

5) ритмічність виробництва – метод розрахунків коефіцієнтів: ритмічності, варіації, аритмічності;

6) факторний аналіз – методи детермінованого факторного аналізу обсягів виробництва: індексний, ланцюгових підстановок, абсолютних різниць.

Після проведення всіх етапів аналізу, проводиться подальше планування діяльності виробництва продукції підприємства із необхідними корективами.

Підсумовуючи, можна сказати, що всебічний аналіз виробничої діяльності підприємства, дає можливість виявити резерви підвищення ефективності його діяльності. На жаль, ми не можемо провести глибокий аналіз через брак даних у вільному доступі, тому подальше планування роботи підприємства буде здійснюватися на існуючих даних та з урахуванням можливих змін.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гнатенко Є. П. Аналіз збалансованості обсягів виробництва та реалізації продукції на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2310>
2. Замула І.В., Іваненко В.О. Аналіз обсягів виробництва промислової продукції на основі даних статистичної звітності. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2021, № 4. С. 166-173.
3. Сімоненко І.В., Косова Т.Д. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018, 470 с.
4. Петрович, Й.М.: Економіка підприємства. Львів: Магнолія, 2016. 450 с.
5. Паршин Ю.І., Паршина О.А. Основи економічного аналізу: навч. посіб. Дніпро: ФОП Дробязко С.І., 2020. 180 с.
6. Антонюк О.П., Ступницька Т.М. Економічний аналіз (практикум): посібник. Київ: Патерик, 2021. 320 с.
7. Рибчук А.В., Ковенська О.А., Антофій Н.М., Покотилова В.І. Економічний аналіз: теорія і практика: навч.-метод. посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 220 с.

**Кривуліна С. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗДРІБНИХ ПРОДАЖІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРИВАЛИХ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ**

Насамперед, наразі в Україні можна помітити негативні явища в економіці, які зумовлені передусім дестабілізацією регіонів в умовах воєнного стану, що призводить до дисбалансу розвитку більшості галузей, у тому числі і торгівлі.

Саме в таких умовах тривалого дисбалансу ринкової кон'юнктури керівництво торговельних підприємств потребує повної та всебічної інформації щодо стану як внутрішніх чинників, так і зовнішнього середовища загалом (попит на товари, цінову політику конкурентів, соціальні тенденції тощо).

Метою статті, насамперед, є визначення основних тенденцій розвитку роздрібною торгівлі в умовах економічної кризи та воєнного стану в країні, а також визначення напрямів подальшого перспективного її розвитку.

Особливостям роздрібною торгівлі в умовах тривалих економічних криз присвячені праці таких вчених як Зінченко О., Верхоглядова Н., Тимофеева О., Гонський М., Кріковцев О. та інших.

Роздрібна торгівля є складовою економіки, що спричиняє виникненню інтересу і з боку торгівлі, і маркетингу, і логістики. Крім того, динаміка роздрібною торгівлі відіграє роль чинника економічного стану в цілому. Економічна роль виявляється в раціональній організації циклу «виробництво-споживання» і обороту коштів [4]. В той же час, торгівля має вплив на підтримку соціальної стабільності в країні.

Під час економічних криз, що характеризуються й стрімким падінням ВВП, інфляцією, зниженням доходів, роздрібна торгівля стикається з колом проблем, які спричинили наступні зміни: сервіс став нижчої якості, відбулося зuboжіння вибору товарів в цілому, досі лідирують іноземні товари замість українських, стрімко підвищуються ціни на товар та ін.

Слід зауважити, що на підвищення показників товарообігу загалом мають вирішальний вплив 2 чинника: збільшення показників закупівлі товарів та показників зростання відповідно й їх цін. І для нашої держави другий фактор є більш характерним. Однак аналіз динаміки індексу споживчих цін визначає, що поряд із підвищенням цін на продукцію збільшуються показники закупівлі продукції населенням, оскільки індекс роздрібною товарообігу підвищується набагато швидше, ніж індекс інфляції.

