

АДАПТАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ В КРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

***Анотація.** В умовах воєнного стану в Україні збутової діяльності підприємства необхідно швидко адаптуватися не лише до потреб ринку, але й до несприятливих факторів зовнішнього середовища з високою невизначеністю ситуації та підвищеними ризиками. Запропоновано можливості адаптації збутової діяльності підприємства до умов воєнного стану шляхом широкого використання партнерських відносин, співпраці із міжнародними благодійними організаціями щодо стабілізації логістичної складової та оптимізації транспортно-логістичних витрат.*

Ключові слова: збут, логістика, збутова діяльність, логістична діяльність, воєнний стан, воєнні дії, адаптація, Україна, підприємство, менеджмент, ефективність.

***Abstract.** In the conditions of martial law in Ukraine, sales activities of enterprises need to be quickly adapted not only to market needs, but also to adverse environmental factors with high uncertainty and increased risks. Possibilities of adaptation of sales activity of the enterprise to conditions of martial law by wide use of partnership relations, cooperation with the international charitable organizations concerning stabilization of a logistic component and optimization of transport and logistic expenses are offered.*

Keywords: sales, logistics, sales activities, logistics activities, martial law, military actions, adaptation, Ukraine, enterprise, management, efficiency.

Вступ

В умовах воєнного стану в Україні збутової діяльності підприємств необхідно швидко адаптуватися не лише до потреб ринку, але й несприятливих факторів зовнішнього середовища з високою невизначеністю ситуації та підвищеними ризиками. Метою збутової діяльності підприємства є забезпечення доставки товару в той час, у те місце, в тій кількості і такої якості, які потрібні споживачу. Найважливішим інструментом у поліпшенні збутової діяльності підприємства є логістика.

Метою роботи є дослідження можливості адаптації збутової та логістичної діяльності підприємств України до умов воєнного стану.

Результати дослідження

Збут продукції є найважливішим елементом маркетингової діяльності підприємства, тому що саме на цьому етапі виготовлена продукція потрапляє на ринок і реалізується, а підприємство одержує прибутки і відшкодовує витрачений капітал. І тільки реалізувавши товар і одержавши прибуток, підприємство досягає кінцевої цілі [1], а логістична складова є одним із важливих факторів ефективності збутової діяльності. За сучасних умов виживання підприємства без його адаптації під воєнний стан неможливе. Завдання логістики включають в себе такі сфери діяльності, як вивчення попиту на продукцію та послуги підприємства; формування портфеля замовлень споживачів, участь в асортиментній завантаженості виробництва замовленнями споживачів, перспективне, поточне і оперативне планування збуту, здійснення заходів щодо стимулювання збуту, здійснення принципу системності, тобто управління розподілом у взаємозв'язку всіх елементів збутової діяльності [2].

Класична концепція маркетингового управління підприємством говорить про те, що обґрунтований вибір ефективних каналів збуту своєї продукції і використання гнучкої системи товароруху, при якій виробник самостійно вибирає один із альтернативних шляхів виведення товарів на ринок є її основою в стабільній ринковій ситуації [2, 3]. Щодо сучасного стану ринку на Україні, то він далекий від стабільності. Сьогоденність – це зруйновані зв'язки не лише між людьми та їх родинами, але й між партнерами як на внутрішньому, так і міжнародному ринках, зруйновані бізнес-відносини, зруйновано економіку як підґрунтя стабільної і незалежної держави. По суті в Україні відбувається криза, в якій

важливим питанням є не тільки виживання підприємств, але й виживання країни в цілому і її здатність до розвитку в нових умовах.

Коли відбувався перший етап воєнних дій, то перевізники, які є вагомою складовою ефективною збутовою діяльністю підприємств, були деморалізовані. Ніхто нікуди не виїжджав, і відповідно всі перевезення завмерли. Підприємствам доводилося розраховувати лише на власний транспорт. Перші завдання, які вирішувалися — порятунок найбільш цінного активу компанії, евакуювали працівників та їх родини з небезпечних регіонів, і лише потім доставка замовлень, що не могло негативно вплинути на збутову політику підприємств [4]. Але пізніше, коли бізнес вимушено адаптувався до негативних умов діяльності і бізнес-активність зросла, постала інша проблема – зросла потреба у збільшенні транспорту та кількості і обсягах перевезень. Підприємствам довелося звертатися як до вітчизняних, так і до зовнішніх міжнародних перевізників, які, як правило, перебували на території України з гуманітарною місією, і вони цю потребу закрили в межах партнерських відносин.

