

сутності, обігу, методичних підходів до розрахунку показників ефективності використання необоротних та оборотних активів.

Останнім напрямом проведення фінансового аналізу є аналіз прогнозування фінансового стану підприємства [6], який включає аналіз прогнозування банкрутства, аналіз кредитоспроможності підприємств, узагальнююча оцінка результативності господарської діяльності за окремими бізнес-напрямами, прогнозна оцінка розвитку бізнесу. Перелічені напрями проведення аналізу дозволить чітко визначити перспективи та можливості підприємства щодо удосконалення та розвитку своєї діяльності на цільових сегментах ринку, а також оцінити можливі плановані фінансові результати майбутніх грошових потоків.

Отже, виділені напрями фінансового аналізу підприємства, а саме аналіз фінансових результатів, аналіз інвестиційної діяльності, аналіз фінансового стану та стійкості, аналіз ефективності та інтенсивності використання капіталу, аналіз прогнозування фінансового стану, дозволяють провести глибокий аналіз фінансової діяльності, а також розробити точні прогнози щодо перспектив діяльності як у короткостроковому, так і середньостроковому плануванні.

#### Список використаних джерел

1. Фесенко В. В., Воронцова Л. А. Аналіз фінансових результатів підприємств України. Ефективна економіка. 2020. № 1. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.1.3](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.3)
2. Горлачук В. В. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: навчальний посібник. Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. 308 с.
3. Соколова Л. В. Ретроспективний аналіз фінансових результатів функціонування суб'єктів господарювання України / Л.В. Соколова, Г.М. Верясова, О.Є. Соколов // Інфраструктура ринку. – 2019. – Випуск 31. – С. 376-385.
4. Варченко О.М. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Інноваційна економіка. 2016. № 3-4. С.29-38.
5. Козяр Н. О. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2019. № 16. С. 67–76. DOI: [10.32702/2306-6792.2019.16.67](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.16.67)
6. Пономарьов Д.Е. Прогнозування показників фінансового стану підприємства як основа формування фінансової стійкості. Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2016. № 1(75). С. 49–54.

#### УДК 658.8.339.1

ДРУЗЬ М.С., магістрант

Науковий керівник – **ШЕВЧЕНКО А.О.**, канд. екон. наук, доцент

*Білоцерківський національний аграрний університет*

#### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ

У роботі досліджено сутність мережевого ритейлу, зроблено аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку провідних вітчизняних торговельних мереж, зокрема, групи ТОВ «Сільпо – Фуд» та показані особливості функціонування крупноформатних підприємств торгівлі в умовах воєнного стану.

**Ключові слова:** мережа вітчизняного ритейлу, торговельна марка, споживацький попит, власні торгові марки, товарний асортимент.

В умовах жорсткого конкурентного середовища у вітчизняній роздрібній торгівлі інтенсивний розвиток мережевого ритейлу набуває важливого значення для всебічного задоволення потреб споживачів.

Мережевий ритейл – це сукупність одноформатних магазинів, які об'єднані одним власником, єдиною товарною політикою та єдиною системою закупівлі і логістики[1]. Широке використання мережевих структур дає можливість налагоджувати більш раціональну логістику, самим вибирати товаропостачальників, економити на масштабах, пропонувати споживачам більш якісні товари на різних умовах продажу. Концентрація торгівлі у великих торговельних мережах сприяє залученню в їхній обіг крупних інвестицій на вигідних умовах та використання сучасних стратегій менеджменту.

Вітчизняний ритейл характеризується великим різноманіттям торговельних форматів, які розрізняються в основному розмірами площ, зокрема, супермаркети та гіпермаркети. Користуються популярністю у споживачів і «магазини біля дому».

Аналіз діяльності п'ятнадцяти самих крупних ритейлерів України за 2020 рік показав, що їх загальний виторг склав 427 млрд грн. і складає 18,5% від сукупного виторгу 100 найбільших приватних компаній України. Найбільший виторг у АТБ (123,9 млрд грн), Fozzy Group ( 80,2 млрд грн), «Епіцентр» ( 50,4 млрд грн ). А сукупний прибуток ритейлерів становить 7,3 млрд грн. Крім того, на ритейл працює 211000 людей і ритейлери являються найбільшими роботодавцями серед приватних компаній[2].

