

## Источники

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. — URL: <http://belstat.gov.by/> (дата обращения: 24.11.2024).

2. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях : 6 янв. 2021 г. № 91-З : принят Палатой представителей 18 дек. 2020 г. : одобрен Советом Респ. 18 дек. 2020 г. : по состоянию на 17 февр. 2025 г. № 61-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=НК2100091> (дата обращения: 24.11.2024).

**Я. А. Капуста**

*БГЭУ (Минск)*

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

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ АССОРТИМЕНТА ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ШВЕЙНОЙ ОДЕЖДЫ, РЕАЛИЗУЕМОГО В ОАО «ГУМ»

Потребительская оценка позволяет лучше понять предпочтения и требования покупателей, что способствует созданию ассортимента, который соответствует их ожиданиям. Это, в свою очередь, увеличивает уровень удовлетворенности потребителей. Регулярная оценка позволяет выявлять товары, которые не пользуются спросом, и заменять их на более актуальные или востребованные. Проведение потребительской оценки ассортимента является важным инструментом для повышения эффективности работы торговых организаций. В ходе исследования потребительской оценки ассортимента верхней женской швейной одежды был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 107 респондентов. Опрос проводился в формате «Google Форм» с помощью QR-кода, который представлен на рисунке.



QR-код «Google Формы» «Верхняя женская одежда»

Исходя из полученных результатов можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес составляют респонденты в возрасте

18–25 лет (30 %). Большая часть опрошенных респондентов являются потребителями верхней женской швейной одежды, реализуемой в ОАО «ГУМ» (78,8 %). Наибольшим спросом пользуются такие виды швейных изделий, как брюки (30 %). Не менее значимыми для потребителей являются плащи и жакеты (удельный вес 28,7 %), а также блузки, юбки и платья (26,3, 25 и 25 % соответственно). Так как опрос проводился в осенний период, был отмечен повышенный спрос на плащи (28,7 %) и пальто (23,8 %). Наименьший удельный вес приходится на жилеты (8,8 %), а следовательно, именно этот вид женской швейной одежды пользуется самым низким спросом.

Предпочтение потребители отдают таким производителям, как ОАО «Элема» — 38,8 %, ОДО «Панда» — 32,5 % и ЗАО «Калинка» — 32,5 %. Это может быть связано с тем, что продукция данных производителей довольно стильная, качественная и популярная среди потребителей. Наибольший удельный вес приходится на изделия 46-го (33,8 %) и 44-го размеров (30 %). Наименьшим спросом пользуются изделия 58-го (7,5 %) и 60–62-го (1,3 %) размеров. Следует отметить, что популярностью среди потребителей пользуются изделия, производимые из 100%-ного хлопка (удельный вес 51,2 %) и 100%-ного льна (37,5 %). На изделия из смесовых тканей (21,3 %) практически нет спроса, по сравнению с изделиями из натуральных материалов. Среди респондентов, принявших участие в опросе, присутствуют и те, для кого состав изделия не имеет значения (12,5 %). Для большей части опрошенных респондентов эстетические свойства товара являются неотъемлемым фактором при покупке верхней женской швейной одежды (92,5 %). И лишь для 7,5 % этот критерий не играет важной роли. Что касается эргономических свойств товара, то для 88,8 % респондентов это важный фактор при покупке изделий.

Таким образом, данные опроса показали, что потенциальными потребителями являются женщины в возрасте от 18 до 25 лет, приобретающие в основном такие изделия, как брюки, блузки, платья и жакеты 46-го и 44-го размеров из натуральных тканей (100 % хлопок, 100 % лен). Также важными факторами при покупке швейных изделий являются эстетические и эргономические свойства товаров. Исследования показали, что торговой организации ОАО «ГУМ» стоит расширить ассортимент, предлагаемый поставщиками ОАО «Элема», ОДО «Панда» и ЗАО «Калинка», поскольку товары именно этих производителей пользуются высоким спросом среди потребителей.