

## ASORTYMENT TOWAROWY MATERIAŁ DLA UCZNIĄ (do zadania nr 2.)

### POPYT NA TOWARY

Głównym motywem skłaniającym klienta do przyścia do sklepu są jego potrzeby, które chce zaspokoić. Mówi się często: potrzebuję płaszcz na zimę, pieczywa na kolację, śmietany do zupy, pasty do mycia zębów. Wymieniając swoje potrzeby, oznajmiamy, że czegoś nam brakuje i że mamy chęć uzupełnić nasze niedobory. W takiej sytuacji sięgamy do portfela lub sprawdzamy nasze konto bankowe i zaspokajamy nasze potrzeby lub nie.

**Popytem** nazywamy potrzeby ludności dotyczące towarów i usług, poparte pieniężnymi możliwościami ich zakupu. Wielkość popytu to ilość dóbr lub usług, jaką konsumenci chcą i mogą kupić po danej cenie i w danym czasie. Wielkość popytu możemy więc zmierzyć wielkością sprzedaży. Na przykład: możemy powiedzieć, że w osiedlowym sklepie warzywniczym popyt na jabłka w cenie 2 złote za kilogram wynosi 100 kilogramów w ciągu tygodnia. Popyt nana rynku tworzą klienci. Klient przychodzi do sklepu, ponieważ ma potrzeby. Jeżeli ma pieniądze, to może swoje potrzeby zaspokoić. Z jednej strony lady jest klient, a z drugiej strony sprzedawca, który oferuje towary.

**Podaż** – to ilość dóbr i usług jaka jest na rynku w danym czasie i miejscu. Towary, które znajdują się w sklepach, zostały wytworzone przez producentów. Ofertę towarową w sklepach nazywamy podażą towarów. Podaż towarów na rynku tworzą sprzedawcy (to co jest w sklepach) i producenci.

### ARTYKUŁY SUBSTYTUCYJNE I KOMPLEMENTARNE

Na decyzje konsumentów o zakupie jakiegoś towaru wpływają ceny innych towarów dostępnych na rynku. Duże znaczenie mają ceny artykułów substytucyjnych i komplementarnych.

**Artykuły substytucyjne** (substytuty) inaczej **zamienniki** o takie towary, które mogą się wzajemnie zastępować. Ze względu na podobne właściwości i przeznaczenie substytuty mogą zaspokajać tę samą potrzebę. Na przykład: masło i margaryna, kawa sypka i kawa rozpuszczalna, buty klapki i buty japonki, akumulatorki i baterie zwykłe, mydło w płynie i mydło w kostce, długopis i pióro. Jeżeli cena jednego artykułu spada, np. butów japonek, to zmniejsza się sprzedaż substytutu tego artykułu, czyli butów kłapek. Klienci kupują zatem więcej tańszych japonek, a mniej tzw. kłapek.

**Artykuły komplementarne** to artykuły, które się wzajemnie uzupełniają. Kupno jednego powoduje, że klient musi kupić drugi, aby zaspokoić potrzebę, ponieważ artykuły te konsumowane są jednocześnie. Na przykład: płyty kompaktowe i odtwarzacz, telewizor i antena, komputer i klawiatura, monitor i myszka, drukarka i skaner, samochód i benzyna, kawa i śmietanka. Jeżeli cena jednego z artykułów komplementarnych rośnie, to maleje popyt na oba artykuły jednocześnie. **Oba artykuły konsumowane są łącznie i jeden bez drugiego staje się bezwartościowy.** Ze zmianą popytu mamy do czynienia wtedy, gdy zmienia się cena danego artykułu lub któryś z pozostałych czynników wpływających na kształtowanie się popytu, np. cena substytutu lub cena artykułu komplementarnego, dochód, moda, reklama

### Pojęcie TOWAR

Towar materialny produkt przeznaczony do sprzedaży Produkt/wyrób efekt wszelkiego rodzaju działalności produkcyjnej - Dobro wszystkie środki mające zdolność zaspokajania potrzeb ludzkich

Towar - Wszystkie ruchome, realnie istniejące dobra materialne, posiadające wartość wymienną, a więc i cenę, które z tego powodu są lub mogłyby stać się przedmiotem handlu.

