

численности магазина — на 9,81 и 4,32 % соответственно; уровня валового дохода — на 0,8 %; рентабельности продаж — на 0,93 %; ускорения товарооборачиваемости — на 11,2 дня.

Для совершенствования продажи товаров ОАО «Товары для дома» рекомендуется открытие интернет-магазина, его продвижение в социальных сетях, внедрение проекта мультиканальной торговли Omni Channel. Преимущества проекта для покупателей — быстрота, надежность, минимизация усилий и дополнительных затрат при максимизации товаров и сервиса. Преимущества проекта для магазина — дополнительный трафик в магазине, рост коэффициента завершенности покупок, рост плана продаж и в целом возможность повышения эффективности деятельности магазина на розничном рынке.

Таким образом, проведенное исследование показало, что несмотря на положительную динамику ряда показателей эффективности организации продажи товаров в организации, имеются технологические возможности для совершенствования торгового процесса в ОАО «Товары для дома».

*П. С. Партак  
БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Н. Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент*

## **БЕЛОРУССКИЕ БРЕНДЫ КОСМЕТИКИ: АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ**

Бренд (англ. brand — товарный знак, торговая марка, клеймо) отражает информацию о компании, товаре или услуге: это популярная, легкоузнаваемая, юридически защищенная символика производителя или товара.

Согласно рейтингу лучших белорусских брендов косметики первое место занимает производитель «Белита-Витекс». Еще один известный бренд, Luxvisage, занял второе место. На третьем месте находится компания BelKosmex. Четвертое и пятое места занимают такие бренды, как BelorDesign и Markell [1].

ЗАО «Витекс» было создано в конце 1980-х гг. Чуть позже вместе с партнерами из Италии организовано СП «БЕЛИТА» ООО и итальянская фирма по производству косметических препаратов «Дж.В.Ф — ДЖИВИЭФФЕ АО». Первоначально ассортимент был очень маленький — выпускалось всего шесть видов продуктов. В настоящее время производится более 2 тыс. наименований продукции: по всему миру размещено более 60 филиалов и торговых представителей. Также в 2019 г. был открыт официальный интернет-магазин компании «БЕЛИТА» — belita-shop.by.

Компания BelKosmex работает с 1995 г. В 1996 г. ООО «Белкосмекс» первым на белорусском рынке выпустило парфюмерно-косметическую продукцию в тубах, тогда же появилась косметика на основе масла чайного дерева Teebaum для чувствительной и проблемной кожи. В 2019–2020 гг. освоены новые категории средств — соли для ванн и жидкое мыло, а также экстрапитание для сухой кожи и волос. На сегодняшний день под торговой маркой BelKosmex выпускается более 300 наименований косметической продукции: средства для ухода за кожей лица и тела, гели для душа, шампуни и кондиционеры, очищающие средства для кожи, маски на основе нетканых материалов.

Markell Cosmetics — белорусская компания по производству косметики для тела, волос и лица, существующая с 1993 г. С 1995 г. осуществляются поставки сырья для производства косметики, пищевой индустрии, резинотехнической промышленности на территории Республики Беларусь и России. Сегодня бренд производит более 100 наименований препаратов по уходу за волосами и кожей, отвечающих мировым стандартам.

Белорусские производители косметики ориентируются на невысокую стоимость при соблюдении высокого уровня качества. Отечественная косметика пользуется большим спросом не только среди белорусских покупателей, ее с удовольствием приобретают и в других странах, поскольку она мало чем уступает аналогам из Европы и Америки. Таким образом, рассматриваемые торговые марки прошли свой путь развития и стали настоящими брендами.

#### **Источник**

1. 11 лучших белорусских брендов косметики [Электронный ресурс] // EXPERTOLOGY. — Режим доступа: <https://expertology.ru/11-luchshikh-belorusskikh-brendov-kosmetiki>. — Дата доступа: 23.11.2021.

*СНИЛ «Коммерсант»*

*П. А. Плевако*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент*

## **ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка организациям необходимо на регулярной основе анализировать осуществление своей коммерческой деятельности и при необходимости вносить в нее коррективы.