку постачальників, однак, як показала модель бінарної логістичної регресії, дана складова є лише однією з причин появи конфліктів. Невиконання умов вже укладеного договору є набагато вагомішим фактором, що в значній мірі підвищує ризик появи конфліктів. Причому для обох варіантів моделі даний коефіцієнт показав високий рівень значущості, а отже, зауважимо, що умови виконання договору постачання (невиконання зобов'язань постачальником за термінами поставок та товарним асортиментом, а також невиконання зобов'язань торговельною мережею за термінами оплати поставленого товару) є значно важливішими для сторін, аніж попередні умови укладання договору. Такі елементи, як розмір торговельної мережі: велика або середня (мала), чи тип постачальника: виробник або дистриб'ютор, не є значущими у нашому випадку, тобто ймовірніше за все ніяк не

впливають на факт появи конфліктів між контрагентами.

Виходячи з проведеного аналізу, перспективами подальших досліджень є визначення напрямків оптимізації співпраці між вітчизняними постачальниками та міжнародними торговельними мережами на ринку товарів повсякденного попиту України.

Таблиця 5. Змінні у рівнянні

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	Індекс цінових вимог_(0-6)	-2.398	1.532	2.450	1	.118	.091
	Індекс бонусних вимог_(0-6)	-.210	.823	.065	1	.798	.810
	Індекс сплати послуг роздрібно́ї мережі_(0-6)	1.709	1.046	2.670	1	.102	5.526
	Індекс додаткових послуг постачальника_(0-6)	-.198	1.119	.031	1	.859	.820
	Частота: Невиконання зобов'язань торговельною мережею за термінами оплати поставленого товару (категоріальна змінна)	2.163	1.021	4.489	1	.034	<b>8.698</b>
	Ваша компанія є компанією-виробником чи займається тільки дистрибуцією товарів?	-.545	1.922	.080	1	.777	.580
Constant	7.215	4.576	2.486	1	.115	1359.456	

Література.

1. Hu Y.Ch., Ansell J. Measuring Retail Company Performance Using Credit Scoring Techniques / Yu-Chiang Hu, Jake Ansell // European Journal of Operational Research. — 2007. — No. 183. — P. 1595—1606.
2. Чистяков М.И. Метод оценки кредитного риска / М.И. Чистяков // Системный анализ в науке и образовании. — 2012. — № 4. — С. 1—10.
3. Кнышов Г.В. Сравнительный анализ эффективности применения информационно-энтропийного и статистических методов для оценки риска развития острой сердечной недостаточности / Г.В. Кнышов, А.В. Руденко, Е.А. Настенко и др. // Клиническая информатика и Телемедицина. — 2012. — Т. 8. — Вып. 9. — С. 73—79.
4. Горяинова Г.Р., Слепнёва Т.И. Методы бинарной классификации объектов с номинальными показателями / Г.Р. Горяинова, Т.И. Слепнёва // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2012. — № 2 (14). — С. 27—49.
5. Clottey, T. A., Collier, D. A., Stodnick, M. Drivers Of Customer Loyalty In A Retail Store Environment / Toyin A. Clottey, David A. Collier, Michael Stodnick // Journal of Service Science. — Third Quarter 2008. — Vol. 1. — No 1. — P. 35—48.
6. Kuzhda T. Retail sales forecasting with application the multiple regression / T. Kuzhda // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — Вип. 1 (6). — С. 91—101.
7. Migueis V.L., Van den Poel Dirk, Camanho A.S., Falcro e Cunha, Joro Modeling partial customer churn: On the value of first product-category purchase sequences / V.L. Migueis, Dirk Van den Poel, A.S. Camanho, Joro Falcro e Cunha // Expert Systems with Applications. — 2012. — №39. — P. 11250—11256.
8. Carpenter, J. M., Moore, M. Product Attributes and Retail Format Choice among U.S. Apparel Purchasers / Jason M. Carpenter, Marguerite Moore // Journal of Textile and Apparel, Technology and Management. — 2010. — Vol. 6. — Iss. 4. — P. 1—11.
9. Lawrence K.D., Pai D.R., Kleinman G. Bankruptcy Prediction in Retail Industry Using Logistic Regression / Kenneth D. Lawrence, Gary Kleinman (ed.) // Financial Modeling Applications and Data Envelopment Applications (Applications of Management Science). — 2009. — Vol. 13. — P. 61—69.
10. Радаев В.В. Рыночная власть и рыночный обмен: отношения розничных сетей с поставщиками / В.В. Радаев // Российский журнал менеджмента. — 2009. — Т. 7. — № 2. — С. 3—30.
11. Котенко Д.О. Порівняльна характеристика сучасних моделей аналізу індивідуального кредитного ризику та напрями їх удосконалення / Д.О. Котенко // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. — 2013. — № 3. — С. 45—53.
12. Кузнєцова Н.В., Бідюк П.І. Порівняльний аналіз характеристик моделей оцінювання ризиків кредитування / Н.В. Кузнєцова, П.І. Бідюк // Вестник ХНТУ. — 2010. — № 1 (34). — С. 52—62.
13. Радаев В.В. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле / В.В. Радаев // Экономическая социология. — 2009. — Т. 10. — № 1. — С. 19—56.
14. Арасланова-Абраменкова А. По ту сторону баррикад / А. Арасланова-Абраменкова // Ритейл. — 2012. — № 1. — С. 48—49.