**Towar jest to produkt pracy ludzkiej przeznaczony do sprzedaży, ma cenę.** Dzięki swym właściwościom jest użyteczny, gdyż zaspokaja potrzeby materialne i niematerialne człowieka. Towar musi mieć odpowiednią postać handlową i cenę; posiada wartość i wartość użytkową

TOWAR WARTOŚĆ UŻYTKOWA I WYMIENNA Wartość użytkowa zdolność zaspokajania potrzeb  
Wartość wymienna wyrażona w pieniądzu czyli cena Wartość wymienna towaru jest pochodną jego wartości użytkowej

Znaczenie pojęcia dobro Dobra wszystkie środki mające zdolność zaspokajania ludzkich potrzeb  
Dobra wolne Takie, które są dane człowiekowi w postaci naturalnej i nie tkwi w nich żadna praca ludzka (woda w której się kapiemy, powietrze słońce) Dobra zagospodarowane Czyli produkty, w których tkwi praca ludzka np., woda, którą czerpiemy z sieci wodociągowej, autostrady dostępne za opłatą itd. Dobra wytwarzane Przez człowieka, ołówek, chleb Energia- dobra energetyczne  
Wytworzona lub przetworzona i jej nośniki węgiel produkty naftowe gaz itd.. usługi.

## Pojęcie asortymentu i jego rodzaje

UWAGA Asortyment stanowi zawsze zestaw towarów, a nie pojedynczy towar!!! Asortyment produkcyjny zestaw towarów wytwarzanych przez zakład produkcyjny. Powstaje w wyniku działalności prowadzonej przez jednego producenta i jest bardziej jednorodny, jest najczęściej ograniczony pod względem ilości odmian i rodzajów towarów ze względu na możliwości produkcyjne wytwórcy.

Asortyment handlowy zestaw towarów oferowanych do sprzedaży przez jednostkę handlową - jest celowo dobierany, kompletowany w taki sposób, aby najpełniej zaspokoić potrzeby klientów jednostki handlowej. Asortyment ten tworzą najczęściej towary pochodzące od różnych producentów, dzięki temu klient może dokonywać wyboru pomiędzy zróżnicowanymi towarami. Asortyment branżowy zestaw towarów określonej branży Poszczególne elementy składające się na asortyment to sortymenty

**Asortyment handlowy** składa się z towarów tworzących:

- 1) branżę towarową,
- 2) grupę towarową,
- 3) podgrupę towarową,
- 4) artykuły.

**Branża towarowa** to ogół towarów zaspokajających te same potrzeby, pochodzących z tej samej gałęzi produkcji, na ogół wytworzonych z tych samych surowców np. branża spożywcza, branża odzieżowa branża przemysłu mięsnego.

**Grupa towarowa** to ogół towarów o podobnym przeznaczeniu i pochodzeniu, np. obuwie. Podgrupa towarowa to towary, wyodrębnione z grupy towarowej na podstawie różnic wynikających z surowca, z którego wykonano produkt, np. obuwie skórzane, obuwie z tkaniny lub sposobu użytkowania towaru, np. obuwie wizytowe, obuwie sportowe.

**Artykuł to** najmniejszy element asortymentu handlowego. Artykuły różnią się pomiędzy sobą rodzajem, modelami, fasonami, odmianami, gatunkiem, rozmiarem, kolorem, marką. Artykuły łączy jednak wspólne przeznaczenie lub rodzaj zastosowanego surowca np. artykuły papiernicze, kosmetyczne, higieniczne. Artykuł, jakim są np. peleryny może występować w różnych kolorach, rozmiarach, fasonach, gatunku, z różnych surowców włókienniczych od różnych producentów.

**Asortyment** Ilość rodzajów produktów oferowanych w placówce handlowej stanowi o szerokości asortymentu : szeroki lub wąski.

