

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГУМ»

Современный рынок декоративной косметики характеризуется высокой динамикой и интенсивной конкуренцией. В этих условиях ключевым фактором успеха торгового предприятия является формирование оптимальной структуры ассортимента, позволяющей максимально удовлетворять потребительские предпочтения, а также обеспечивать прибыльную работу торгового предприятия [1].

Исследование проводилось на примере ассортимента губных помад в ОАО «ГУМ». Применялся комплексный подход, включающий оценку показателей ассортимента, анализ динамики структуры ассортимента за 2023–2024 гг. по ключевым параметрам, а также анкетирование для выявления потребительских предпочтений.

По результатам анализа динамики структуры ассортимента наибольшую долю в поставках имеет и наиболее эффективно продается продукция отечественного производителя ООО «ЛЮКС-ВИЗАЖ». Потребительское предпочтение отдается классической форме выпуска — помаде-стику (74,1 % от общего поступления), которая обладает высокой оборачиваемостью. Наибольший спрос имеют помады с сатиновым (15,5 % от поступления) и глянцевым (18,1 %) финишем: оптимальным является соотношение объема их продаж и низкого уровня остатков. Матовые помады, лидирующие в объеме поставок (их доля 42,6 %), отмечены повышенным уровнем остатков (12,5 %), что указывает на дисбаланс между предложением и спросом. Наиболее востребованы помады средней массы (3,7 и 4 г). Помады нестандартных объемов (малых или больших) имеют низкую оборачиваемость и большие остатки.

Для потребительской оценки структуры ассортимента губных помад была разработана анкета. В качестве респондентов выступили 48 девушек и женщин.

В соответствии с потребительским опросом ключевыми критериями выбора для потребителей являются цвет помады (считают 97,9 % респондентов), цена (60,4 %), текстура (58,3 %) и стойкость (52,1 %). Выявлен высокий спрос на нюдовую палитру оттенков (отметили 62,5 % анкетированных). Подтверждена популярность матового (у 64,6 % респондентов), сатинового (50 %) и глянцевого (43,8 %) финишей. Основной сегмент покупателей (доля 70,8 %) ориентирован на средний ценовой диапазон. Для улучшения ассортимента респонденты предложили добавить помады с уходовыми свойствами (72,9 % анкетированных) и с расширенной палитрой оттенков (68,8 %).

Были разработаны следующие направления оптимизации структуры ассортимента губных помад в ОАО «ГУМ»:

1. Расширение ассортимента помад с сатиновым и глянцевым финишем, а также нюдовых оттенков.

2. Сокращение доли матовых помад и низкооборачиваемых позиций с виниловым и кремовым финишем, а также нестандартных масс.

3. Расширение ассортимента помад с уходовыми свойствами для удовлетворения выявленного потребительского запроса.

Реализация мер в предложенных направлениях позволит ОАО «ГУМ» привести структуру ассортимента губных помад в большее соответствие с реальным спросом, повысить товарооборачиваемость, снизить объем неликвидов и усилить конкурентные позиции на рынке декоративной косметики.

Источник

1. *Памбухчияни, О. В.* Организация и технология розничной торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2021. — 148 с.

К. Н. Лозовик

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Сорока, канд. биол. наук, доцент

РЫНОК ЙОГУРТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Йогурт — кисломолочный продукт с повышенным содержанием сухих обезжиренных веществ молока, произведенный с использованием смеси заквасочных микроорганизмов, термофильных молочнокислых стрептококков и болгарской молочнокислой палочки [1, с. 231]. Он вошел в рацион многих белорусов благодаря своим питательным свойствам и разнообразию вкусов.

Рынок йогуртов отмечен широким ассортиментом, активным импортом и значительной долей отечественных производителей. При этом требования к качеству и безопасности продукции со стороны государства и потребителей постоянно растут [2]. Покупатели все чаще обращают внимание не только на вкусовые характеристики, но и на состав продукта, наличие консервантов, тип упаковки, достоверность маркировки.

Цель исследования — определить ключевые факторы, влияющие на выбор йогуртов населением, а также выявить перспективы развития отрасли. Актуальность исследования определяется ростом требований к качеству и безопасности йогуртов.

Производство йогуртов в Беларуси осуществляется 27 организациями различных форм собственности и подчинения (в Витеб-