



КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ

Потребительские товары -
товары бытового назначения, необходимые для
удовлетворения потребностей человека



Общепринятая типология товаров

- Классификация товаров по назначению
- Классификация товаров по длительности срока службы
- Классификация по частоте возникновения потребности
- Классификация товаров по взаимозаменяемости
- Классификация по роли в портфеле бренда
- Классификация по уровню вовлеченности в покупку

Классификация товаров по назначению

- По назначению товары делятся на товары индивидуального потребления (потребительские) и промышленные товары. Потребительские товары приобретаются для удовлетворения потребностей одного человека или членов семьи, а промышленные товары приобретаются для производства других товаров и для функционирования компании (сырье, технологии).

Классификация товаров по длительности срока службы

- По длительности службы все товары можно разделить на продукты:

- *длительного пользования* (бытовая техника, автомобили, сотовые телефоны, мебель);
- *краткосрочного использования* (продукты, срок службы которых может истекать сразу после использования (продукты питания, напитки или в результате использования несколько раз (мыло, зубная паста, косметика и гигиенические принадлежности));
- *одноразовые* (товары приходят в непригодность после первого использования).

Классификация по частоте возникновения потребности в товаре

- Одна из самых часто используемых классификаций товаров в маркетинге:
~~— разделение товаров по частоте возникновения потребности. —~~

Выделяют товары:

- повседневного (массового) спроса;
- товары периодического спроса;
- предварительного выбора,
- ограниченного
- сезонного спроса.

<i>Вид группы товаров</i>	<i>Описание</i>
Товары повседневного спроса (постоянные, импульсивные, экстренные)	Товары с высокой частотой покупки, покупаемые на регулярной основе и требующие минимальных усилий для сравнения по причине регулярной покупки (молоко). Риск совершения неправильной покупки минимален для потребителя, поэтому выбор данных товаров связан с низкой вовлеченностью в покупку и с низкой лояльностью.
Товары периодического спроса	Товары, на которые спрос возникает периодически в момент возникновения отсутствия товара (электрические лампочки)
Товары предварительного выбора	Товары длительного пользования, требующие дополнительных временных ресурсов покупателя для анализа информации, сравнения и совершения выбора. Риск совершения неправильной покупки высок, поэтому при выборе данных товары покупатели демонстрируют высокую вовлеченности в покупку.
Товары ограниченного спроса	Изделия, спрос на которые возникает только у определенной группы населения. Товары, предназначенные не для широкой публики. Luxury товары. Характеризуются статусным потреблением, высокой вовлеченностью в покупку, высокой лояльностью и стоимостью покупки.
Товары сезонного спроса	Товары, потребность в которых возникает в определенный момент времени (туристические путевки, одежда, некоторые продукты питания – мороженое)

Классификация товаров по взаимозаменяемости

- По взаимозаменяемости выделяют товары — *субституты* (взаимозаменяемые), ~~*комплементарные товары*~~ (взаимодополняемые) и товары, не имеющие аналогов.
- Товары-*субституты* являются друг другу прямыми конкурентами; они — товары с одинаковыми характеристиками. При отсутствии одного товара, его легко можно заменить на другой. (*Пример*, два разных пакета молока с 2,5% жирности).
- Комплементарные товары означают, что использование одного товара влечет за собой одновременное использование второго товара (зубная паста и щетка, бритва и лезвие, обувь и шнурки).

Классификация по роли в портфеле бренда

- Данная классификация товаров и услуг помогает четко определить роль каждой товарной группы в портфеле бренда и разработать эффективную ассортиментную стратегию.
-

По значению для ассортиментного портфеля выделяют:

- лидирующие;
- локомотивные товары;
- «муравьев»;
- тактические товарные группы;
- стимулирующие продукты.

