

# Основные средства оптимизация товарного ассортимента в международной деятельности фирмы

Юрлова В.

Нечаева А.

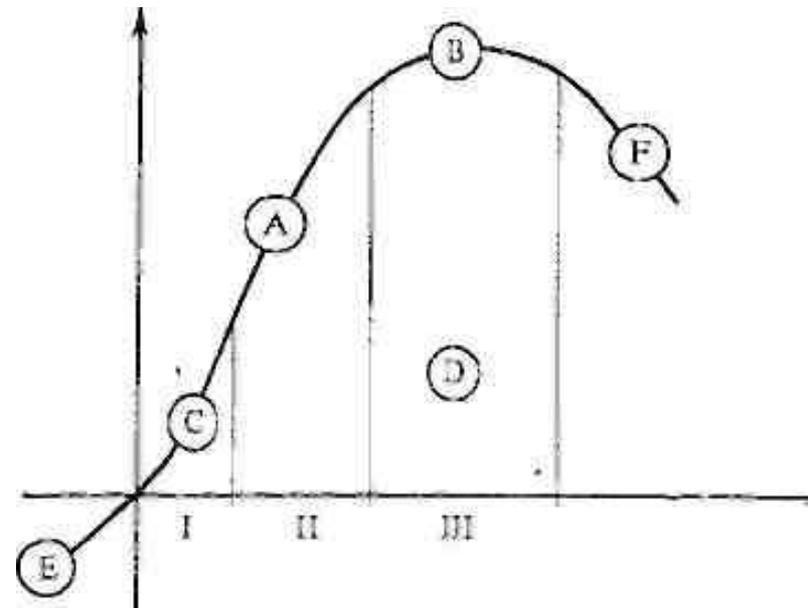
- При формировании ассортиментной политики современные компании учитывают прежде всего необходимость одновременной продажи товаров, находящихся в разных стадиях жизненного цикла, с целью обеспечить окупаемость затрат, сбалансированность финансовых операций, преемственность товарной политики и др.

# Факторы формирования внешнеторговой номенклатуры

- широта товарного ассортимента - число товарных групп в экспорте и/или импорте;
- его насыщенность - общее число товаров;
- глубина - число товаров в рамках ассортиментной группы или параметрического ряда товаров-подвидов и модификаций;
- Гармоничность - степень близости между товарами различных ассортиментных групп;
- соотносимость по стадиям международного ЖЦТ;
- оптимальность.

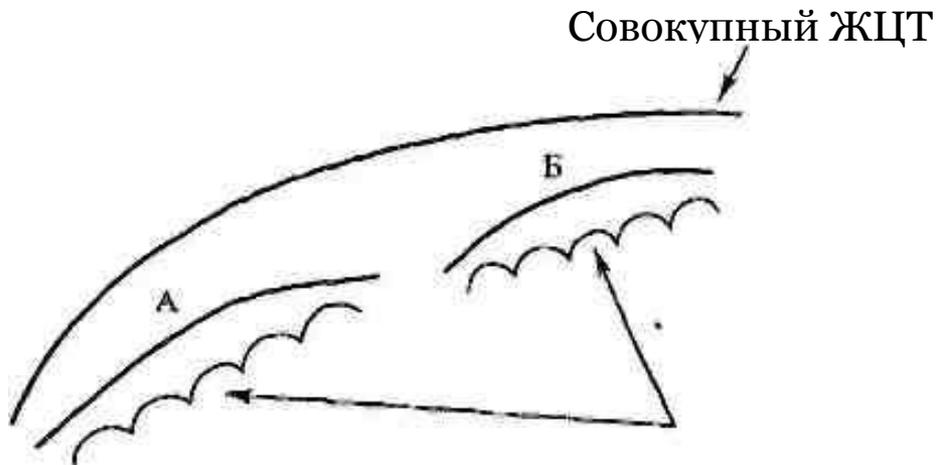
# Оптимальное соотношение товаров по стадиям ЖЦТ

- основную товарную группу (А),
- поддерживающую (В),
- стратегическую (С),
- тактическую (D),
- разрабатываемую или перспективную (Е);
  - товары, уходящие с рынка и находящиеся в стадии спада (F)



# Кластерный анализ и оптимизация ассортимента по совокупной кривой ЖЦТ

- *Кластерный анализ* - анализ выявления отдельных связанных с теми или иными характеристиками групп товаров.



Жизненные циклы отдельных товаров

График кумулятивного (совокупного) жизненного цикла товаров фирмы на рынке

# Стратегии товарного ассортимента фирмы

## *Диверсификация* 1. Диверсификация

1. создание и выпуск на мировые рынки новой продукции, внедрение в новые сферы деятельности, новые сферы бизнеса.
  2. освоение несвязанных между собой областей предпринимательской деятельности.
- + позволяет обезопасить бизнес от возможных изменений в спросе в той или иной области.
  - такая стратегия требует значительных ресурсов, т.е. возможна для организаций и фирм, которые владеют прежде всего достаточными капиталами и бизнес-знаниями.

## 2. Дифференциация

### Дифференциация

- это работа в сопряженных сферах
- производство товаров и услуг примерно одного типа, но разных видов или модификаций.

#### Например:

производство легковых и грузовых автомобилей, автобусов, троллейбусов и т.д. Иногда стратегия дифференциации понимается еще уже, например как производство только легковых автомобилей, но различных подвидов и модификаций.

## 3. Вертикальная интеграция

- *Вертикальная интеграция*
  - эта стратегия предполагает освоение сфер бизнеса, которые сопряжены с вертикальной цепочкой производственно-сбытового процесса
  - 1. Вертикальная интеграция «вперед»** связана с приобретением и освоением сфер бизнеса от производства данного товара к его сбыту и приближает его к покупателю
  - 2. Вертикальная интеграция «назад»** имеет целью захватить в свои руки сферы бизнеса, обеспечивающие вопросы снабжения сырьем и материалами.

## 4. Узкая специализация

- *Узкая специализация* в основном свойственна компаниям, не владеющим достаточными финансовыми и прочими ресурсами и концентрирующим свои усилия на небольшой, довольно ограниченной сфере деятельности.
- Чаще всего такой стратегии придерживаются мелкие и средние фирмы.

+ хотя стратегия узкой специализации в большинстве случаев бывает вынужденной, однако и она может обеспечить весьма высокую эффективность предпринимательской деятельности.

- уязвимость в этом случае будет значительно выше, чем при использовании других вышеназванных стратегий.