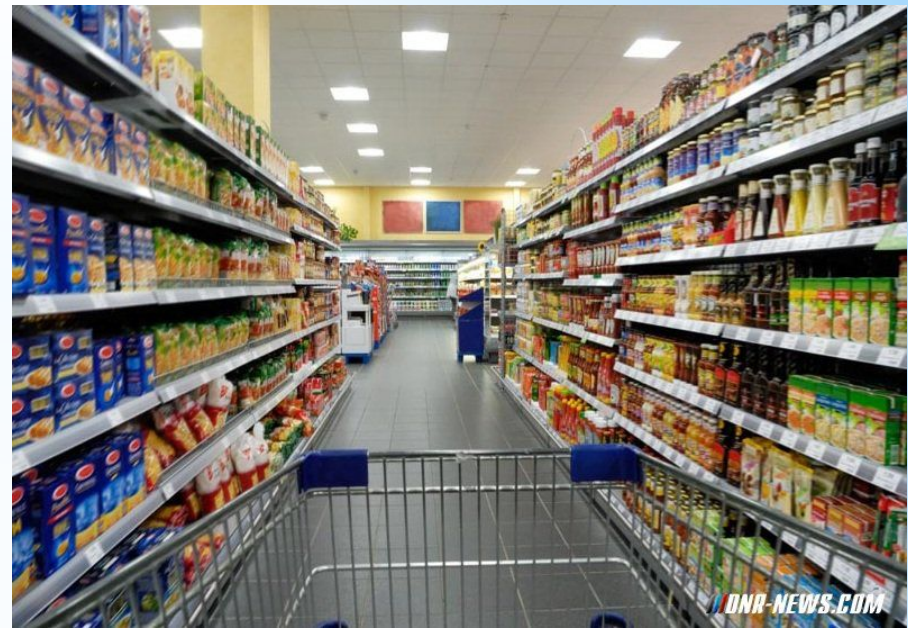


Организация обновления ассортимента

ассортимента

Ассортимент товаров - набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности.



Классификация ассортимента товаров

Ассортимент потребительских товаров делят на:

- ✓ **группы** - по местонахождению (промышленный и торговый)
- ✓ **на подгруппы** - по широте охвата товаров (простой, сложный, групповой)
- ✓ **на виды** - по степени удовлетворения потребностей (рациональный и оптимальный)
- ✓ **на разновидности** - по характеру потребностей (реальный, прогнозируемый и учебный).



Промышленный ассортимент - набор товаров, выпускаемых изготовителем исходя из его производственных возможностей.

Торговый ассортимент - набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально - технической базы.



Простой ассортимент - набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей.

Сложный ассортимент - набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах.

Групповой ассортимент - набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности.



Рациональный ассортимент - набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии.

Оптимальный ассортимент - набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведения до потребителей. Товары оптимального ассортимента отличаются повышенной конкурентоспособностью.



Реальный ассортимент - действительный набор товаров, имеющийся в конкретной организации изготовителя или продавца.

Прогнозируемый ассортимент - набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности.

Учебный ассортимент - перечень товаров, систематизированный по определенным научно обоснованным признакам для достижения обучающих целей.

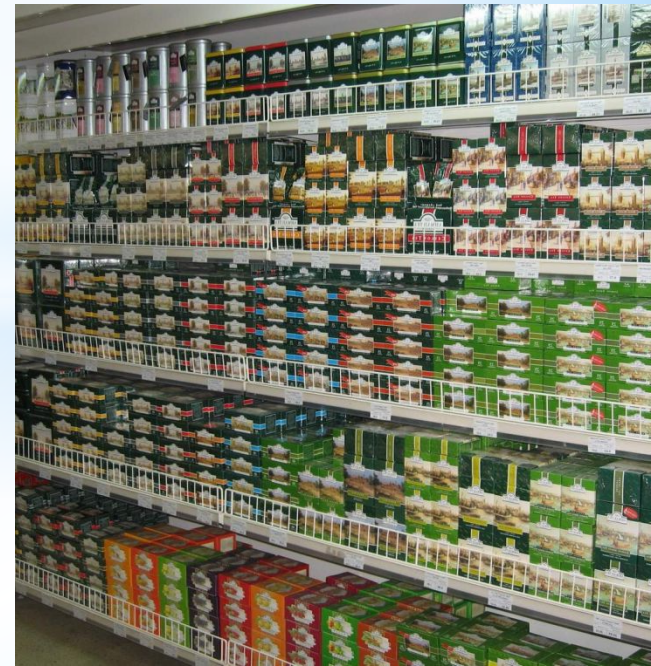


Свойства и показатели ассортимента

Свойство ассортимента - специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании.

Показатель ассортимента - количественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество видов и наименований товаров.

Широта ассортимента - количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.



Управление ассортиментом

Управление ассортиментом — деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента.

