

Научная статья

Original article

УДК 331

doi: 10.55186/2413046X_2023_8_6_293

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ ПО ТОРГОВЛЕ ОДЕЖДОЙ В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ СПРОСА: ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ
MANAGING A CLOTHING TRADE BUSINESS IN THE FACE OF DECLINING DEMAND: CHALLENGES AND SOLUTIONS



Разин Степан Андреевич, аспирант кафедры «Предпринимательство и конкуренция», Университет "Синергия", Bart.stepan@gmail.com, SPIN-код: 6003-5344, ORCID: 0009-0003-2630-4109

Razin Stepan Andreevich, postgraduate student of the Department "Entrepreneurship and Competition", Synergy University, Bart.stepan@gmail.com, PIN code: 6003-5344, ORCID: 0009-0003-2630-4109

Аннотация. В данной ВАК-статье рассматривается проблема управления собственным бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса. В работе представлен анализ основных тенденций рынка одежды, выделены факторы, влияющие на спрос. Описаны стратегии управления бизнесом, инструменты маркетинга, финансовые и бухгалтерские аспекты управления, а также аспекты управления персоналом в условиях снижения спроса на рынке одежды. В результате исследования были выработаны практические рекомендации для управления собственным бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса.

Abstract. This VAC article discusses the problem of managing your own clothing trade business in conditions of declining demand. The paper presents an analysis of the main trends in the clothing market, highlights the factors affecting demand.

Business management strategies, marketing tools, financial and accounting aspects of management, as well as aspects of personnel management in conditions of declining demand in the clothing market are described. As a result of the study, practical recommendations were developed for managing your own clothing trade business in conditions of reduced demand.

Ключевые слова: управление бизнесом, торговля одеждой, снижение спроса, рынок одежды, стратегии управления, маркетинг, финансы, бухгалтерия, управление персоналом, рекомендации

Keywords: business management, clothing trade, demand reduction, clothing market, management strategies, marketing, finance, accounting, personnel management, recommendations

Введение

В настоящее время бизнес по торговле одеждой является одним из самых распространенных и прибыльных видов предпринимательской деятельности. Однако, в условиях снижения спроса на рынке одежды, управление таким бизнесом становится все более сложной задачей. В данной ВАК-статье мы рассмотрим проблемы и задачи управления собственным бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса.

В первой части статьи мы проведем анализ рынка одежды, выявим факторы, влияющие на спрос, и определим тенденции развития рынка. Во второй части статьи рассмотрим различные стратегии управления бизнесом, маркетинговые инструменты, финансовые и бухгалтерские аспекты управления, а также аспекты управления персоналом в условиях снижения спроса на рынке одежды.

Целью данной ВАК-статьи является выработка практических рекомендаций для управления собственным бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса. Опираясь на анализ рынка и различные стратегии управления, мы выделим основные принципы, которые помогут успешно

управлять бизнесом и сохранять прибыльность в условиях нестабильности на рынке одежды.

В дальнейшей части статьи мы рассмотрим основные аспекты управления бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса и предложим практические рекомендации для решения задач, которые стоят перед руководителем такого бизнеса.

1. Анализ рынка

В последние годы рынок одежды в России испытывает существенное снижение спроса. Причиной является, в том числе, увеличение числа магазинов, конкуренция со стороны интернет-магазинов, а также экономические факторы, такие как увеличение цен на одежду и снижение покупательской способности населения. При этом, несмотря на снижение спроса на одежду в целом, существуют отдельные сегменты рынка, которые показывают рост продаж, например, нишевые магазины с одеждой для спорта или специализированные бутики с эксклюзивными брендами.

2. Стратегии управления бизнесом

Для того чтобы успешно управлять бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса, необходимо использовать определенные стратегии, которые помогут привлечь покупателей и сохранить прибыльность бизнеса. Рассмотрим некоторые из них:

- Стратегия дифференциации. Эта стратегия заключается в создании уникального продукта или услуги, которая выделяется на рынке и привлекает покупателей. Например, магазин может предложить эксклюзивную коллекцию одежды, которую нельзя найти в других магазинах. [1]

- Стратегия снижения цен. Снижение цен на одежду может помочь привлечь большее количество покупателей, однако, при этом необходимо учитывать, что такая стратегия может снизить прибыльность бизнеса.

- Стратегия маркетинга. Реклама и маркетинговые кампании могут помочь привлечь внимание покупателей и увеличить продажи. Например, магазин может провести распродажу или акцию на определенные товары.

