

- внедрение систем электронной торговли, обеспечивающих прозрачность и контроль над продажами товаров, позволит уменьшить количество фальсификаций и подделок на онлайн-площадках;

- проведение регулярных кампаний по профилактике отравлений и других негативных последствий потребления некачественных товаров позволит повысить информированность населения о рисках и способах защиты от них.

Проблемы идентификации, фальсификации и безопасности потребительских товаров в Минской области требуют комплексного подхода. Создание эффективной системы контроля, защиты потребителей — важная задача для обеспечения здоровья и безопасности населения, а также для развития потребительского рынка в регионе.

Источники

1. О защите прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090> (дата обращения: 23.11.2024).

2. О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека : Закон Респ. Беларусь от 29 июня 2003 г. № 217-3 // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. — URL: <https://mshp.gov.by/documents/processing/d4e202151a0e49cb.html> (дата обращения: 23.11.2024).

Е. А. Гордеенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Саманкова, канд. техн. наук, доцент

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ ИЗ ФАРФОРА И ФАЯНСА, РЕАЛИЗУЕМОГО В ОАО «ГУМ»

Столовая посуда из фарфора и фаянса — изделия, которые используются для подачи и принятия пищи и напитков. Посуда из данных материалов отличается не только своим составом и технологией производства, но и эстетическими свойствами, прочностью, долговечностью и функциональностью, поэтому применяется как дома, так и в объектах общественного питания. В настоящее время потребители стремятся к соответствию функциональных и эстетических свойств столовой посуды из фарфора и фаянса, что требует глубокого анализа структуры ассортимента этой группы товаров с целью оптимизации ее структуры ассортимента.

В ОАО «ГУМ» представлен широкий ассортимент столовой посуды из фарфора и фаянса, основными видами которой являются: блюда, бульонницы, чашки для бульона, креманки, масленки, миски, наборы тарелок, салатники, селедочницы, а также различные виды тарелок.

Для выявления путей оптимизации структуры ассортимента столовой посуды из фарфора и фаянса, реализуемого в ОАО «ГУМ», был проведен анализ динамики структуры ассортимента за 2022–2023 гг. По данным организации, наибольший спрос в 2023–2023 гг. был представлен на изделия «Добрушского фарфорового завода», удельный вес остатков в поступлении данного производителя в 2022 г. составил 3,78 %, в 2023 г. — 2,12 % при удельном весе в общем объеме поступления 56,98 % в 2022 г. и 75,58 % в 2023 г. На фарфоровые изделия представлен стабильно высокий спрос, что обусловлено незначительными изменениями значений удельного веса остатков в их поступлении (от 4,66 до 3,04 %) при удельном весе в общей сумме поступления за 2022–2023 гг. от 75,1 до 84,64 %. За период 2022–2023 гг. наблюдается увеличение спроса на тарелки мелкие. В 2023 г. произошло уменьшение доли остатков тарелок мелких на 1,18 % в сравнении с предыдущим годом. Также, по данным организации, наибольший спрос представлен на изделия средних размеров, удельный вес остатков в поступлении составил 3,65 % в 2022 г., в 2023 г. — 2,85 %.

При проведении потребительской оценки структуры ассортимента столовой посуды из фарфора и фаянса среди респондентов было выявлено, что потребители (преимущественно женщины — 65,9 %) отдают предпочтение фарфору белорусских производителей (53,07 %). Это может быть связано с тем, что потребители уверены в качестве изделий, производимых на белорусских предприятиях. Чаще всего приобретают столовую посуду из фарфора и фаянса средних размеров (48,15 %), что связано с удобством хранения столовой посуды и организацией кухонного пространства. Респонденты оценивают прежде всего эстетические свойства (61,73 %), наименьшее внимание обращают на многофункциональность изделий (59,26 %).

Таким образом, на основании проведенных исследований были выявлены следующие пути оптимизации структуры ассортимента столовой посуды из фарфора и фаянса:

- необходимо расширить ассортимент фарфоровой и фаянсовой посуды (коэффициент широты — 0,68, глубины — 0,55), сотрудничая с существующими и новыми поставщиками, чтобы удовлетворить потребности покупателей и привлечь новых;
- рекомендуется увеличить поставки тарелок мелких и сократить поставки товаров, пользующихся низким спросом, таких как креманки (удельный вес остатков в объеме поставок — 33,33 %, а блюда — 29,82–26,81 %);
- расширить ассортимент импортной продукции, несмотря на доминирование белорусских производителей (67,55–86,45 %), так как 32 % респондентов предпочитают импортную посуду.