

**П. Н. Гуркова,
А. А. Миленьякая,
А. А. Дривило**

*Научные руководители:
В. Е. Сыцко*

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

Е. А. Немченко

*Гомельский филиал
Гомельского облпотребобщества
г. Гомель Республика Беларусь*

К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Рынок парфюмерно-косметических товаров отечественные производители осваивают чуть более 15 лет. Сегодня уже более 60 предприятий страны выпускают парфюмерно-косметическую продукцию, причем 12 из них реализуют ее на рынке Европейского союза. Многие признают белорусский бренд парфюмерии, однако составляющие этого бренда – торговые марки отдельных производителей – еще не успели стать весьма узнаваемыми.

С учетом вышеизложенного нами была составлена анкета и проведено социологическое исследование по изучению покупательских предпочтений, обуславливающих выбор при покупке парфюмерных товаров.

Гомельский филиал Гомельского облпотребобщества как субъект хозяйствования – многоотраслевая организация, основной деятельностью которой являются розничная торговля, общественное питание, заготовительная деятельность, промышленность.

В Гомельском филиале реализуются парфюмерные товары следующих производителей: ЗАО «ДилисКосметик» (г. Минск), ООО «Миран-парфюм» (г. Минск), ЧУП «Азалия» (г. Гродно), ООО «Белпарфюмторг плюс» (г. Минск), УП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза».

Установлено, что основными покупателями парфюмерных товаров являются женщины, среди опрошенных их доля составила 90%.

Среди факторов, влияющих на покупку товаров, потребители поставили на первое место: стойкость запаха – 41%, цену – 20, марку предприятия-изготовителя – 19, степень удобства нанесения и оригинальность флакона – 11, соответствие запаха моде – 10%.

В отношении видов парфюмерной продукции мнения респондентов распределились так: использование туалетной воды предпочитают 45% опрошенных, духами пользуются 26%, дезодорантами – 10, одеколонами – 16%.

У 70% респондентов приобретенные товары предназначены для личного пользования, 30% покупателей приобретают парфюмерные товары для подарков.

Интерес представило и мнение потребителей о главных недостатках парфюмерных товаров отечественных производителей: 12% считают, что белорусская парфюмерия имеет неустойчивый запах; 25% считают, что скромнен набор букета запахов; 30% опрошенных не довольны упаковкой изделий; 33% респондентов считают, что отечественная парфюмерия не имеет рекламной поддержки.

Ассортимент парфюмерных товаров в магазинах Гомельского филиала не устраивает 51% респондентов, частично устраивает – 29%, полностью удовлетворены ассортиментом данной товарной группы – 20%. В настоящее время в пользовании одного потребителя находится в среднем около 4 флаконов парфюма.

Опрашиваемым также был представлен блок вопросов о том, почему они пользуются парфюмерией, какую статусность для них несет в себе этот продукт: 28% респондентов указали, что пользование парфюмерией – это дань моде, 45% опрошенных таким образом повышают свое положение в обществе.

Отметим, что для формирования оптимального ассортимента парфюмерных товаров, который в наибольшей степени будет соответствовать запросам потребителей, необходим постоянный мониторинг предпочтений потребителей в отношении данной товарной группы.