

*Д. А. Иващенко, Э. В. Борисевич, Л. М. Судиловская  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

В условиях глобализации рынка и обострения конкурентной борьбы ключевым фактором устойчивого развития предприятия является эффективное управление товарным ассортиментом и качеством продукции. Современное товароведение трансформируется из классической дисциплины, описывающей свойства товаров, в науку об управлении жизненным циклом продукции на основе данных. Рассмотрим современные методы анализа ассортимента.

Традиционные методы ABC- и XYZ-анализа сохраняют свою ценность для классификации товаров по вкладу в выручку и стабильности спроса. Однако цифровая трансформация экономики предоставляет в распоряжение товароведов и маркетологов более глубокие и комплексные инструменты, чем эти методы. Многомерный ABC-XYZ-анализ позволяет не только оценивать финансовую значимость товарной единицы (при ABC-анализе), но и прогнозировать риски, связанные с колебаниями спроса (при XYZ-анализе), т.е. дает возможность формировать сбалансированный ассортимент [1].

Метод анализа покупательских корзин, основанный на применении алгоритмов ассоциативных правил, помогает выявлять скрытые закономерности в покупках потребителей, чтобы оптимизировать выкладку товаров, разработать эффективные акционные предложения и выявлять новые ассортиментные ниши [2].

Автоматизированный анализ текстовых отзывов в интернет-магазинах, социальных сетях и на форумах позволяет в режиме реального времени оценивать восприятие потребителями конкретных товаров, их характеристик и качества, т.е. является не только инструментом для изучения ассортимента, но и прямым каналом обратной связи для управления качеством.

Следовательно, современные реалии требуют от товароведения и управления качеством перехода на качественно новый уровень, основанный на глубокой аналитике и цифровых технологиях. Необходимо учитывать следующее:

1. Методы анализа ассортимента эволюционируют от статических к динамическим, многомерным и прогнозным, и происходит интеграция данных о продажах, поведении потребителей и их восприятии товара.

2. Управление качеством становится самостоятельным процессом, охватывающим всю цепочку поставок и тесно связанным с концепцией устойчивого развития (сокр. на англ. ESG).

3. Ключевым конкурентным преимуществом является способность компании оперативно обрабатывать большие массивы данных (англ. Big Data) и трансформировать их в практические идеи — конкретные решения по оптимизации ассортимента и повышению качества [2].

4. Специалист-товаровед современного типа должен обладать компетенциями не только в области традиционного товароведения, но и в науке о данных, аналитике и понимании цифровых инструментов управления.

Таким образом, использование классических товароведческих знаний и современных аналитических методов позволяет формировать конкурентоспособный, сбалансированный ассортимент и обеспечивать качество, отвечающее ожиданиям взыскательного современного потребителя.

### Источники

1. *Петрище, Ф. А.* Современные методы анализа ассортимента в розничной торговле / Ф. А. Петрище // Российское предпринимательство. — 2021. — Т. 22, № 4. — С. 785–802.

2. *Лайл, Р.* Анализ данных для розничной торговли : практ. рук. по использованию Big Data / Р. Лайл. — М. : Альпина Паблшер, 2020. — 312 с.

**Е. Д. Исаева**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Е. В. Коляда, канд. техн. наук, доцент*

## КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА САХАРНОГО ПЕЧЕНЬЯ

Сахарное печенье является одним из самых популярных кондитерских изделий массового потребления. В условиях насыщенного рынка и повышенных требований потребителей к безопасности и качеству продуктов питания комплексный анализ продукции различных производителей приобретает особую значимость [1, 2].

Цель работы — провести сравнительную оценку 10 образцов сахарного печенья отечественного и импортного производства по органолептическим и физико-химическим показателям.

Объектами исследования были выбраны 10 образцов печенья сахарного: «Малиновый слодыч», «Слодыч к чаю», «Шахматный слодыч», «Витьба. Классическое», «Спартак. Со вкусом лимона», «Коломенское. Классическое», «Яшкино. Со вкусом пломбира», «Любятово.