

источников информации. По численному значению ПЧР риски классифицируются как неприемлемые, умеренные, критические или незначительные.

В рамках самоанализа деятельности испытательной лаборатории при подготовке к аккредитации на соответствие требованиям ГОСТ ISO/IEC 17025-2019 [3] проведена оценка рисков методом FMEA. Большинство идентифицированных рисков имеют незначительную значимость и не оказывают существенного воздействия на деятельность испытательной лаборатории. Возможности FMEA-анализа позволили установить риски умеренной значимости, которые оказывают более существенное воздействие на деятельность лаборатории. В отношении рисков умеренной значимости разработан план реагирования, включающий мероприятия по предотвращению рисков и порядок реагирования на возникновение рисков.

Практика применения FMEA-анализа для оценки рисков аккредитованной испытательной лаборатории показала эффективность и достаточную «чувствительность» при определении градаций степени значимости рисков. ГОСТ ISO/IEC 17025-2019 [3] не устанавливает обязательные требования документирования процесса управления рисками, но представляется целесообразной разработка и внедрение такой документированной процедуры. В качестве метода оценки рисков можно рекомендовать FMEA-анализ, методология которого должна быть изложена в документе. В качестве вспомогательных методов, дополняющих FMEA-анализ, усиливающих эффективность его применения, можно рекомендовать причинно-следственный анализ, метод Дельфи, ранжирование и другие.

Список использованных источников

1. Мошкова, М. В. Менеджмент риска при лабораторных исследованиях / М. В. Мошкова, М. И. Лебедева // «Контроль качества продукции». – Москва, 2013. – № 7. – С. 13–15.
2. ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010-2011. Менеджмент рисков. Методы оценки рисков. – Введ. 01.12.2012. – Стандартинформ : Москва, 2012. – 74 с.
3. ГОСТ ISO/IEC 17025-2019. Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий. – Введ. 01.10.2019. – Взамен ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009. – Стандартинформ : Москва, 2019. – 32 с.

УДК 665.57

ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА

*Сыцко В.Е.¹, д.т.н., проф., Кузьменкова Н.В.¹, к.т.н., доц.,
Радовец Е.М.¹, студ., Зимницкая А.С.¹, маг., Швед Ю.М.², нач. торг. отд.*

*¹Белорусский торгово-экономический университет потребительской
кооперации, г. Гомель, Республика Беларусь*

*²Гомельский филиал Гомельского областного потребительского общества,
г. Гомель, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы формирования конкурентоспособного ассортимента парфюмерных товаров для Гомельского филиала Гомельского ОБЛПО, г. Гомель, Республика Беларусь.

Ключевые слова: ассортимент, парфюмерные товары, конкурентоспособность, свойства, качество.

В настоящее время одной из важнейших экономических и товароведных проблем является проблема обеспечения качества и конкурентоспособности товаров. Она предполагает формирование принципиально новых подходов. В условиях рыночных отношений изменились требования, предъявляемые к выбору того или иного вида продукции, что обуславливает высокую ответственность за ее качество в процессе реализации потребителям [1].

В Беларуси парфюмерию выпускают ЗАО «Дилис-Косметик», ООО «Миран-Парфюм», ЧУП «Азалия» и др.

Парфюмерные товары в Республике Беларусь вырабатываются на основе натурального отечественного сырья, поступающего из России, Прибалтики, Польши, Чехии, Германии,

Голландии. Более 76 % их продается на белорусском рынке, остальное реализуется в России, Украине, Казахстане, странах Балтии, Молдове и др. Вопрос об увеличении объемов производства парфюмерии, о расширении ее ассортимента, повышении качества, конкурентоспособности постоянно контролируется Правительством Республики Беларусь.

Существенное качественное преимущество белорусской парфюмерии – безвредность, безопасность, подтвержденная гигиеническими сертификатами ИСО 9000 [2].

Гомельский филиал Гомельского ОБЛПО должен взять на вооружение все обозначенные выше аспекты с целью оптимизации ассортимента и повышения эффективности управления им в своей торговой сети.

С этой целью торговый отдел Гомельского филиала Гомельского ОБЛПО проводит маркетинговые исследования рынка [3].

В условиях формирования рыночных отношений экономическая эффективность деятельности любого торгового предприятия в значительной мере определяется тем, насколько рационально сформирован ассортимент товаров. Известно, что научную основу формирования ассортимента товаров составляет информация о покупательском спросе.

Опрос проводился в зоне деятельности предприятий Гомельского филиала Гомельского ОБЛПО. Объем первоначальной выборки (200 чел.) рассчитывался исходя из допустимой погрешности $\Delta = 5\%$, доверительной вероятности $F(t) = 95\%$, дисперсии $\sigma = 0,5$.

Установлено, что основными покупателями парфюмерных товаров являются женщины, среди опрошенных их доля составила 65 %. Наиболее часто покупки совершают мужчины и женщины в возрасте от 20 до 40 лет, удельный вес этой категории респондентов составил 40 %.

Полученные результаты свидетельствуют, что свежие духи предпочитают 45 % опрошенных респондентов, с восточной нотой – 25 %, пряные – 8 %, цветочные – 10 %, древесные – 5 %, фантазийные – 7 %.

Предпочтения стойкости запаха распределились следующим образом: стойкие духи предпочитают 18 % респондентов; умеренные (в пределах не более 24 ч) – 32 %; запахи, меняющиеся в течение дня, – 35 %; 15 % затруднились ответить. Все это свидетельствует о том, что в структуре ассортимента должны преобладать парфюмерные товары, начиная с группы «люкс» и заканчивая самой низкой градацией (душистые воды) с самой разнообразной ценовой категорией.

Интерес представляло и мнение потребителей о главных недостатках парфюмерных товаров отечественных производителей: 15 % считают, что белорусская парфюмерия имеет неустойчивый запах; 22 % – скромный букет запахов; 30 % опрошенных недовольны упаковкой изделий.

Изучение покупательских предпочтений позволило сделать следующие выводы: отмечено повышение требований потребителей к качеству товаров; намечен рост в предпочтениях потребителей в отношении отечественной парфюмерии; укрепление позиций отечественных производителей может быть достигнуто за счет улучшения дизайна упаковки, разнообразия букета запахов, рекламной поддержки; необходимо знакомить покупателей с новинками парфюмерных товаров отечественного производителя; продукция должна иметь довольно широкий ценовой интервал, что позволит потребителю выбрать продукцию в соответствии с его потребностями.

Тенденции развития парфюмерной индустрии на ближайшее время: только натуральные ингредиенты; полностью перерабатываемая и экологически безопасная упаковка; парфюмерия унисекс.

Данные потребительских предпочтений позволили разработать рекомендации по оптимизации структуры ассортимента и качества парфюмерных товаров для Гомельского филиала Гомельского ОБЛПО в 2020 г.

Список использованных источников

1. Методология товароведных экспертиз непродовольственных товаров / Сыцко В. Е. [и др.]. – Гомель: УО «БТЭУ ПК», 2017. – 228 с.
2. К вопросу обнаружения видов фальсификации непродовольственных товаров / В. Е. Сыцко, Л. В. Целикова, Н. В. Кузьменкова // Потребительская кооперация. – 2019. – № 3 (66). – С. 64–70.
3. Сыцко, В. Е. Оценка качества и конкурентоспособности парфюмерных товаров / В. Е. Сыцко // Потребительская кооперация. – 2015. – № 2 (49). – С. 44–49.