УДК 339.1

Ляхова Д. С.
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРОДАЖІВ ДЖИНСОВИХ ВИРОБІВ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

За останні роки Україна стала помітним гравцем на світовому, особливо європейському, ринку одягу. Український експорт у 2023 році сягнув майже $670 млн, а імпорт перевищив $1,1 млрд. Основні обсяги українського експорту припадають на ЄС, і такий експорт здебільшого здійснюється за схемою давальницької сировини. Закриття ринку збуту є ключовим драйвером для розвитку ринку тканин.

Але якщо ринок таких виробів в Україні вивчений досить добре, представлено багато аналітичних та статистичних матеріалів, то ринок джинсових тканин вивчений недостатньо.

Постійне покращення маркетингу та продажів магазину «Only Jeans» має величезне значення з кількох ключових причин. В першу чергу, це допомагає привернути нових клієнтів і розширювати базу споживачів, оскільки конкуренція на ринку завжди висока.

Також, покращення маркетингу і продажів дозволяє збільшити обсяги продажів, що призводить до збільшення прибутку. Це може бути досягнуто за допомогою оптимізації процесів, підвищення лояльності клієнтів, розширення асортименту товарів, інші стратегії[1].

Покращення маркетингу та продажів також сприяє зміцненню конкурентоспроможності магазину. Стійкість на ринку вимагає бути завжди готовим до змін і адаптуватися до них. Постійне оновлення стратегій допомагає магазину залишатися конкурентоспроможним у змінному середовищі. Підвищення рентабельності є ще однією важливою перевагою покращення маркетингу та продажів. Ефективні стратегії дозволяють зменшити витрати та збільшити маржу прибутку, що призводить до більшої рентабельності [2].

Сильний бренд допомагає залучати клієнтів, а постійне покращення маркетингових зусиль сприяє підвищенню впізнаваності і довіри до бренду «Only Jeans». Також це дозволяє реагувати на зміни в споживчих попитах і забезпечувати товари та послуги, які відповідають сучасним потребам. Важливим аспектом є також збільшення задоволеності клієнтів. Задоволені клієнти більш схильні до повторних покупок і рекомендацій іншим. Покращення маркетингу та обслуговування клієнтів сприяє підвищенню їх задоволеності.

Для покращення маркетингу та продажів магазину «Only Jeans» можна враховувати декілька ключових етапів [1].

По-перше, важливо активніше використовувати соціальні мережі, зокрема Instagram, та регулярно публікувати якісний та різноманітний контент. Фотографії та відео товарів, сторіс і інтерактивні опитування дозволяють залучити увагу аудиторії, а спілкування через коментарі та приватні повідомлення підтримує зв'язок з клієнтами [3].

Другий етап стосується веб-сайту. Основним каналом для онлайн-продажів є власний веб-сайт. Щоб зробити його ефективним, важливо оновлювати його регулярно, оптимізувати для пошукових систем, забезпечити зручний інтерфейс та надати детальні описи товарів. Також важливо забезпечити безпеку платежів та конфіденційність даних клієнтів.

Третій етап стосується покращення використання email-маркетингу. Він є потужним інструментом для залучення уваги та збільшення продажів. Магазин може вдосконалити інформаційний бюлетень, в якому буде регулярно надсилати новини, акції та спеціальні пропозиції своїм підписникам. Важливо враховувати індивідуальні вподобання та історію покупок клієнтів для персоналізації розсилок [4].

Четвертий етап полягає в розширенні асортименту товарів. Магазин може розглянути можливість додавання нових брендів та категорій товарів, які відповідають потребам різних груп клієнтів. Це допоможе привернути більше різних сегментів аудиторії та робити покупки в магазині більш різноманітними

[5].

П’ятий етап стосується зміцнення співпраці з виробниками. Активна співпраця з виробниками тканин дозволить отримувати першоджерело високоякісних товарів та спеціальні умови для спільної реклами та акцій.

Шостий етап включає в себе аналіз конкуренції та трендів ринку. Магазин повинен регулярно аналізувати конкурентів та відстежувати тренди на ринку одягу. Це дозволить адаптувати стратегію маркетингу та асортимент товарів до змінних умов.

Заключним етапом є оптимізація лояльності клієнтів. Створення програми лояльності та надання переваг постійним клієнтам може сприяти підтримці та збільшенню бази стабільних клієнтів.

Враховуючи всі ці етапи, магазин «Only Jeans» може покращити свою маркетингову стратегію та збільшити обсяги продажів своєї продукції [1].

Література

1. Радченко Л.О. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посіб. / Л.О. Радченко, М.П. Льовшина, М.П. Головко, О.В. М’ячиков, І. Ф. Мартишко. – Х.: Світ книг, 2013. – 12с.

2. Федько І.В. Аналіз напрямів та тенденцій розвитку інноваційних технологій джинсової індустрії. Вісник КНУТД. 2015. № 1 (82). С. 177– 184.

3. Загальна характеристика ринку одягу в Україні. Аналіз поточних тенденцій. InVenture URL: https:inventure.com.ua/analytics/investments/rynokodezhdy-v-ukraine

4. Огляд ринку одягу в Україні. ММГ URL: https:www.marketingua.com/ru/article/obzor-rynka-odezhdy-v-ukraine/

5. Україна: дорожня карта розвитку галузей виробництва одягу та взуття. Українська асоціація підприємств легкої промисловості, 2017. https://ukrlegprom.org/files/ukrlegprom-roadmap. pdf.

Науковий керівник:
Г.А. Рижкова, к-т екон. наук, доцент