

## **ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА МУЖСКОЙ КОЖАНОЙ ОБУВИ НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА ЗАО «ТД «ШАГОВИТА»**

В условиях высокой конкуренции на потребительском рынке Республики Беларусь (импорт обуви составляет больше 70 % рынка, доля отечественной продукции — 26 % в 2024 г.) эффективное управление ассортиментом является ключевым фактором устойчивого развития торговых предприятий. Мужская кожаная обувь остается одной из наиболее значимых товарных групп: по прогнозам Statista, в 2025 г. сегмент мужской обуви в Беларуси достигнет 161,41 млн долл. США при ежегодном росте 3,47 % [1].

Цель исследования — изучение формирования, структуры ассортимента мужской кожаной обуви на примере магазина № 15 ЗАО «ТД «Шаговита» (г. Минск, ул. Притыцкого, 156) и разработка практических рекомендаций по ее оптимизации.

Анализ динамики структуры ассортимента в магазине № 15 ЗАО «ТД «Шаговита» за 2023–2024 гг. выявил следующее:

1. Преобладает обувь черного (45–50 % ассортимента) и коричневого (25–30 %) цветов с высоким уровнем реализации (90–95 %). Доля обуви других цветов (синий, серый, бежевый) растет, но такая обувь имеет высокие остатки (10–15 %).

2. В структуре ассортимента по сезону преобладает демисезонная обувь (доля 50 %) с высокой оборачиваемостью (90 %). Наблюдается рост доли зимней обуви с 25 до 30 %, в то время как доля летней снизилась до 20 % (остатки летней обуви 14–15 %).

3. По материалу верха обуви в ассортименте преобладают модели из натуральной кожи (80 %) с наилучшими показателями реализации (95 %) и минимальными остатками (5 %). Доля обуви из замши в ассортименте — 10–11 %. Доля моделей из экокожи сократилась до 10 % (их остатки 15 %).

4. По виду застежки в ассортименте обуви лидируют модели на шнурках (60 %), реализация которых 95 %. Для обуви на молнии характерен рост доли в ассортименте до 20–25 % (темп роста 120–128 %), для обуви на липучках и без застежки — низкая оборачиваемость (85 %).

Коэффициенты ассортимента: устойчивости — 0,88, новизны — 0,12, полноты — 0,18, широты — 0,625, глубины — 9.

Потребительская оценка проводилась путем анкетирования 39 мужчин-покупателей в ноябре 2025 г. Она показала, что средняя оценка разнообразия ассортимента мужской кожаной обуви — 3,67 балла по 5-балльной шкале. Общая удовлетворенность ассортиментом является высокой. С проблемами размера или посадки обуви

сталкивались 33,3 % опрошенных; 43,6 % респондентов считают цены завышенными. Максимальный интерес анкетированных к расширению ассортимента связан с кроссовками (у 51,3 % опрошенных) и ботинками (у 38,5 %). Анкетирование показало, что спрос носит сезонный характер, основным каналом продаж остается офлайн-магазин (для 64,1 % респондентов).

На основании полученных данных предложены следующие меры оптимизации:

1. Расширение ассортимента демисезонных и зимних кроссовок и ботинок из натуральной кожи в черном и коричневом цветах — ввод 5–7 новых артикулов (увеличение глубины ассортимента с 9 до 12 разновидностей).

2. Увеличение полноты размерного ряда популярных моделей (особенно в размерах 39–46) на 2–3 единицы.

3. Введение целевых сезонных акций (скидок 10–15 %) на летние модели и позиции из экокожи в мае — июле.

4. Внедрение ежемесячного АВС-анализа и мониторинга потребительских отзывов для оперативной корректировки ассортимента.

Ожидаемый экономический эффект от предложенных мер — рост удовлетворенности потребителей до 75–80 %, снижение неликвидных остатков до 5 %, увеличение выручки магазина на 15–20 % в 2026 г.

#### **Источник**

1. Footwear — Belarus. Statista Market Forecast, 2025 // Statista. — URL: <https://www.statista.com/outlook/cmo/footwear/belarus> (date of access: 25.11.2025).

**К. Д. Шестакова, М. М. Петухов**  
БГЭУ (Минск)

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ПЕЛЬМЕНЕЙ**

Ускорение ритма современного стиля жизни приводит к трансформации требований к питанию, обуславливая быстрое приготовление пищи, которая должна обладать высокой пищевой ценностью и невысокой стоимостью. Особую популярность среди такой пищевой продукции имеют пельмени, которые являются самым узнаваемым и популярным продуктом в категории замороженных мясных полуфабрикатов. Однако рецептура и пищевая ценность пельменей часто не являются сбалансированными из-за того, что классические технологии производства пельменей направлены в первую очередь на увеличение сроков хранения и минимизацию издержек, что оказывает негативное влияние на сохранность минеральных веществ и бел-