Liczba typów produktów w ramach jednego rodzaju produktu charakteryzuje głębokość asortymentu głęboki płytki.

Asortyment handlowy może być: **szeroki – czyli jeżeli w sklepie mamy towary z różnych grup (np. z różnych działów) to mówimy, że asortyment jest szeroki, mówimy „od mydła, do powidła” czyli od wszystkiego :-)**

Asortyment jest **wąski – jeśli ten wybór jest niewielki, często tylko towary z jednej grupy a więc we wszystkich sklepach specjalizujących się w sprzedaży jednego rodzaju np. kosmetyczny, warzywniak, mięsny, rybny, salon sukien itd.**

Asortyment **głęboki – jeśli w ramach grupy mamy duży wybór rozmiarów, kolorów, gatunków, od wielu producentów itd. „od wyboru do koloru”**

Asortyment **płytki** - jeśli w danej grupie jest niewielki wybór. Np. mamy słodczyce ale niewielki wybór

Np. w sklepie ogólnym, spożywczym, przemysłowym, jest asortyment szeroki ale płytki

Ale w sklepie specjalizującym się w sprzedaży jednej grupy np. z zabawkami, z ubrankami dla dzieci, mięsny asortyment będzie wąski ale głęboki.

**Podział asortymentu ze względu na znaczenie** dla efektywności sprzedaży danej jednostki handlowej:

- **podstawowy** (główny przedmiot sprzedaży, np. w sklepie obuwniczym to obuwie, wszystkie jego rodzaje, typy itd.),
- **uzupełniający** (czyli uzupełniający zakup asortymentu podstawowego, np. środki czyszczące i wkładki do obuwia lub umożliwiające wyeksponowanie towaru podstawowego.)

**Podział asortymentu ze względu na specjalizację:**

- **uniwersalny** (z wielu branż, w celu zaspokojenia jak najszerszego profilu potrzeb), należy wtedy odpowiednio grupować artykuły według pewnych zasad:

– komplementarności, substytucyjności, problemowego grupowania artykułów konsumpcyjnych, grupowania wybieralnych artykułów przemysłowych,

- **branżowy** (np. branży odzieżowej),
- **specjalistyczny** (np. odzież sportowa),

#### **Podział asortymentu ze względu na częstotliwość zakupu:**

- codziennego (masowego) zakupu – bezproblemowego, produkty powszednie np. artykuły żywnościowe, to co zużywamy i kupujemy bez większego zastanowienia
- okresowego zakupu – artykuły wybieralne, służą nam na jakiś czas, np. odzież, RTV, więcej czasu poświęcamy na ich zakup, szukamy...porównujemy ceny itd.
- sporadycznego zakupu – tzw. problemowe, to towary luksusowe np. samochód, ekskluzywne,

Podział produktów konsumpcyjnych ze względu na częstotliwość zakupów produkty częstego zakupu, czyli produkty nabywane często, bez namysłu i porównywania ich z innymi ofertami, przeważnie są dość tanie i szeroko dostępne. produkty wybieralne są kupowane rzadziej i w ich zakup konsumenci wkładają więcej wysiłku i czasu, aby porównać różne dostępne oferty. Przykładem jest odzież, samochody, produkty specjalne, będą to dobra o unikalnych cechach, o silnej identyfikacji marki, przy ich zakupie konsumenci muszą podjąć dodatkowy wysiłek. Na przykład szczególne marki samochodów, produkty niepostrzegane, produkty których konsument nie zna albo po prostu nie myśli o ich zakupie. Są to głównie innowacje na rynku.

Dobra powszechnego użytku produkty nabywane często, zazwyczaj pod wpływem nawyku lub impulsu, np. pieczywo, cukier, mąka, środki higieny osobistej itd. Dobra trwałego użytku produkty, które mogą być używane wielokrotnie, charakteryzują się długim okresem użytkowania, wysoka cena jednostkową i małą częstotliwością zakupu