

УДК: 658.7:339.3

ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАПАСІВ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ В МАГАЗИНАХ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: ДОСВІД ЧЕРКАЩИНИ

Єрмоченкова Анастасія

nastiayermochenkova27@gmail.com

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж,

м. Черкаси

Науковий керівник: к.т.н. Хлебнікова Н.Б.

Після початку повномасштабної війни ринок роздрібної торгівлі в Україні різко змінився. Це відчули всі, і також магазини одягу. Попит став нестабільним, логістика – складнішою, поведінка покупців – менш передбачуваною. Черкаська область у цьому плані цікава: вона не є прифронтовою, але активно приймала внутрішньо переміщених осіб, що вплинуло на структуру попиту.

Зміни в попиті стали однією з ключових причин перегляду підходів до формування асортименту. Споживачі почали більш обережно ставитися до витрат, що безпосередньо вплинуло на структуру покупок. Якщо раніше значна частина продажів припадала на класичний або більш формальний одяг, то зараз переважає попит на базові та функціональні речі. Йдеться про повсякденний одяг, який є універсальним у використанні та не прив'язаний до модних тенденцій.

Окремо варто враховувати трансформацію цільової аудиторії. Частина потенційних покупців вибула з ринку через мобілізацію або виїзд за кордон. Разом із тим, у регіоні з'явилася значна кількість внутрішньо переміщених осіб, тимчасово перебуваючих військовослужбовців. Їхня купівельна поведінка відрізняється: вона більш стримана і орієнтована на базові потреби. Це додатково посилює попит саме на недорогий та практичний одяг, що впливає на структуру запасів у магазинах.

У таких умовах управління запасами ускладнюється через необхідність одночасно враховувати кілька факторів. З одного боку, надлишкові запаси (наприклад, одягу відомих брендів) призводять до заморожування фінансових ресурсів, що є критичним у період нестабільності. З іншого боку, дефіцит товару може спричинити втрату покупців, оскільки споживачі не готові довго чекати або шукати альтернативу в межах одного магазину. Таким чином, підприємці змушені постійно балансувати між цими ризиками.

Суттєвим ускладненням залишається й логістичний аспект. Порушення ланцюгів постачання, затримки доставки та нестабільність роботи постачальників, на думку Р. Суценко та Н. Ільченко створюють додаткову невизначеність [3]. У результаті магазини змушені формувати резервні запаси, оперативно змінювати постачальників тощо. Обидва варіанти мають свої недоліки: перший потребує додаткових ресурсів, другий – часу та організаційних зусиль.

З практики магазинів Черкащини, одним із найпоширеніших рішень оптимізації запасів чоловічого одягу стало скорочення асортименту. Магазини відмовляються від частини позицій, які мають низьку обіговість, і концентруються на товарах зі стабільним попитом.

Також спостерігається перехід до частіших закупівель меншими партіями [1]. Цей підхід дозволяє більш гнучко реагувати на зміни попиту та зменшити ризики, пов'язані з неправильним плануванням. Він потребує більш активного контролю за запасами та може збільшувати витрати на логістику. Попри це, у ситуації високої невизначеності така модель виглядає більш доцільною.

Додатковим фактором стало зростання ролі онлайн-продажів. Хоча не всі магазини активно використовують цей канал, його розвиток дозволяє розширити ринок збуту та прискорити реалізацію товарних залишків. У деяких випадках це стає важливим інструментом оптимізації запасів [4].

Серед практичних рішень, які показали ефективність, можна виділити гнучку цінову політику, оперативне реагування на зміни попиту та роботу з постійними клієнтами. Ці заходи не є новими, однак у сучасних умовах вони набувають особливого значення, оскільки дозволяють частково компенсувати нестабільність ринку.

Разом з тим, існують проблеми, які залишаються невирішеними і продовжують впливати на діяльність магазинів чоловічого одягу в умовах війни. До них належать:

- загальна економічна нестабільність;
- коливання валютного курсу;
- зниження купівельної спроможності населення.
- нестабільність логістичних ланцюгів і затримки поставок;
- обмежений доступ до фінансових ресурсів і кредитування;
- складність прогнозування попиту навіть у короткостроковому періоді;
- зміна структури споживчої поведінки;
- ризик накопичення неліквідних товарних залишків;
- зростання витрат на закупівлю та транспортування товарів;
- залежність від зовнішніх економічних і політичних факторів.

Ці фактори мають системний характер і обмежують можливості для повноцінної оптимізації запасів.

Розглянемо реальний кейс оптимізації запасів чоловічого одягу в магазинах під час воєнного стану на прикладі магазину «Wonder» м. Черкаси. Магазин спеціалізується на одязі брендового сегменту, що передбачає вищу цінову категорію та орієнтацію на відносно стабільну аудиторію покупців. З початком повномасштабної війни магазин зіткнувся з різким зниженням попиту, особливо на дорогі та менш практичні позиції. Частина клієнтів виїхала за кордон, інша – скоротила витрати, що одразу вплинуло на обсяги продажів.

