**Практическая работа 6**

**Тема Расчёт показателей широты ассортимента на розничном торговом предприятии.**

Цель: изучить методики определения показателей широты ассортимента.

Ассортиментом товаров называют набор товаров, объединенных по какому-либо одному признаку или совокупности признаков.

Товарный ассортимент характеризуется следующими показателями: широта ассортимента, полнота ассортимента,  устойчивость ассортимента, новизна ассортимента, структура ассортимента.

Широта ассортимента *—* количество групп, видов, разно­видностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.  
Это свойство характеризуется двумя абсолютными показате­лями — действительной и базовой широтой, а также относи­тельным показателем — коэффициентом широты.  
Действительная широта (Шд) — фактическое количество групп, видов, разновидностей и наименований товаров, имею­щихся в наличии (д).  
Базовая широта (Ш6) — широта, принятая за основу для сравнения. В качестве базовой широты может быть принято ко­личество видов, разновидностей и наименований товаров, рег­ламентированное нормативными или техническими документа­ми (стандартами, каталогами и т. п.). Выбор критериев определения базо­вого показателя широты определяется целями торговой органи­зации. Например, при анализе ассортиментной политики магазинов-конкурентов в качестве базового можно взять макси­мальный перечень товаров, имеющихся во всех обследованных магазинах.  
Коэффициент широты (Кш) выражается как отношение дей­ствительного количества видов, разновидностей и наименова­ний товаров однородных и разнородных групп к базовому.  
В торговой практике существует несколько подходов к расчёту широты ассортимента, относящихся к ее разновидностям: общей и групповой.  
Общая широта — совокупность всех ассортиментных еди­ниц, видов и разновидностей товаров однородных и разнород­ных групп.  
Групповая широта — количество однородных групп товаров, выпускаемых и реализуемых организацией.   
Кш = (Шд/ Ш6 )\*100%

***Задание 1.*** Рассчитать коэффициент широты ассортимента определенного вида товара.

***Задание 1а.*** В магазинах реализовывались стационарные телевизоры с кинескопным и жидкокристаллическим экранами с размером экрана 61, 51, 40 см. Классификация выпускаемых в стране телевизоров приведена ниже:

**Таблица 1. Классификация телевизоров по виду экрана, конструкции, размеру экрана**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Вид товара | Признаки | Группировки |
| 1. | телевизоры | вид экрана | кинескопный, плазменный, жидкокристаллический |
| 2. | телевизоры | конструкция | стационарный, переносной |
| 3. | телевизоры | размер экрана | 67, 61, 50\51, 40\42, 31\32, 23\26, 16 |

Каков показатель широты по каждому из признаков. Работу оформить в форме таблицы:

**Таблица 2. Широта ассортимента телевизоров**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Фактическая широта по признакам (число вариантов) | | | Базовая широ­та по призна­кам | | | Коэффициент широты по признакам | | |
| вид экрана (признак №1) | конструкция (признак №2) | размер экрана  (признак №3) | №1 | №2 | №3 | №1 | №2 | №3 |

***Задание 1б.*** Сопоставить широту ассортимента швейных изделий в трех магазинах, рассчитав коэффициент широты (Кш). Базовая широта (Шб) взята по ассортиментному перечню, фактическая широта (Шф) представлена в таблице

**Таблица 3. Показатели широты ассортимента магазинов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  пп | Виды  изделий | Широта | Широта ассортимента | | | | | | |
| базовая | Магазин 1 | | Магазин 2 | | Магазин 3 | |
| Шб | Шф | Кш | Шф | Кш | Шф | Кш |
| 1 | костюмы  мужские | модель  (фасон)  размер | 15 | 14 |  | 9 |  | 6 |  |
| 17 | 6 |  | 6 |  | 5 |  |
| 2 | Брюки  мужские | Волокнистый состав | 3 | 3 |  | 3 |  | 3 |  |
| модель | 15 | 8 |  | 8 |  | 7 |  |
| размер | 7 | 4 |  | 4 |  | 4 |  |