

УДК 330.3:321

Шляхи удосконалення збутової діяльності підприємств в умовах війни

Мельникова Катерина Валеріївна,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: melnikovakv@yahoo.com;

Храмцов Тимур Русланович,

здобувач 4 курсу першого (бакалаврського) рівня, ННІ менеджменту і маркетингу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: emailforschul@gmail.com

Головним завданням підприємств України в умовах війни стає пошук ефективних шляхів удосконалення збутової діяльності, які дозволяють втримати конкурентоспроможність і забезпечити стабільні продажі в процесі реалізації продукції. Зміна ринкової кон'юнктури, логістичні обмеження, нестача фінансових ресурсів і зниження платоспроможності споживачів змушують бізнес адаптуватися до нових умов.

Підприємницький сектор виступає одним із ключових чинників забезпечення стабільного функціонування національної економіки в умовах воєнного стану. Саме бізнес-структури відіграють провідну роль у постачанні ринку та населення необхідними товарами та послугами, наповненні бюджетів усіх рівнів податковими надходженнями, створенні робочих місць і формуванні конкурентного середовища.

Водночас військові дії призвели до масштабних руйнувань промислових підприємств і транспортної інфраструктури, розриву логістичних ланцюгів, енергетичного дефіциту, скорочення обсягів виробництва, підвищення собівартості продукції та зниження купівельної спроможності населення. Крім того, зберігаються проблеми корупції та нестабільності нормативно-правового середовища, що

суттєво ускладнює ведення і розвиток бізнесу в умовах воєнної економіки.

Війна в Україні суттєво вплинула на економічну діяльність усіх підприємств, особливо на процес збуту, просування продукції і надання послуг. Порушення наявних логістичних ланцюгів, зниження платоспроможності населення, відтік споживачів з найнебезпечніших регіонів, руйнування транспортної і складської інфраструктури, дефіцит кадрів, проблеми комунікацій з клієнтами та обмеження ринків збуту – це ті виклики, які зумовили необхідність пошуку сучасних інноваційних шляхів збутової діяльності.

Державна підтримка, включаючи фінансову допомогу, податкові пільги, логістичну та консультативну підтримку, є життєво важливою для їх виживання та розвитку.

Пошук ефективних шляхів адаптації системи збуту до реалій побудови бізнесу в умовах війни для підприємств, які прагнуть зберегти позиції на ринку, мінімізувати втрати і створити передумови для відновлення після завершення воєнного стану, є необхідністю.

Узагальнимо основні шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства в умовах війни.

В умовах війни підприємства стикаються зі складними викликами та проблемами, які потребують негайного та цілеспрямованого вирішення.

Одним із найважливіших напрямів удосконалення збуту є впровадження сучасних цифрових технологій, використання електронної комерції, CRM-систем, онлайн-маркетплейсів та соціальних мереж для просування продукції.

Сучасні інноваційні технології дозволяють швидше реагувати на зміни попиту, розширити географію продажів, зменшити витрати, підвищити рівень сервісу.

Воєнні дії призвели до руйнування багатьох транспортних коридорів і розподільчих складів, що вимагає переорієнтації логістичних

ланцюгів та їх адаптації до змін зовнішнього середовища в реальному часі, відмови від надлишкових запасів і переходу до доставки за замовленням з метою мінімізації використання складських площ та забезпечення транзитних поставок.

Наступним кроком є процес мінімізації ризиків, і для цього необхідним є впровадження гнучких систем доставки, диверсифікація маршрутів та місць зберігання готової продукції, створювання резервних складів, страхування вантажів тощо.

У воєнний період попит споживачів по деяких позиціях зменшується і зміщується у бік товарів першої необхідності, продуктів тривалого зберігання, базових будівельних матеріалів, засобів безпеки та оборонного призначення. У зв'язку з чим необхідним стає адаптація асортиментної політики підприємства.

Доцільно оптимізувати структуру виробництва і збуту, розробляти та виробляти товари, які найбільш необхідні на ринку, або орієнтувати систему виробництва у pull-технології.

Втрати частини внутрішнього ринку зумовлюють необхідність пошуку нових напрямів реалізації продукції.

Підприємства можуть розширювати збутову діяльність:

- шляхом виходу на зовнішні ринки через програми експортної підтримки, участь у міжнародних виставках і торгових місіях;
- за рахунок освоєння нових регіонів України, де попит залишається стабільним;
- через створення партнерських мереж і франчайзингових систем. Така диверсифікація ринків дає змогу зменшити залежність від споживачів і підвищити фінансову стійкість підприємства.

Можливим напрямком удосконалення збутової діяльності підприємства малого та середнього бізнесу стає кооперація та співпраця задля зменшення витрат на логістику, об'єднання ресурсів для

просування продукції, забезпечення взаємної підтримки у разі збоїв і форс-мажорних ситуацій.

У період війни особливого значення набувають етична поведінка підприємства, його соціальна відповідальність і відкритість. Підприємства, які підтримують Збройні сили України, допомагають переселенцям або беруть участь у благодійних програмах, отримують позитивну репутацію та додаткову лояльність клієнтів. Прозора комунікація, чесна політика ціноутворення та стабільність поставок формують довіру споживачів і сприяють зміцненню ринкових позицій підприємства.

Збутова діяльність потребує постійного удосконалення і повинна будуватись на принципах клієнтоорієнтованості, максимального задоволення потреб споживачів, пристосування виробництва та системи розподілу до потреб ринку.

Отже, шляхи удосконалення збутової діяльності підприємств в умовах війни полягають у впровадженні цифрових технологій, підвищенні гнучкості логістики, адаптації до нових ринкових умов, розвитку партнерських відносин і зміцненні репутації. Удосконалення збутової діяльності в таких умовах сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, стабілізації його доходів і зміцненню позицій на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Комплексний підхід дасть змогу підприємствам не лише вижити, а й закласти основу для подальшого економічного відновлення після завершення війни.

Література

1. Гирич С. Проблеми підприємств торгівлі в умовах воєнного стану та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79>

2. Мельник Т. Український бізнес в умовах війни: сучасний стан, проблеми та шляхи їх вирішення. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2023. No. 7 (3). С. 07.

DOI: <https://doi.org/10.51599/is>

3. Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Бубенець І. Г. Тенденції розвитку сучасного маркетингу в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. № 9. С. 450–456.

4. Пашкуда Т. В., Афенді А. І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>