<i>Вид группы товаров</i>	<i>Описание</i>
Лидеры	Обеспечивают лидерство компании в определенном сегменте.
Локомотивы	Являются генератором основного объема продаж и прибыли компании. Занимают высокую долю в портфеле и являются ключевым источником роста продаж. Поддерживаются рекламой.
«Муравьи»	Обеспечивают достаточный объем продаж (до 50% от портфеля). Могут иметь низкую рентабельность. Носят функцию «стабильности» и «неизменности» портфеля. Практически не растут, не поддерживаются рекламой, приносят гарантированный стабильный доход.
Тактические продукты	Товары, необходимые для временной поддержки бренда (промо-продукты) или для укрепления позиционирования бренда, для роста лояльности целевой аудитории. Имеют низкую долю в портфеле, обычно существуют в ограниченном периоде времени.
Стимулирующие товары	Товары, призванные совершить пробную покупку в пользу бренда.

Классификация по уровню вовлеченности в покупку

- Выделяют товары с *высокой вовлеченностью* (приобретение которых связано с высоким риском для покупателя) и с *низкой вовлеченностью* (товары, приобретение которых связана с низким риском для покупателя).
- Для того, чтобы понять, каким уровнем вовлеченности обладает товар, необходимо уметь определять риски для покупателя.
- Все потребительские риски покупки товара могут быть следующего характера: *функциональные, физические, финансовые, социальные, психологические, потеря времени.*

<i>Вид рисков</i>	<i>Краткое описание</i>
<i>Функциональные</i>	закljučаются в том, что действие и результат от использования неизвестного товара может не соответствовать ожиданиям потребителя
<i>Физические</i>	неизвестный товар может создать дискомфорт при использовании для потребителя
<i>Финансовые</i>	потребитель будет разочарован, если купленный неизвестный товар не оправдывает его ожидания в результате, к тому же понесет дополнительные финансовые затраты на приобретение нового товара
<i>Социальные</i>	товар может затруднить общение с другими людьми
<i>Психологические</i>	потребитель всегда от приобретения товара желает получить удовлетворение, как физическое, так и эмоциональное, при покупке неизвестного товара он рискует быть неудовлетворенным покупкой и испытать негативные эмоции
<i>Потеря времени</i>	неспособность товара удовлетворить потребность вынуждает потребителя искать замену, а значит нести дополнительные затраты на поиск и приобретение нового продукта

Товары производственного назначения

товары, предназначенные для продажи *юридическим лицам* и *индивидуальным предпринимателям* с целью их использования в хозяйственной деятельности.

К товарам **производственного назначения** относятся:

- технологическое оборудование
- строительно-дорожная...

Товары промышленного назначения подразделяют:

- *в зависимости от назначения и особенностей использования* - на товары, расходуемые при использовании (сырье, природное топливо), и товары, теряют при использовании свой ресурс (машины, оборудование);

в зависимости от характера и срока использования и их роли в технологическом процессе:

- *капитальное оборудование* - здания, сооружения, стационарные установки;
- *вспомогательное оборудование* - движимое производственное оборудование и инструмент;
- *сырье* - продукты природы, предназначенные для дальнейшего использования, которые, в свою очередь, могут быть минерального (нефть, природный газ) и натурального происхождения (хлопок, рыба, пшеница, древесина);
- *полуфабрикаты и детали* - товары, которые становятся частью готовой продукции;
- *материалы* - товары, которые являются результатом переработки сырья / *услуги производственного назначения* включают:
 - *производственные услуги* (услуги по техническому обслуживанию и ремонту оборудования, инжиниринг, лизинг);
 - *распределительные услуги* (коммерческие, транспортные);
 - *профессиональные услуги* (финансовые, информационные, консалтинговые, банковские, рекламы, страхования);
 - *общественные услуги* (например, образовательные услуги)

Практическое задание

- 1. Вырезать из предложенных журналов по **3 наименования товара (НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ аналоги)** потребительского и производственного назначения;
-
- 2. Проанализировать **потребительские товары** с учетом общепринятой типологией товаров.
 - 3. Товары **производственного назначения** учитывая: назначения и особенностей использования, характер, срок использования и их роль в технологическом процессе.
-
- **Работа выполняется на листах А4 (2 листа) по 2 человека**