

Понятие, виды и показатели ассортимента

Преподаватель: Е.А. Юрченко



Понятие ассортимента

Ассортимент товаров — набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразие, аналогичные индивидуальные потребности.

Показатели ассортимента

	набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей.
	набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы.
	набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований.
	набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов и наименований.
	набор однородных товаров, объединенный общими признаками и удовлетворяющий аналогичные потребности.
	набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований.
	товары могут удовлетворять как физиологические потребности, так и социальные, психологические. Это престижные марки автомобилей, одежды, обуви, духов.
	набор товаров, не относящийся к основным для данного торгового предприятия.
	набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя.
	набор товаров, удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают наилучшее качество жизни.

Промышленный (производственный) ассортимент	набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей.
Торговый ассортимент	набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы.
Простой ассортимент	набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований.
Сложный ассортимент	набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов и наименований.
Групповой ассортимент	набор однородных товаров, объединенный общими признаками и удовлетворяющий аналогичные потребности.
Развернутый ассортимент	набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований.
Марочный ассортимент	товары могут удовлетворять как физиологические потребности, так и социальные, психологические. Это престижные марки автомобилей, одежды, обуви, духов.
Сопутствующий ассортимент	набор товаров, не относящийся к основным для данного торгового предприятия.
Оптимальный ассортимент	набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя.
Рациональный ассортимент	набор товаров, удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают наилучшее качество жизни

Показатели ассортимента



	набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей.
	набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы.
	набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований.
	набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов и наименований.
	набор однородных товаров, объединенный общими признаками и удовлетворяющий аналогичные потребности.
	набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований.
	товары могут удовлетворять как физиологические потребности, так и социальные, психологические. Это престижные марки автомобилей, одежды, обуви, духов.
	набор товаров, не относящийся к основным для данного торгового предприятия.
	набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя.
	набор товаров, удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают наилучшее качество жизни.



Основные показатели ассортимента

	количественное соотношение групп, подгрупп, видов и разновидностей товаров в номенклатуре конкретного субъекта рынка, <u>выраженная в долях или процентах</u> .
	характеристика ассортимента товаров торгового предприятия, определенная по количеству включенных в него группировок низшего классификационного уровня.
	способность набора товаров одной группы удовлетворять одинаковые потребности.
	характеристика ассортимента товаров торгового предприятия по количеству видов и разновидностей, объединенных определенными группами и подгруппами.
	способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является устойчивый спрос на них.
	способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Основные показатели ассортимента

Структура ассортимента	количественное соотношение групп, подгрупп, видов и разновидностей товаров в номенклатуре конкретного субъекта рынка, выраженная в долях или процентах.
Широта ассортимента	характеристика ассортимента товаров торгового предприятия, определенная по количеству включенных в него группировок низшего классификационного уровня.
Полнота ассортимента	способность набора товаров одной группы удовлетворять одинаковые потребности.
Глубина ассортимента	характеристика ассортимента товаров торгового предприятия по количеству видов и разновидностей, объединенных определенными группами и подгруппами.
Устойчивость ассортимента	способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является устойчивый спрос на них.
Новизна ассортимента	способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Социально значимые продовольственные товары (товары первой необходимости)

Социально значимыми продовольственными товарами (товарами первой необходимости) являются хлеб и хлебобулочные изделия, соль, сахар и сахар-рафинад, спички, чай, мясо и мясо птицы, молоко и кисломолочные продукты, животное масло, яйцо, растительное масло, маргарин, рыба свежемороженая, крупа, макаронные изделия, табачные изделия, картофель, капуста, свекла, морковь, лук.

Социально значимые непродовольственные товары (товары первой необходимости)

К социально значимым непродовольственным товарам относятся хозяйственное и туалетное мыло, синтетические моющие средства, зубные щетки, лезвия для бритвы, ученические тетради, шариковые и перьевые авторучки, черно-графитные и цветные карандаши, электролампы (три вида), швейные нитки и иглы, мужское и женское белье, постельное белье (простыни, наволочки, пододеяльники).