References:

1. Hu, Y.Ch. Ansell, J. (2007), "Measuring Retail Company Performance Using Credit Scoring Techniques", European Journal of Operational Research, vol. 183, pp. 1595—1606.
  2. Chistyakov, M.I. (2012), "Method of assessing the credit risk", Sistemnyj analiz v nauke i obrazovanii, vol. 4, pp. 1—10.
  3. Knyshev, G.V. (2012), "Comparative analysis of the effectiveness of information-entropy and statistical methods to assess the risk of acute heart failure", Klinicheskaja informatika i Telemedicina, vol. 8, no. 9, pp. 73—79.
  4. Goryainova, G.R. Slepneva, T.I. (2012), "Methods for binary classification of objects with nominal variables", Zhurnal Novoj jekonomicheskoy asociacii, vol. 2 (14), pp. 27—49.
  5. Clottey, T. A. Collier, D. A., Stodnick, M. (2008), "Drivers Of Customer Loyalty In A Retail Store Environment", Journal of Service Science, vol. 1, no. 1, pp. 35—48.
  6. Kuzhda, T. (2012), "Retail sales forecasting with application the multiple regression", Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava, vol. 1 (6), pp. 91—101.
  7. Migueis, V.L. Van den Poel, Dirk, Camanho, A.S. Falcro e Cunha, Joro (2012), "Modeling partial customer churn: On the value of first product-category purchase sequences", Expert Systems with Applications, vol. 39, pp. 11250—11256.
  8. Carpenter, J. M. Moore, M. (2010), "Product Attributes and Retail Format Choice among U.S. Apparel Purchasers", Journal of Textile and Apparel, Technology and Management, vol. 6, iss. 4, pp. 1—11.
  9. Lawrence, K.D. Pai, D.R., Kleinman, G. (2009), "Bankruptcy Prediction in Retail Industry Using Logistic Regression", Financial Modeling Applications and Data Envelopment Applications (Applications of Management Science), vol. 13, p. 61—69.
  10. Radaev, V.V. (2009), "Market power and market exchange: the relationship between retailers and suppliers", Rossijskij zhurnal menedzhmenta, vol. 7, no. 2, pp. 3—30.
  11. Kotenko, D.O. (2013), "Comparative characteristics of modern models of analysis of individual credit risk and areas of improvement", Molodizhnyj naukovyj visnyk UABS NBU, Seria: Ekonomichni nauky, vol. 3, pp. 45—53.
  12. Kuznetsova, N.V. Bidyuk, P.I. (2010), "Comparative analysis of performance evaluation models of credit risk", Vestnik HNTU, vol. 1 (34), pp. 52—62.
  13. Radaev, V.V. (2009), "Economic struggle and social ties: the structure of competitive relations in the new Russian retail", Jekonomicheskaja sociologija, vol. 10, no. 1, pp. 19—56.
  14. Araslanova-Abramenkova, A. (2012), "At the other side of barricades", Riteyl, vol. 1, pp. 48—49.
- Стаття надійшла до редакції 12.05.2014 р.*