

АДАПТАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто зміст, чинники та інструменти адаптації збутової політики підприємства в умовах економічної нестабільності. Обґрунтовано роль гнучкого управління каналами збуту, поведінкою споживача та ціноутворенням як ключових елементів виживання бізнесу.

Ключові слова: збутова політика, економічна нестабільність, адаптація, канали збуту.

Abstract

The article discusses the content, factors, and tools for adapting a company's sales policy in conditions of economic instability. It substantiates the role of flexible management of sales channels, consumer behavior, and pricing as key elements for business survival.

Keywords: sales policy, economic instability, adaptation, sales channels.

Вступ

Економічна нестабільність, що охоплює Україну в умовах повномасштабної війни, руйнування логістичної інфраструктури, зниження платоспроможності населення та високого рівня інфляційних ризиків, істотно впливає на господарську діяльність підприємств. За таких умов збутова політика перестає бути лише інструментом реалізації товарів і починає виконувати роль антикризового інструмента, який визначає здатність підприємства зберігати ліквідність, підтримувати ринкові позиції та забезпечувати безперервність бізнес-процесів.

Результати дослідження

Збутова політика в умовах кризи вимагає гнучкого та адаптивного підходу, що включає перегляд каналів реалізації, методів взаємодії з клієнтами, підходів до ціноутворення, структури асортименту та стратегії комунікацій. Традиційна модель збуту, побудована на стабільних партнерських контрактах, лінійній логістиці та плановому попиту, виявляється недостатньо ефективною в умовах постійних змін і високої невизначеності. Саме тому актуалізується потреба в формуванні адаптивної збутової системи, здатної до оперативного реагування на збої, ризики та нові виклики ринку [1].

Адаптація збутової політики полягає у гнучкому реагуванні на зміну ринкової кон'юнктури, споживчих потреб і економічних умов.

Ключовими інструментами адаптації виступають:

- оптимізація та диверсифікація каналів збуту: підприємства все частіше звертаються до електронної комерції, прямого дистрибуційного продажу або розвитку регіональних мереж, що забезпечують гнучкість і зменшують залежність від окремих постачальників чи логістичних маршрутів;
- гнучке та кризове ціноутворення: в умовах волатильності валютного курсу, зростання собівартості та зниження попиту важливо впроваджувати диференційовану цінову політику, знижки, акційні пакети, відтермінування платежів;
- адаптація продуктового портфеля: підприємства мають зосереджуватися на товарах із гарантованим попитом, зменшувати витрати на низькооборотні види продукції, формувати спеціальні пропозиції, що відповідають обмеженим можливостям споживача;
- посилення клієнтоорієнтованості: підтримка особистої взаємодії з ключовими клієнтами, адаптація умов поставок під потреби конкретних замовників, формування відносин довіри через прозору комунікацію — усе це стає конкурентною перевагою [2].

Важливу роль у побудові адаптивної збутової політики відіграє впровадження цифрових технологій, зокрема CRM-систем, що дозволяють відстежувати динаміку попиту, поведінку клієнтів,

історію взаємодії та формувати персоналізовані пропозиції. Також посилюється значення аналітики в реальному часі, яка дає змогу підприємствам оперативно змінювати стратегії збуту відповідно до зовнішніх сигналів ринку [3].

Необхідно також враховувати взаємозв'язок збутової політики з іншими функціональними підсистемами підприємства: виробництвом, фінансами, маркетингом, логістикою. Адаптація стратегії збуту має бути комплексною, тобто супроводжуватися змінами у плануванні обсягів випуску продукції, оптимізацією запасів, реструктуризацією витрат та інвестицій у нові формати обслуговування клієнтів.

Успішна адаптація збутової політики потребує наявності організаційної гнучкості – здатності підприємства делегувати повноваження збутовим підрозділам, впроваджувати інновації, змінювати структуру ринкових пріоритетів. В умовах війни та економічної деструкції вирішальне значення має не масштаб підприємства, а його мобільність, гнучкість і здатність до нестандартного реагування [4].

Висновки

Адаптація збутової політики в умовах економічної нестабільності є необхідною передумовою збереження конкурентоспроможності підприємства. Вона передбачає зміну логіки управління продажами: від стабільного прогнозування до сценарного планування, від централізованої реалізації до гнучких локальних стратегій. Ефективність збутової діяльності у кризовий період залежить від здатності підприємства швидко трансформувати свої дії відповідно до нових реалій, а також забезпечити синергію між збутом, маркетингом, виробництвом і фінансами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л. В., Кулик Т. І. Управління збутовою діяльністю підприємства: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 256 с.
2. Ковальчук Н. І. Трансформація збутової стратегії в умовах кризової економіки. *Економіка і організація управління*. 2022. № 3. С. 54–60.
3. Литвиненко А. О. Адаптація збутової політики підприємства: теоретичні засади та практичні аспекти. *Вісник ХНЕУ*. 2023. № 6. С. 89–95.
4. Мосендз С. М. Гнучке управління збутом у період економічної нестабільності. *Бізнес-інформ*. 2023. № 5. С. 101–106.

Пілявоз Тетяна Миколаївна – к.е.н., доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: pilyavoz@vntu.edu.ua

Верьовкін Павло Євгенійович – студент групи Л-216, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: pavlover2003@gmail.com.

Tetiana Piliavoz – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: pilyavoz@vntu.edu.ua

Pavlo E. Verovkin – Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: pavlover2003@gmail.com.