Формирование ассортимента — деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации.

Ассортиментная политика — цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством организации.



Факторы формирования ассортимента:

Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителей, – определяющий фактор формирования ассортимента; в свою очередь, зависит от сегмента потребителей (их доходов, национальных, демографических и других особенностей).

Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения, на размеры которых оказывают определенное влияние государственные меры по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и др.).

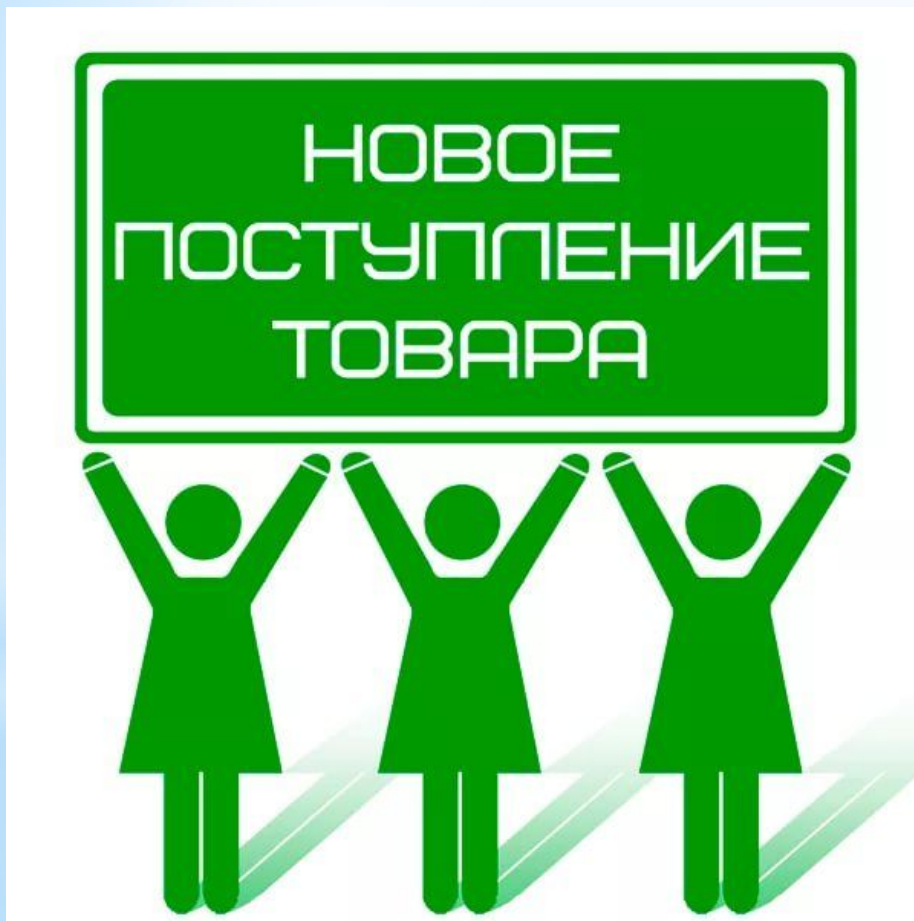


К специфичным факторам относят:

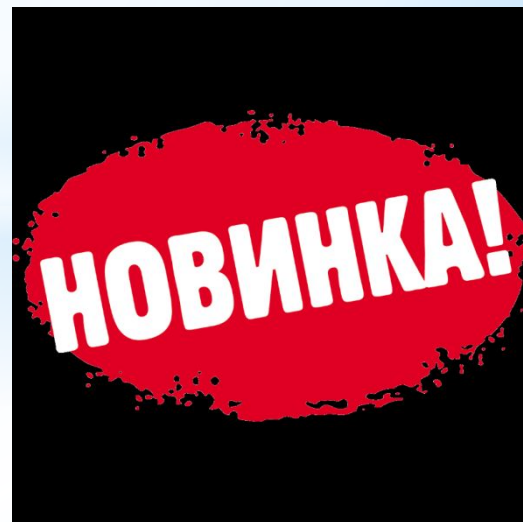
- ☐ Сырьевая база производственных организаций;
- ☐ Материально-техническая база товарного производства;
- ☐ Достижения научно-технического прогресса;
- ☐ Специализация торговой организации;
- ☐ Каналы распределения товаров;
- ☐ Методы стимулирования сбыта и формирования спроса;
- ☐ Материально-техническая база торговой организации.



Обновление ассортимента - это качественные и количественные изменения набора товаров, который способен удовлетворить изменившиеся потребности за счет новых товаров.



**ОБНОВЛЕНИЕ
ТОВАРА**



Основные причины обновления :

- появление новых потребностей
- замена морально устаревших товаров
- необходимость повышения качества и конкурентоспособности
- стимулирование спроса
- потребителями новых товаров будут так называемые



Спасибо за внимание!