

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ В ООО «ЛЕНТА»

Автор: Елышева Алиса, 2 курс

Научный руководитель: Е.Е.Оппель, преподаватель дисциплин профессионального цикла

Профессиональное образовательное частное учреждение «Барнаульский кооперативный техникум Алтайского крайпотребсоюза», г.Барнаул

Актуальность исследовательской работы очевидна, поскольку потребление парфюмерных товаров с каждым годом увеличивается и покупатели, приобретая товар, хотят получить качественное и безопасное изделие.

Цель исследовательской работы – проанализировать ассортимент и качество парфюмерных товаров реализуемых гипермаркетом ООО «Лента».

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить анализ современного рынка парфюмерных товаров;
- изучить факторы формирующие качество парфюмерных товаров;
- проанализировать ассортимент парфюмерных товаров, реализуемых гипермаркетом ООО «Лента»;
- проанализировать качество парфюмерных товаров, реализуемых гипермаркетом ООО «Лента»;
- провести анализ результатов определения качества парфюмерных товаров, реализуемых гипермаркетом ООО «Лента»;
- предложить пути совершенствования ассортимента парфюмерных товаров, реализуемых гипермаркетом ООО «Лента».

Объектом дипломной работы является ООО «Лента» и его ассортимент парфюмерных товаров.

Предметом изучения является ассортимент и качество парфюмерных товаров, реализуемых в ООО «Лента»

Методы исследования:

- теоретические – анализ (литературы, материалов, документации и т. д.), синтез, моделирование, прогнозирование;
- эмпирические (эмпирическое познание – это познание опытным путем) – наблюдение, сравнение, измерение, изучение и обобщение опыта;
- статистические (графики, диаграммы, таблицы).

Информационной базой для написания дипломной работы является учебная литература, периодические издания, нормативно-техническая документация, материалы статистики, сборники и электронные ресурсы.

Рынок парфюмерии оценивается в \$39,67 млрд., из которых на долю российских производителей приходится 47% от общего оборота, а в натуральном выражении его доля LVMH, региональная сеть L'Oreal, Procter and Gamble, Estee Lauder.

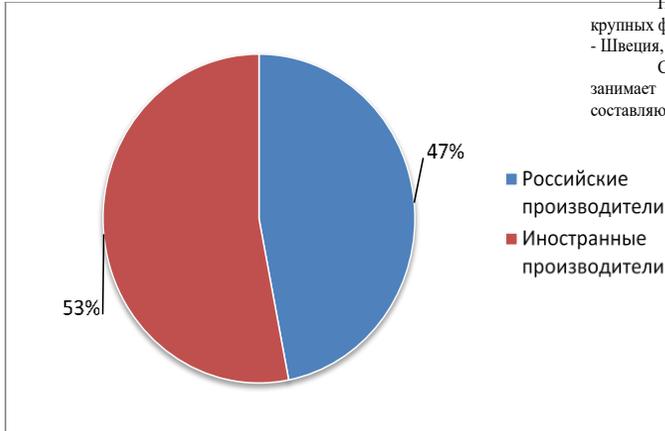


Рис. 1.- Российские и иностранные производители парфюмерии

Парфюмерные товары за рубежом производят около 3 тысяч фирм. Но более 50% сконцентрировано в руках 10 крупных фирм, продукция которых широко представлена на российском рынке. К ним относятся: «Oriflame» (Орифлейм) - Швеция, «AVON» (Эйвон) - Польша.

США выпускает треть всего мирового объема парфюмерных товаров. В структуре ассортимента парфюмерии занимает наибольший удельный вес. В большинстве стран на долю парфюмерии приходится 11%. Исключение составляют: в Японии – 3%, Франции – 30%, Испании – 23%.



Рис. 2.- Объем выпускаемой парфюмерной продукции

Розничные цены в этом сегменте диктуются производителем: магазин может отступить от рекомендованной цены не более чем на 5%.

Уровень потребления отечественных парфюмерных товаров определяется насыщенностью рынка импортными товарами. До недавнего времени удельный вес импортных парфюмерных товаров колеблется от 60 до 70%.

