

УДК 658.8:004.738.5: 681.7

Круглікова В.В.¹, Віхляєв О.В.²

¹к.е.н., доц. кафедри бізнесу та управління НУ “Запорізька політехніка”,

²здобувач вищої освіти гр. БТЕ-1014 НУ “Запорізька політехніка”, Україна

СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ ОПТИКИ

Відкриття інтернет-магазину оптики в Україні є перспективним напрямком бізнесу, що поєднує зручність онлайн-шопінгу з високим попитом на оптичні товари. Успіх у цій сфері залежить від ретельного планування та врахування ключових аспектів, які визначають конкурентоспроможність та привабливість магазину для споживачів.

Перед запуском інтернет-магазину оптики необхідно провести детальний аналіз ринку. Це включає вивчення потреб цільової аудиторії, оцінку попиту на різні види оптичних товарів та аналіз пропозицій конкурентів. Розуміння ринкових тенденцій та вподобань споживачів дозволить сформувати унікальну торгову пропозицію та визначити оптимальну цінову політику.

Проблемами створення інтернет магазинів цікавилися вітчизняні вчені Ілляшенко С.М., Іванова Т.О., Ковтун Т.Д., Матвієнко А.П., а також закордонні науковці Norton P., Chaffey D.

На підставі проведених досліджень треба зазначити, що важливим аспектом є оптимізація асортиментної політики. Асортимент інтернет-магазину оптики повинен бути різноманітним і включати:

- окуляри для зору: різних моделей та виробників, що задовольняють потреби різних категорій споживачів;
- сонцезахисні окуляри: модні та функціональні моделі з UV-захистом;

- контактні лінзи та аксесуари: одноразові, місячні, кольорові лінзи, розчини для догляду;

- аксесуари: футляри, серветки, засоби для чищення лінз.

Важливим аспектом є забезпечення товарами споживачів різних цінових категорій для охоплення широкої аудиторії покупців.

Для ефективної роботи інтернет-магазину повинен бути створений вебсайт. Він має бути зручним, інтуїтивно зрозумілим та адаптованим для мобільних пристроїв. Ключові елементи успішного сайту включають: зручна навігація: логічна структура категорій та фільтрів для швидкого пошуку товарів; детальні описи та якісні зображення: надання повної інформації про товар, включаючи характеристики, матеріали та інструкції з догляду; функціонал віртуальної примірки: дозволяє клієнтам "приміряти" окуляри онлайн, що підвищує довіру та зменшує кількість повернень; безпечна система оплати: використання надійних платіжних сервісів для захисту даних клієнтів.

Крім цього слід зазначити про логістику та обслуговування клієнтів. Ефективна логістика є критичною для задоволення потреб клієнтів. Варто співпрацювати з надійними кур'єрськими службами, забезпечуючи швидку та безпечну доставку. Прозора політика повернення та обміну товарів підвищує довіру споживачів. Крім того, якісне обслуговування клієнтів, включаючи оперативні консультації та підтримку, сприяє формуванню лояльності та повторних покупок.

Що до маркетингу та просування, то для залучення трафіку на сайт та підвищення впізнаваності бренду необхідно використовувати комплексний підхід до маркетингу:

- seo-оптимізація: покращення видимості сайту в пошукових системах за допомогою ключових слів та якісного контенту;

- контент-маркетинг: створення корисних матеріалів, таких як статті про догляд за окулярами, поради щодо вибору оправ тощо;

- соціальні мережі: активна присутність у популярних платформах для взаємодії з аудиторією та просування акцій;

- рекламні кампанії: використання таргетованої реклами для досягнення потенційних клієнтів.

Таким чином, створення інтернет-магазину оптики вимагає комплексного підходу та уваги до деталей. Ретельний аналіз ринку, формування привабливого асортименту, розробка зручного веб-сайту, ефективна логістика та продумана маркетингова стратегія є ключовими факторами успіху. Враховуючи ці аспекти, підприємці можуть створити конкурентоспроможний та прибутковий онлайн-бізнес у сфері оптики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С.М., Іванова Т.О. Інтернет-магазин як інструмент розвитку підприємницької діяльності. – Вісник СумДУ. Серія "Економіка", 2021. Публікація у Віснику СумДУ (економіка) https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_22/SERHII_M_ILLIASHENKO_TETIANA_Y_IVANOVA/Perspectives_and_Main_Problems_of_E_Commerce_in_Ukraine.pdf
2. Ковтун Т.Д., Матвієнко А.П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. https://www.business-inform.net/article/?abstract=2020_4_0_295_303&year=2020
3. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. – 7th ed. – Harlow: Pearson Education Limited, 2019.