

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ИГРУШЕК НА ПРИМЕРЕ ТКУП «УНИВЕРМАГ БЕЛАРУСЬ»

В условиях высокой конкуренции и быстро меняющихся потребительских предпочтений эффективное управление ассортиментом детских игрушек является ключевым фактором успеха торговой организации.

Цели исследования — изучить структуру ассортимента игрушек в ТКУП «Универмаг Беларусь» и разработать рекомендации по его оптимизации. Для этого проведен анализ мирового и белорусского рынков игрушек, оценены показатели ассортимента предприятия, изучена динамика поступления и реализации за 2022–2024 гг., а также осуществлено анкетирование потребителей.

Полученные результаты свидетельствуют о следующем. Мировой рынок игрушек в 2023 г. превысил 100 млрд долл. США при ежегодном росте 5–7 %, более 60 % производства игрушек приходится на Китай [1].

В Беларуси в производстве игрушек лидирует СООО «ПП Полесье», имеющее долю 65,5 % в структуре поставок универсама «Беларусь». Показатели ассортимента предприятия следующие: коэффициент широты — 0,77, полноты — 0,85, глубины — 0,92, обновления — 0,20, что указывает на достаточно широкий, но медленно обновляемый ассортимент с риском устаревания.

За 2022–2024 гг. поступление в универмаг игрушек выросло на 49,4 % (с 1486 до 2222 ед.), реализация — на 46,2 % (с 1374 до 2009 ед.), при этом остатки увеличились почти вдвое (с 112 до 213 ед.). Доминирующее положение занимают изделия «Полесье». Успешно реализуются деревянные и текстильные игрушки. Среди видов игрушек лидируют машинки (46,4 % товаров), мягконабивные игрушки и конструкторы.

Потребительский опрос показал, что 66,7 % опрошенных (30 чел.) предпочитают отечественные игрушки. Определяющими факторами такого выбора являются материал изготовления и цена. Полностью удовлетворены ассортиментом универсама 55,2 % опрошенных, частично — 37,9 %, не удовлетворены — 3,4 %.

На основании проведенного анализа предложены пути оптимизации: исключение низколиквидных позиций в ассортименте игрушек (бумажные игрушки, отдельные роботы и куклы), расширение успешно реализуемых категорий товаров (деревянных и текстильных игрушек), внедрение новинок (экоигрушки, VR-/AR-продукты), повышение доли изделий отечественных производителей в структуре

ассортимента, развитие программ лояльности и улучшение онлайн-каталога товаров.

Проведенное исследование позволило выявить товарные группы с высокой оборачиваемостью и четко определить низколиквидные позиции, чтобы предприятие увеличило выручку отдела игрушек уже в течение 2025–2026 гг. Предложенные мероприятия имеют практическую значимость и могут быть применены другими торговыми предприятиями, реализующими детские товары.

Источник

1. Лучшие игрушечные бренды, стимулирующие обучение радости и рост во всем мире // Market Research Intellect. — URL: <https://www.marketresearchintellect.com/ru/blog/top-toy-brands> (дата обращения: 20.10.2025).

Диплом «Признание» по итогам работы секции

Е. И. Букатин

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. Н. Лилишенцева, канд. техн. наук, доцент

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ВОССТАНОВЛЕННЫХ ЯБЛОЧНЫХ СОКОВ

В настоящее время с увеличением разнообразия и доступности соковой продукции на рынке возникает необходимость в эффективных методах исследования и экспертизы подлинности таких продуктов. Поэтому большое внимание уделяется не только качеству соковой продукции, но и ее аутентичности, требования к которым не прописаны в ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» и стандартах на различные виды соковой продукции. Эффективная экспертиза подлинности соковой продукции — необходимый инструмент для защиты интересов потребителей и обеспечения честной конкуренции на рынке [1, 2].

В странах ЕС действует ряд нормативных документов, в соответствии с которыми проводится оценка качества и аутентичности соков. Для данного исследования использовался Свод правил для оценки качества фруктовых и овощных соков Европейской ассоциации производителей фруктовых соков (AIFN) (далее — Свод правил) [1, 3].

Целью исследования является оценка соответствия идентификационных параметров восстановленных яблочных соков установленным международным критериям и требованиям. В качестве объектов исследования выбраны образцы восстановленного яблочного сока от разных производителей: № 1 — «Гамма вкуса», № 2 — ABC,