В мирний час з метою забезпечення максимальної ефективності збутової діяльності підприємства було необхідно стратегічне вирішення питань однієї із таких груп:

– маркетинг: збутова стратегія, рекламна політика, цінова політика та ін.;

– система взаємовідносин з контрагентами: договірні умови, партнерські відносини, конкурентні та логістичні переваги тощо;

– менеджмент: управління персоналом, система стимулювання роботи персоналу та ін.

Сьогодні, під час воєнного стану в країні, оптимізація логістики є другим питанням, після безпосереднього ведення військових дій, питанням, яке є життєво важливим не лише для виживання підприємства, але й для виживання нашої держави. Працююча економіка та логістика стають одними з визначальних умов для стабілізації роботи підприємства та його ефективною збутовою діяльністю.

На нашу думку, як і на думку багатьох фахівців-практиків з логістики [5], важливими критеріями стійкості логістично-збутового бізнесу є здатність оперувати змінами в межах чотирьох площин:

- Люди;
- Інфраструктура;
- Безпека;
- Законодавство.

Кожна з цих площин має зовнішній вплив і внутрішні процеси, які тісно переплітаються між собою. Також важливу роль у ефективності логістично-збутової діяльності підприємства відіграє і посилена роль партнерських, і навіть конкурентних відносин, коли вчорашні заперкі конкуренти стають партнерами, так як розуміють, що по-одиноці не вижити в ситуації, що склалась. Також вже більшої ваги у виживанні підприємства і стабільної збутової та логістичної діяльності набирає співпраця з міжнародними благодійними фондами, особливо з тими, які доставляють благодійну допомогу власними транспортними компаніями по території України. Оскільки на зворотньому шляху такий транспорт можна використати на умовах партнерства для доставки товарів як по території країни, так і за її межі.

Висновки

Отже, негативна ситуація, яка складається на вітчизняному ринку, вимагає від його учасників прийняття гнучких та креативних рішень щодо економічного оцінювання процесу розподілу та реалізації, а також всіх інших операцій, які забезпечують збут продукції підприємства. В умовах воєнного стану в Україні збутовою діяльністю підприємств необхідно швидко адаптуватися не лише до потреб ринку, але й несприятливих факторів зовнішнього середовища з високою невизначеністю ситуації та підвищеними ризиками. Збутова діяльність підприємства під час воєнного стану в країні потребує особливої уваги і повинна будуватись не лише на принципах розуміння споживача та максимального задоволення його потреб, але й робити акцент на потребах країни і максимально використовувати свою логістичну складову для підтримки своєї країни та бути гнучкою у пристосуванні виробництва та транспортної системи до потреб як партнерів, так і споживачів у ситуації невизначеності та підвищеного ризику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. *Агросвіт*. 2014. № 4. С. 25-28.

2. Петухова О. М., Стасішена К.В. Удосконалення збутової діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/11.pdf
3. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2016. 240 с.
4. Автомобільна логістика у воєнний час: ціни, стан доріг та перетин кордону. *Latifundist*. 2022. URL: <https://latifundist.com/spetsproekt/968-avtomobilna-logistika-u-voynnij-chas-tsini-stand-dorig-ta-peretin-kordonu>
5. Качан Н. Логістичні послуги в Україні: знищити не можна вистояти. *Ліга. Блоги*. 2022. URL: <https://blog.liga.net/user/nkachan/article/44260>

Нікіфорова Лілія Олександрівна - канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, email: nikiforova@vntu.edu.ua

Покора Марія Павлівна - студентка гр. МПОУз-20мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, email: mariapokora9@gmail.com

Nikiforova Lilia Oleksandrivna - Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Pokora Mariya Pavlivna - student gr. MPOUz-20mz, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University.