Серед крупних торговельних мереж значну цікавість представляє діяльність групи ТОВ « Сільпо – Фуд». Станом на 31 грудня 2021 року кількість співробітників групи налічувала 42938 чоловік. Дохід ( без ПДВ) склав 72,8 млрд грн, торговий оборот мережі (без ПДВ) склав 58,8 млрд грн. Зростання торгового обороту мережі у 2021 році в порівнянні з 2020 роком склало 18,31%. Загальна торговельна площа зросла з 339,8 тис. м. кв. у 2017 році до 484,2 тис. м. кв. у 2021 році. За цей же період кількість магазинів зросла із 235 до 333 штук. Група здійснює власний імпорт продукції без посередників із 86 країн та має 790 постачальників[3].

Торговельна мережа активно виступає за споживання місцевих продуктів та підтримує розвиток малого вітчизняного бізнесу, зокрема, фермерів. Так, 170 невеликих господарств реалізують свою продукцію в мережі. Асортимент торгових об'єктів групи нараховує до 20000 найменувань продукції.

Група ТОВ « Сільпо – Фуд» розвиває 25 власних торгових марок, а також має власне виробництво з випікання хлібобулочних та кондитерських виробів, виготовлення кулінарних страв, має 235 кулінарних, 32 кондитерських цехів та 119 пекарень.

Торговельна мережа може пишатися своєю логістикою. Загальна площа всіх розподільчих центрів – 188001,53 м. кв. і обробляє 1200000 тон вантажу.

Війна внесла суттєві корективи у потреби споживачів та роботу мережевого ритейлу. Однак вміння адаптуватися до нових умов виживання дозволило вітчизняному ритейлу вижити та поступово скорочувати свої втрати, які за перші

два місяці війни складала \$9,8 млрд. Від початку воєнних дій були закриті 29% магазинів – членів Асоціації ритейлерів України. Зараз цей показник становить 10% [2].

Наразі група ТОВ «Сільпо – Фуд» шукає можливості розширити свою мережу за рахунок відкриття своїх магазинів в Польщі. Група планує зробити акцент на відкриття концептуальних магазинів з широкою пропозицією продуктів преміум – класу, щоб незалежно від війни пропонувати найкращий сервіс і розвиватися в подальшому.

#### Список використаних джерел

1. Торговельні мережі оптимізують бізнес [Електронний ресурс]. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/8-torgovelni-merezhi-optimizuyut-biznes>.

2. Офіційний сайт Асоціації ритейлу України [Електронний ресурс]. URL: <https://ain.business/2021/07/08/top-10-produktovyh-merezh-ukrayiny-za-kilkisty-magaziniv/>

3. Офіційний сайт мережі «Fozzy Group» [Електронний ресурс]. URL: [www.fozzyshop.com](http://www.fozzyshop.com)

**УДК: 338.242.4.025.2:339.9(477):355.018**

**КОРНІЄНКО В. М.**, студентка 4 курсу

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

*Білоцерківський національний аграрний університет*

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ**

Розглянуто зміст, складові, інструменти державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, його особливості за умов війни. Обґрунтовано необхідність постійного оновлення, адаптації та вдосконалення його механізмів.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, державне регулювання, тарифна політика, експорт, імпорт, валютна політика, інвестиційна діяльність.

Зовнішня торгівля є важливим елементом економіки будь-якої країни. Наша держава, як і будь-яка інша, залежна від зовнішньоекономічної діяльності, тому державне регулювання є надзвичайно важливим для забезпечення стабільності національної економіки. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні має на меті захистити національні інтереси, зберегти економічну стабільність та забезпечити конкурентоспроможність національних товарів та послуг на світовому ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність відносин суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, побудованих на принципах взаємної вигоди, еквівалентного обміну і дотримання положень міжнародного права [1], [2].

Одним з інструментів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності є митно-тарифне регулювання – тарифна політика. Держава передусім встановлює мита на імпорتنі товари з метою захисту вітчизняних виробників від