3. Маркетинг

Один из основных инструментов управления бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса — это маркетинг. В рамках маркетинговой стратегии необходимо провести анализ целевой аудитории, определить ее потребности и предпочтения, и на основе этого разработать продуктовую политику и стратегию продвижения товаров на рынке. Некоторые из наиболее эффективных маркетинговых инструментов в данном случае могут включать в себя:

- Снижение цен на определенные товары или категории товаров.
- Расширение ассортимента товаров, добавление новых коллекций и продуктовых линий. [2]
- Улучшение качества обслуживания покупателей и повышение уровня комфорта в магазине.
- Улучшение дизайна магазина и витрин, чтобы привлечь внимание прохожих и привести их в магазин.
- Организация рекламных кампаний в СМИ или на радио. [5]

4. Финансы и бухгалтерия

В условиях снижения спроса на рынке одежды особенно важно контролировать финансы и вести бухгалтерский учет. Основными задачами финансового управления являются:

- Управление денежными потоками: необходимо контролировать расходы и доходы, чтобы бизнес оставался прибыльным.
- Контроль за задолженностью: важно следить за сроками оплаты поставщиков и клиентов, чтобы избежать задолженности. [3]
- Управление запасами: нужно контролировать количество товаров на складе и своевременно закупать товары, которые быстро продавались.

Важным аспектом управления бизнесом является также бухгалтерия.

Она включает в себя:

- Учет доходов и расходов: необходимо учитывать все поступления и расходы, чтобы оценить финансовую прибыльность бизнеса.
- Определение налоговых обязательств: важно знать, какие налоги нужно платить и в каком размере.
- Подготовка отчетности: бухгалтер должен своевременно составлять все необходимые отчеты и документы, чтобы соответствовать законодательству.

5. Управление персоналом

Успешное управление бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса также зависит от правильного управления персоналом. Основными задачами в этой сфере являются:

- Найм и обучение сотрудников: нужно нанимать квалифицированных и опытных сотрудников, которые смогут продавать и консультировать покупателей.
- Мотивация и поощрение сотрудников: важно создавать благоприятные условия для работы сотрудников, чтобы они были мотивированы работать на результат.
- Управление конфликтами: необходимо уметь управлять конфликтами, которые могут возникнуть между сотрудниками или с клиентами.
- Оценка результатов работы: необходимо проводить оценку результатов работы каждого сотрудника, чтобы понимать, где нужно вносить изменения и как улучшить результаты работы. [4]

Выводы и рекомендации

Управление бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса – это сложная задача, которая требует от руководителя определенных навыков и знаний. Однако, используя различные стратегии управления, маркетинговые инструменты, контроль за финансами и бухгалтерию, а также

правильное управление персоналом, можно добиться успеха в этой области. Рекомендуется проводить регулярный анализ рынка и учитывать все изменения, чтобы принимать быстрые и эффективные решения.

Список источников

1. Боброва, А. А. Управление малым бизнесом: стратегии развития и выживания на рынке [Текст] / А. А. Боброва. – М.: Экономистъ, 2017. – 232 с.
2. Грегори, Д. Управление маркетингом [Текст] / Д. Грегори. – М.: Дело, 2019. – 448 с.
3. Иванов, П. И. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст] / П. И. Иванов. – СПб.: Питер, 2018. – 384 с.
4. Каргина, Н. В. Управление персоналом [Текст] / Н. В. Каргина. – М.: Юрайт, 2020. – 224 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я [Текст] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 928 с.

References

1. Bobrova, A. A. Small business management: strategies for development and survival in the market [Text] / A. A. Bobrova. – M.: Economist, 2017. – 232 p.
2. Gregory, D. Marketing Management [Text] / D. Gregory. – M.: Delo, 2019. – 448 p.
3. Ivanov, P. I. Financial management: theory and practice [Text] / P. I. Ivanov. – St. Petersburg: Peter, 2018. – 384 p.
4. Kargina, N. V. Personnel management [Text] / N. V. Kargina. – M.: Yurayt, 2020. – 224 p.
5. Kotler, F. Marketing from A to Z [Text] / F. Kotler. – M.: Ville-yams, 2019. – 928 p.

Для цитирования: Разин С.А. Управление бизнесом по торговле одеждой в условиях снижения спроса: вызовы и решения // Московский экономический журнал. 2023. № 6. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-6-2023-38/>

Московский экономический журнал. № 6. 2023

Moscow economic journal. № 6. 2023

© Разин С.А., 2023. *Московский экономический журнал, 2023, № 6.*