

image not found or type unknown



Формирование ассортимента – деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные и прогнозируемые потребности, а так же достичь целей, определенных руководством организации. Деятельность по составлению товарного ассортимента торгового предприятия очень разнообразна и многогранна, на этот процесс влияет множество факторов и один из самых главных из них это – покупательский спрос.

Специалисты отдела маркетинга должны постоянно изучать спрос и учитывать результаты этой работы непосредственно в процессе формирования ассортимента. В частности, товары, на которые выявлен четко сформированный спрос, должны присутствовать в продаже, так как их отсутствие приводит к явным потерям оборота, снижению эффективности деятельности предприятия, ухудшению его конкурентных позиций. Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, которое направлено на максимальное удовлетворение спроса населения и, вместе с тем, на активное воздействие, на расширение спроса. Формирование ассортимента и покупательский спрос в своем развитии взаимосвязаны. Существенные изменения в спросе должны сопровождаться изменениями в сформированном ассортименте.

При формировании ассортимента продовольственных товаров в розничных торговых организациях потребкооперации следует учитывать некоторые особенности спроса на продукты питания. Так, спрос на продовольственные товары по сравнению со спросом на непродовольственные товары обладает высокой степенью устойчивости, а в отдельных случаях - известной консервативностью. Потребитель привыкает к определенным видам продуктов, поэтому важно достигнуть стабильности в формировании ассортимента таких товаров, обеспечивая их бесперебойную продажу.

Покупательский спрос на товары простого и сложного ассортимента также имеет особенности, которые необходимо учитывать при формировании ассортимента. Так, на товары простого ассортимента, имеющие незначительное количество разновидностей, спрос в основном конкретный, твердо сформулированный и не допускающий замены этих товаров. Наоборот, при покупке товаров сложного ассортимента, насчитывающих десятки и сотни разновидностей, в спросе допускается их широкая взаимосвязь. Причем многие из этих товаров являются

товарами периодического спроса, то есть не покупаются и не потребляются ежедневно.

Необходимо также отметить, что на спрос и потребление многих товаров, в особенности продуктов питания, оказывает влияние сезонность их производства. Вследствие этого происходит неравномерность их потребления в течение года и спрос переключается на товары их заменяющие.

При формировании ассортимента необходимо учитывать также характер предъявляемого спроса. Различают несколько видов спроса: устойчивый - твердо сформулированный спрос на какой-либо товар (наиболее часто такой спрос наблюдается на многие продовольственные товары) и не допускает замены его другими товарами; альтернативный (неустойчивый) спрос - допускает взаимосвязь товаров в пределах группы, подгруппы или разновидности товаров; импульсный - спрос, возникающий у покупателя под воздействием неких внешних стимулов (реклама, выкладка товаров, предложение продавца). Этот вид спроса зачастую вызывается наличием в магазинах новинок в товарном ассортименте.

В конце можно подвести итог, что спрос является одним из основополагающих факторов формирования ассортимента в торговом предприятии, этот показатель постоянно отслеживается, чтобы сформировать оптимальный товарный ассортимент и избежать избытков не реализованной продукции.