

циональную связь с брендом, превращая товар в часть запоминающегося опыта.

Ограниченное время, количество товара и эксклюзивность создают страх упущенной выгоды, повышая скорость покупок. Психология дефицита побуждает людей действовать быстрее. Когда ресурс ограничен, у человека возникает страх упущенной выгоды. Например, такие фразы, как «Скидка закончится через 2 часа 15 минут» или «Осталось всего 3 товара в наличии», подталкивают пользователя к быстрому принятию решения.

Адаптивный дизайн, быстрая загрузка и удобная навигация на любых устройствах обеспечивают доступность сайта и увеличивают конверсию. Более 60 % пользователей заходят на сайты через мобильные устройства. При адаптивной верстке дизайн страниц автоматически подстраивается под размер, разрешение и ориентацию экрана. Если дизайн неудобен, люди покидают страницу, не совершив целевое действие.

Таким образом, белорусским компаниям при разработке или изменении дизайна сайта нужно учитывать рекомендации специалистов: опираться на психологию восприятия, упрощать взаимодействие пользователя с интерфейсом и активно использовать элементы, усиливающие доверие и эмоции. Это позволит повысить конверсию и укрепить конкурентные позиции на рынке.

Е. Д. Волкова, Д. П. Коновалова, Е. В. Чернорез
СПбГЭУ (Санкт-Петербург)

РЕФИЛ-ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ АССОРТИМЕНТА НА РЫНКЕ ПАРФЮМЕРИИ

Рефилы, предоставляющие возможность повторного использования упаковки и снижения негативного воздействия на природу, становятся все более популярными в связи с растущей осознанностью потребителей о важности экологической безопасности. Они обеспечивают экономическую выгоду, предлагая более доступные по цене продукты при высокой конкуренции на рынке парфюмерии. Рефил-программы дают возможность покупателям экспериментировать с ароматами, создавая уникальные комбинации. Это отражает тренд на персонализацию товарного предложения и делает процесс выбора более увлекательным.

Анализ текущей ситуации в парфюмерной индустрии показывает, что значительная часть потребителей (более 60 %) положительно относится к идее повторной заправки флаконов, если это удобно и до-

ступно. Опросы подтверждают, что большинство людей (70 %) считают устойчивое потребление важным и хотят участвовать в программах по сокращению отходов. Это свидетельствует о готовности потребителей к экологичным решениям [1]. Одним из перспективных направлений на рынке парфюмерии является создание программ лояльности для покупателей, использующих свои флаконы повторно. Предоставление удобного и доступного способа повторной заправки духов поможет уменьшить количество отходов упаковки и повысить осведомленность о рациональном потреблении.

Результаты практического исследования выявили значительный потенциал внедрения рефил-программ в премиальном сегменте парфюмерии. Готовность 68 % потребителей к использованию программы при условии сохранения качества продукта, наряду с высокой значимостью экологического фактора для 72 % респондентов, создает прочную основу для успешной реализации таких программ. Особенно перспективным представляется целевой сегмент покупателей премиальной парфюмерии, где доля готовых платить больше за экологичные бренды достигает 67 % [2].

Ключевые преимущества внедрения рефил-программ носят комплексный характер: для потребителей предоставляют экономию до 30–40 % при покупке рефиллов и возможность участия в экологических инициативах; для ретейлеров являются значимой для снижения затрат на упаковку и логистику; для окружающей среды польза выражается в сокращении объема отходов (приблизительно 300 млн упаковок ежегодно).

Преодоление выявленных в ходе исследования барьеров, связанных с гигиеничностью процедуры (65 % опасений) и сохранностью ароматических свойств (57 %), требует разработки комплексных решений: внедрения систем закрытого типа, прозрачной коммуникации, стандартов качества и создания удобных клиентских сценариев [3]. Таким образом, рефил-программы — перспективное направление трансформации парфюмерного ретейла, отвечающее как экономическим интересам бизнеса, так и экологическим запросам современного потребителя.

Источники

1. Global refill market analysis 2023–2028 // Market Research Future. — URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/refill-market-11567> (date of access: 18.11.2025).

2. Consumer tech industry trends 2025 // NIQ. — URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2025/consumer-tech-industry-trends-2025/> (date of access: 29.11.2025).

3. Отчет по развитию ESG-инициатив в российском ритейле 2023 // Retail Rating. — URL: <https://retailrating.ru/esg-report-2023> (дата обращения: 29.11.2025).