Отсутствие социально значимых товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем торгового предприятия в соответствии с его специализацией, влечет за собой наложение штрафа в соответствии со ст. 14 КоАП РФ.

- Структура

- Широта

Основные

показатели

ассортимента

- Устойчивость

- Новизна

Широта ассортимента -

характеристика ассортимента товаров торгового предприятия, определенная по количеству включенных в него группировок низшего классификационного уровня.

Понятие «широта» ассортимента товаров относится как к промышленному, так и к торговому ассортименту. Механическое расширение ассортимента нерационально и нецелесообразно, т.е. увеличение числа товарных групп имеет смысл только до некоторого оптимального уровня, который должен соответствовать разумным потребностям и требованиям экономичности.

Широта ассортимента -

- действительная широта — фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющих в наличии;
- базовая широта — количество видов, разновидностей и наименований товаров, принятых за основу для сравнения. В качестве базовой широты может быть принято количество видов, наименований товаров, регламентируемое нормативными документами или взятое для сравнения в торговых организациях одного профиля;
- коэффициент широты — отношение фактического количества видов, разновидностей и наименований товаров к базовому.

Широта ассортимента -

Широта ассортимента определяется количеством товарных групп и оценивается коэффициентом широты:

$$K_{\text{ш}} = \Gamma_{\text{ф}} / \Gamma_{\text{н}}$$

где $\Gamma_{\text{ф}}$ — количество групп товаров на момент определения, ед.; $\Gamma_{\text{н}}$ — общее количество групп товаров, ед.

Полнота ассортимента -

способность набора товаров одной группы удовлетворять одинаковые потребности.

Полнота ассортимента -

Полнота ассортимента — это соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу.

Выражают полноту ассортимента через коэффициент полноты K_p ассортимента, который определяют по формуле:

$$K_p = V_{\phi} / V_n$$

где V_{ϕ} — фактическое количество видов товаров на момент обследования (проверки), ед.; V_n — количество видов, предусмотренное ассортиментным перечнем, договором поставки, стандартами и пр., ед.

Глубина ассортимента -

характеристика ассортимента товаров торгового предприятия по количеству видов и разновидностей, объединенных определенными группами и подгруппами.

Глубина ассортимента -

Глубина ассортимента определяется числом разновидностей товаров по каждому наименованию. Коэффициент глубины ассортимента оценивают по формуле:

$$K_{г} = P_{ф} / P_{н}$$

где $P_{ф}$ — фактическое количество разновидностей товаров на момент проверки, ед.; $P_{н}$ — количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем, условиями договора, прейскурантами и т. п., ед.

Устойчивость ассортимента -

способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является устойчивый спрос на них.

Устойчивость ассортимента -

Устойчивость (стабильность) характеризует постоянное наличие товара соответствующего вида (разновидности) в продаже. Коэффициент устойчивости K_y определяется по формуле:

$$K_y = 1 - (P'_{\phi 1} + P'_{\phi 2} + \dots + P'_{\phi n} / P_n \times n)$$

где $P'_{\phi 1}, P'_{\phi 2}, \dots, P'_{\phi n}$ — фактическое количество разновидностей (видов) товаров, из предусмотренного ассортиментным перечнем и отсутствующих в продаже в момент отдельных проверок, ед.; P_n — количество разновидностей (видов) товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем, ед.; n — количество проверок.

Устойчивость ассортимента -

Коэффициент устойчивости ассортимента, как правило, определяется за конкретный период (месяц, квартал, год). Установлено, что оптимальный коэффициент устойчивости ассортимента должен выражаться следующими значениями: для универмагов — 0,80; для специализированных магазинов — 0,75.

Новизна ассортимента -

способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Новизна ассортимента -

Новизна характеризует появление новых разновидностей товаров за определенный период времени и оценивается коэффициентом новизны K_o :

$$K_o = P_o / P_{\phi}$$

где P_o — количество новых разновидностей товаров, появившихся в момент проверки, ед.; P_{ϕ} — среднее количество разновидностей, ед.

Коэффициент новизны характеризует степень обновления ассортимента, появление новых изделий.