Анализ структуры ассортимента парфюмерных товаров в ООО «Лента»

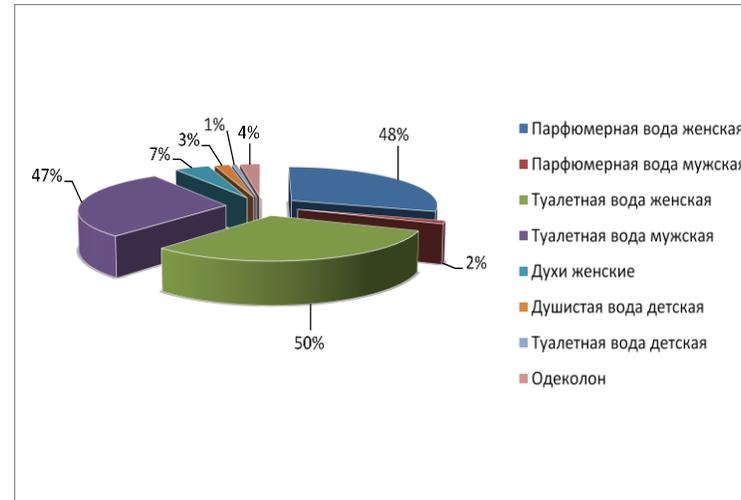


Рис. 4.- Ассортимент парфюмерных товаров в ООО «Лента» по видам

По рисунку 4 видно, что больше всего ассортимент составляет туалетная вода женская – 50% и туалетная вода мужская – 47%. Остальное составляет парфюмерная вода женская – 19%, парфюмерная вода мужская - 2%, духи женские – 7%, душистая вода детская – 3%, туалетная вода детская – 1%, одеколон – 4%.

Структура ассортимента парфюмерной продукции в ООО «Лента» по семейству запахов

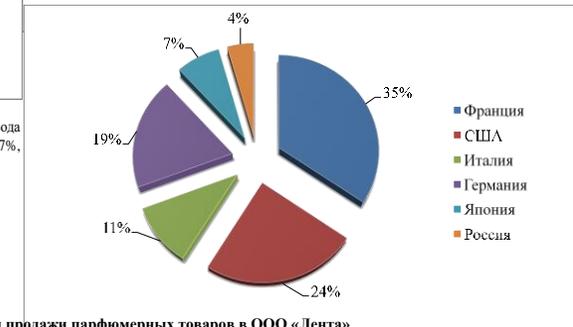
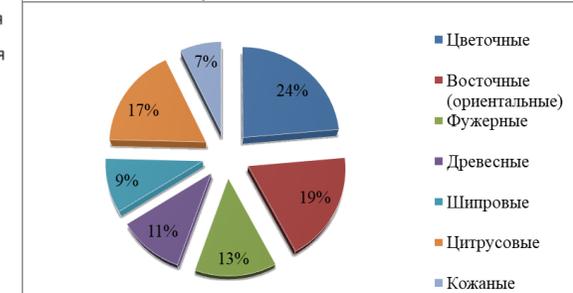


Рис. 9.- Структура ассортимента по месту происхождения

Пути совершенствования ассортимента и организации продажи парфюмерных товаров в ООО «Лента»

- На основании проведенных в дипломной работе исследований гипермаркету ООО «Лента» рекомендовано:
- Расширить ассортимент духов и одеколона, на 2-4 позиции, для привлечения покупателей, так как это ведет к разнообразию ассортимента.
 - Увеличить ассортимент товаров для мужчин, так как на рынке замечена тенденция увеличения спроса именно на мужские ароматы;
 - Расширить ассортимент цветочных и восточных запахов за счет уменьшения фужерных и древесных, так как сейчас летнее время и пользоваться большим спросом будут более легкие запахи;
 - Установить в торговом зале и складских помещениях приборы для регулирования и поддержания постоянной температуры для сохранения качества парфюмерной продукции;
 - Ввести сплошной контроль при приемке товара от поставщиков, по причине порчи большого количества товара при транспортировке;
 - Строго отслеживать и проверять наличие сопроводительных документов на каждую партию товара;
 - Доводить до потребителя полную информацию о способе нанесения парфюмерных товаров на маркировке;
 - Соблюдать достоверность указанной информации на маркировке;
 - При формировании ассортимента больше внимания уделять работе по его оптимизации, которая связана с постоянным выводением из реализации наименований, не пользующихся спросом или недостаточных рентабельных для магазина;
 - Предоставлять покупателям необходимую информацию о товаре, своевременно проводить инструктаж продавцов и дополнительное обучение, по данной группе товара.
- Для поставщиков:
- Изготовить специальную тару для сохранности парфюмерных товаров, во время перевозки, с целью уменьшения брака;
 - Пред отправкой товара, тщательно проверять наличие всей сопроводительной документации;
 - Предоставлять магазину тестеры с новыми парфюмерными ароматами, для привлечения покупателей и увеличения объемов продаж.