Динаміка товарообігу торговельної діяльності, насамперед, залежить від впливу різних чинників, серед яких важлива кількість роздрібних торговельних підприємств із належним устаткуванням, їх розмір; запровадження новітніх моделей організації торгівлі загалом, ефективні напрями діяльності посередників просування товарів тощо [2]. В свою чергу, роздрібний товарообігу

українських підприємств в умовах кризи утворюється за рахунок розвитку роздрібною торгівлі через торговельну мережу. Як зазначає Кріковцев О., «тенденція щорічного зменшення кількості об'єктів торгівлі за умови обсягів товарообігу до збільшення, дозволяє зробити висновок про те, що великі учасники ринку поглинають своїх конкурентів» [5]. Це означає, що дрібні торговельні підприємства кооперуються для протистояння зовнішньому конкурентному середовищу, оскільки великі торговельні мережі можуть легко вносити зміни у свою маркетингову політику.

Також наразі важливим моментом у сфері роздрібною торгівлі в умовах кризи та воєнного стану є виникнення новітніх торговельних форматів та актуалізація великих торговельних мереж, котрих розрізняють за наступними ознаками: за територією; за форматом; за кількістю власних торговельних підприємств; за обсягами діяльності; за стратегічними пріоритетами у сфері асортиментної політики [1].

Слід зазначити, що в Україні зараз існують всі вищеперелічені формати роздрібною торгівлі. В умовах сьогодення в Україні спеціалізовані мережі, які передусім тримають свій вектор на одноформатність і велике територіальне охоплення, лідирують на ринку продуктів харчування за показниками темпів зростання, кількості магазинів й, власне, роздрібною товарообігу в цілому. За цих умов головною організаційною формою торговельних мереж є «гіпермаркет» та «дискаунтер» [3].

Отже, наразі в умовах економічних тривалих криз українські торговельні мережі мають сконцентрувати свої сили на інтенсивному напрямку розвитку – збільшенні ефективності за рахунок скорочення витрат і відповідно зростання товарообороту. Внаслідок зростання вимог покупців це має відбуватися не за рахунок зниження якості товарів. Потрібно оптимізувати бізнес-процеси, використовуючи концепції маркетингу, логістики, процесного менеджменту відповідно на основі системного підходу.

В свою чергу, підхід системного управління максимізує кінцеві результати діяльності українських торговельних підприємств, забезпечуватиме стійкість підприємств та відповідну адаптацію до несприятливих факторів ззовні, забезпечить обрання відповідних рішень з безлічі варіантів. Зараз українським підприємствам під час тривалої кризи, слід звернутися до категорійного

менеджменту. Саме його застосування дозволить змінити взаємовідносини роздрібних торговельних посередників через спільне співробітництво та спільне ведення бізнесу в межах конкурентного середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Верхоглядова Н. Роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1272>.
2. Зінченко О.М. Дослідження стану розвитку роздрібної торгівлі України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2011. № 2. С.168-172.
3. Тимофеева О. Розвиток українських торговельних мереж на сучасному етапі. *Економіка і регіон*. 2007. № 2(13). С. 68-72.
4. Гонський М. Тенденції розвитку комерційної діяльності вітчизняних роздрібних торговельних мереж. URL: <http://allretail.ua/topics/29132>.
5. Криковцев О. Тенденції розвитку торговельних мереж. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=71612>.

**Крохмаль І. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **АЛГОРИТМІЗАЦІЯ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ**

Діяльність підприємства неможливо уявити без алгоритму прийняття господарських рішень. Адже він сприяє розвитку економічного стану підприємства та всієї роботи підприємства. Багато вчених трактують поняття визначення прийняття господарських рішень по різному, серед яких В. Василенко, Д. Дерлоу, Л. Донець, В. Кігель, С. Клименко та О. Дуброва, Б. Мильнер, Ю. Петруня та інші [1-3]. Однак, незважаючи на зміни в економічній діяльності підприємства, на мою думку, не існує єдиного визначення прийняття бізнес-рішень. Тому що господарська діяльність підприємства може змінюватися з кожним роком.

Залежно від цих рішень формується подальша діяльність підприємства. Але є одна проблема, що різні доктрини по-різному трактують поняття прийняття рішень, що не дуже добре впливає на подальшу діяльність підприємства. Дане дослідження зосереджене на прийнятті господарських рішень. При вивченні поняття господарського рішення необхідно визначитись з його