

Мироненко А. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПОТУЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ УМОВ ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ**

Економіка України вже більше року потерпає від воєнних дій. Але, станом на березень 2023 року можна сказати, що економіка продовжила функціонувати, незважаючи на широкомасштабні воєнні дії в країні. Актуальність обраної теми полягає в тому, що все ж таки виробничі потужності суб'єктів господарювання значно скоротилися або взагалі знаходяться в умовах застою, що, в свою чергу, необхідно змінити.

Вітчизняні вчені досліджують проблеми розвитку підприємництва в країні та визначають найбільш перспективні чинники його розвитку. Зокрема, ці питання розглядають такі вчені: В.П. Головащенко [2], П.В. Пашко [6], Р.В. Грінченко [3], А.В. Сидорова [2] та ін. Однак, питання особливостей функціонування бізнесу в умовах воєнної економіки недостатньо вивчені та вимагають уточнення з метою підтримки національної економіки та відродження країни.

Дослідження має на меті аналіз того, як криза вплинула на обсяги виробництва підприємств та визначити напрями їх підвищення в сучасних умовах. Криза, спричинена військовими діями на території України, визначила нові умови становлення й розвитку діяльності суб'єктів господарювання. Тому зараз надзвичайно важливо своєчасно реагувати на зміну зовнішніх факторів для підтримання стабільної діяльності підприємств та покращення їх фінансово-економічних результатів [4, с. 93-94].

Наявність достатньої виробничої потужності дозволяє підприємству забезпечувати попит на свої продукти чи послуги та розвиватися. З іншого боку, недостатня виробнича потужність може призвести до втрати попиту на продукцію або послуги, що може стати на шляху до успіху підприємства.

Отже, виробнича потужність є ключовим показником, який впливає на ефективність, рентабельність та здатність підприємства задовольняти попит на продукти чи послуги. Звісно, не можливо не вказати на вплив логістики на скорочення виробничих потужностей. Логістичний ринок зазнав значних потрясінь. Ірина Бойчик у своїй статті [1, с. 16-17] зазначила, що його втрати

пов'язані з тим, що багато територій опинилися відрізнаними від сполучення та налагоджені ланцюги поставок втратили свою актуальність, а також руйнуванням залізничних колій та об'єктів залізничної інфраструктури у деяких областях України.

Однак, незважаючи на ці фактори, є кілька напрямів, які можуть допомогти збільшити виробничу потужність підприємства в умовах воєнної економіки: оптимізація виробничих процесів: необхідно зменшити кількість ресурсів, необхідних для виробництва продукції шляхом оптимізації процесів виробництва. Наприклад, використовувати більш ефективні технології, зменшувати відходи виробництва та оптимізувати логістику; розширення виробничих можливостей: для збільшення виробничої потужності можна розглядати можливість розширення виробничих площ та відкриття нових виробничих ліній, а також інвестування в додаткове обладнання та розширення штату працівників; підвищення продуктивності працівників: важливо забезпечити найкращі умови для працівників та навчити їх найефективнішим методам роботи.

Це може допомогти збільшити продуктивність працівників і знизити кількість часу, необхідного для виробництва продукції; підвищення рівня автоматизації: використання більш автоматизованих технологій може допомогти зменшити залежність від робочої сили та збільшити продуктивність виробництва. Наприклад, використання роботизованих систем може знизити кількість часу та ресурсів, необхідних для виробництва продукції; співпраця з іншими компаніями: в умовах воєнної економіки важливо співпрацювати з іншими компаніями, щоб зменшити конкуренцію та забезпечити додаткові можливості для виробництва продукції.

Важливо зазначити, що в умовах воєнної економіки найважливішим є планування та прогнозування з урахуванням нестачі ресурсів та збільшення ризику воєнних конфліктів. Такі умови потребують гнучкого та адаптивного підходу до виробництва та бізнес-стратегії.

Отже, економічна діяльність в Україні є складною і нестабільною, але підприємства намагаються поновлювати виробництво, збільшувати обсяги продажів та покращувати свої фінансові результати. Це є досить складним в сучасних умовах господарювання, саме тому важливим завданням нашої країни має стати прийняття усіх необхідних законодавчих проектів, які б сприяли

розвитку бізнесу, поліпшенню бізнес-середовища та формуванню ґрунту для економічного злету України в післявоєнний час та її розквіту як сучасної держави.

Список використаних джерел:

- 1 Бойчик, І. Підприємництво в умовах війни: стан і можливості: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. [Тернопіль, 26-28 трав. 2022 р.]. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. С. 16-17.
- 2 Головащенко В.П., Сидорова А.В. Сучасне бізнес- середовище України. Вісник СНТ. 2018. Т. 1. № 10. С.145-148.
- 3 Грінченко Р.В. Тенденції розвитку підприємництва в Україні. *Інтелект XXI*. 2019. № 3. С. 133-137.
- 4 Доценко І.О. Стратегічне управління діяльністю суб'єктів господарювання України в умовах воєнного стану. 2022. Baltija Publishing. С. 93-94. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-13>
- 5 Жосан Г.В., Хірса І.М. Особливості підприємницької діяльності в умовах воєнного стану в Україні. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. № 14. С. 25-31.
- 6 Пашко П.В. та ін. Підприємництво в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку: монографія. Ірпінь: Університет державної фіскальної служби України, 2019. 476 с.
- 7 Причепя І.В. Перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17096/2270.pdf?sequence=3>

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Абдувохїдов Шахзоджон

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У сучасній Україні торгівля – одна з найстабільніших галузей економіки, що динамічно розвиваються. Виникнення нових форматів, зміни в оптовій торгівлі, поява на вітчизняному ринку великих іноземних роздрібних компаній, перетворення в комунікаційному середовищі – все це призводить до посилення конкуренції на вітчизняному споживчому ринку та ставить питання про використання найсучасніших концепцій управління торговими підприємствами [2].

Роздрібна торгівля, з точки зору маркетингу, чи діяльність з продажу товарів кінцевим споживачам є важливим елементом ринкової стратегії виробників, оскільки полегшує їм процес роботи з цільовою аудиторією та