У перші місяці спостерігалось накопичення товарних залишків, оскільки закупівлі були здійснені ще за довоєнними підходами. Це створило додаткове навантаження на обігові кошти. Нові поставки стали менш регулярними, а їхня вартість зросла через валютні коливання та логістичні труднощі. У таких умовах магазин був змушений переглянути підхід до управління запасами.

Одним із перших кроків стало зменшення обсягів закупівель і перехід до більш обережного планування. Закупівлі почали здійснюватися меншими партіями з урахуванням фактичного попиту, а не прогнозованого за попередні періоди. Це дозволило знизити ризик перевантаження складу, хоча й потребувало більш частого оновлення асортименту.

Також відбулася часткова переорієнтація асортименту. Хоча магазин залишився у брендовому сегменті, було зроблено акцент на більш універсальних і практичних речах. Частка класичного одягу зменшилася, натомість збільшилася кількість повсякденних позицій, які швидше обертаються. Це рішення не було різким, але поступово вплинуло на структуру запасів. Було посилено контроль за продажами. Аналізувалися найбільш популярні позиції, швидкість їх реалізації, а також товари, які залишаються на складі тривалий час.

Ще одним напрямом адаптації стало використання онлайн-каналів продажу. Магазин почав активніше працювати через соціальні мережі, що дозволило залучити додаткову аудиторію та частково компенсувати зниження офлайн-продажів. Як стверджують В. Данкевич та Є. Данкевич, велику роль у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу відіграють також креативні рішення та інновації [4]. Це також сприяє швидшій реалізації окремих товарних позицій. Можна відстежити, що оптимізація запасів у магазині «Wonder» відбувалася поступово і без радикальних змін. Основний акцент було зроблено на зниженні ризиків та кращому врахуванні реального попиту.

Таким чином, управління запасами чоловічого одягу в умовах воєнного стану не зводиться до використання стандартних моделей чи підходів. Воно базується на постійній адаптації до змін зовнішнього середовища. Досвід Черкаської області показує, що найбільш ефективними є ті рішення, які забезпечують гнучкість: скорочення асортименту, орієнтація на

базові товари, частіші закупівлі та використання простих інструментів аналізу. Такі підходи не гарантують повної стабільності, проте дозволяють підтримувати функціонування бізнесу в складних умовах.

Список використаних джерел

1. Благодир О. Формування варіативності управління запасами для підприємств легкої промисловості. *Herald of Khmelnytskyi National University. Technical Sciences*. 2025. №5.1. С. 39-49.
2. Данкевич В., Данкевич Є. Компетентнісний підхід у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу України під час війни і відбудови: креативні рішення, інновації та діджиталізація. *Економічний простір*. 2024. №193. С. 163-168.
3. Сущенко Р., Ільченко Н. Адаптація ланцюгів постачання до викликів воєнного стану. *Commodity science. Technologies. Engineering*. 2023. №45.1. С. 4-16.
4. Шевченко О., Стрілець А. Цифровізація бізнес-процесів під час війни. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2022. С. 246-246.

УДК: 332.14:330.34

ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анна Жигало

azhyhalo20@gmail.com

*Черкаський державний фаховий бізнес-коледж,
м. Черкаси*

Науковий керівник: канд. екон. наук., зав. кафедри фінансового моніторингу та підприємництва Сергій Полях

Сьогодні розвиток українських регіонів супроводжується складними трансформаційними процесами, детермінованими як внутрішніми, так і глобальними чинниками. Попри суттєве покращення фінансової самостійності територіальних громад внаслідок реформи децентралізації, між ними зберігається значна асиметрія у рівні життя та економічному потенціалі. Головними дестимулюючими факторами такої диспропорції є демографічні флуктуації, стан критичної інфраструктури, а також диференційовані темпи впровадження інновацій та цифрових технологій [3; 4].

Напрями регіонального розвитку формуються у відповідь на актуальні виклики. Їхня стратегічна мета полягає у нівелюванні просторової нерівномірності територій, гарантуванні стабільного економічного зростання та підвищенні якості життя населення:

- У соціальній сфері акцент робиться на розбудові людського капіталу: модернізації систем охорони здоров'я, освіти та соціального захисту. Пріоритетною є підтримка вразливих категорій населення, зокрема внутрішньо переміщених осіб та ветеранів.
- Економічний вектор передбачає підвищення інвестиційної привабливості, стимулювання малого та середнього підприємництва, оновлення інфраструктурних об'єктів, впровадження енергоефективних технологій та розвиток інноваційного середовища [2].

Реалізація зазначених напрямів здійснюється через багаторівневу систему стратегічного управління регіональним розвитком. Механізм формування та підтримки соціально-економічного благополуччя територій доцільно розглядати на трьох ієрархічних рівнях:

1. Державна стратегія регіонального розвитку.
2. Стратегічні плани розвитку на рівні областей.