

## **CONTENT OF SPECIAL FUNCTIONS ENSURE OF THE MANAGEMENT OF COMMERCIAL ASSORTMENT OF CONSUMER GOODS**

**Tudor MALECA, Assoc. Prof., PhD,**  
Trade Co-operative University of Moldova  
E-mail: [tmaleca@uccm.md](mailto:tmaleca@uccm.md)

**JEL classification: D04, F1, L2, L81, M2**

---

### *Abstract*

*It is established, that the management of commercial assortment (range) of consumer goods should be implemented through an integrated (complex) management system, through the implementation of a range of special functions. This range of special functions includes several assurance functions which, in the case of management of the commercial assortment of consumer goods, are: logistical and financial provision for the generation and systematic improvement of commercial assortment of consumer goods; staffing, specialised training and continuing professional education of the personnel; technological assurance of the systematic formation and improvement of the commercial assortment of consumer goods; methodological provision of systematic formation and improvement of commercial assortment of consumer goods; legal assurance of systematic formation and improvement of commercial assortment of consumer goods; information assurance of systematic formation and improvement of commercial assortment of consumer goods; ideological assurance of systematic formation and improvement of commercial assortment of consumer goods.*

*The development of a complex system for management of the commercial range of consumer goods implies, first of all, formulation of definition and determination of content (aim, tasks and elements) of each special and specific system functions. This paper contains definitions and content of special functions supporting the complex system for the management of commercial range of consumer goods, the implementation of which is aimed at ensuring the effective management of commercial range of consumer goods in the retail trade network.*

---

***Keywords:** trading (commercial) assortment (range) of consumer goods; management of commercial range of consumer goods; special functions ensure management of commercial range of consumer goods; aims, tasks and elements of special functions ensure the management of commercial range of consumer goods.*

---

### **1. Introduction**

The necessity of managing the commercial assortment (range) of goods is mentioned in many scientific papers [3, p. 17; 4 p. 77; 6, p. 51; 7, p. 21; 8, p. 8; 10, p. 5, p. 9]. It is established that the management of commercial range of consumer goods as well as goods (product) quality management is performed by implementation of a number of functions, including some special functions [6, p. 52-53; 7, p. 23].

For proper implementation of functions of the complex system for the management of the commercial range of consumer goods, it is very important to delimit the area of their application (influence), to formulate and define the content of each function: function aims, tasks and elements. This paper is aimed at developing definitions and content of special functions supporting the complex system for management of commercial range of consumer goods.

## **2. Degree of investigation of the problem at present, aim of research**

Specialists and researchers in the sphere of trade have always paid and are still paying special attention to the formation of commercial range of goods both in the retail and wholesale trade networks [1-3, 9, 10], especially in the last decades, when the range of goods has become quite numerous and has quite a complex structure. However, the researches and results of researches in this sphere [1, 5, 13] have been thus far aimed more at procedures and methods of forming the range of goods and they do not cover the complex of measures and actions for ensuring the formation and regular improvement, constant maintenance of an optimal commercial range of consumer goods in the retail trade network.

Ensuring the effective formation and constant maintenance of an optimal commercial range of consumer goods in the retail trade network is possible, in our opinion, only based on a complex system of management of commercial range of consumer goods. The final aim of our research is to create and present a complex system for the management of commercial range of consumer goods while the aim of this work is to formulate the definitions and develop the content (aim, tasks, elements) of special functions supporting the complex system for the management of commercial range of consumer goods.

## **3. Methods and materials used**

The research has been carried out by using such methods as comparative analysis, correlation analysis, analogy, induction and deduction, expert examination, practical experience, etc. The definitions and content of functions supporting the complex system for the management of commercial range of consumer goods [6, p. 52-53; 7, p. 23] have been formulated based on product quality management standards in the sphere of production and trade [11, 12].

## **4. Results and discussions. Content of special functions ensure of the management of commercial assortment of consumer goods**

The researches [6, p. 52-53; 7, p. 23; 9, p. 56-58] have established that the management of commercial assortment (range) of consumer goods should be performed by implementing a range of special functions. These special functions include some very important assurance functions, which in case of management of commercial assortment (range) of consumer goods [6, p. 52-53] comprise:

- logistical and financial provision of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods;
- staffing, special training and continuing professional training of staff;
- engineering assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods;
- methodological ensurance of the formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods;
- legal ensurance of the formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods;
- information assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods;

- ideological assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods.

Each of the above functions shall have its definition and content, including aim, tasks and elements of function, which have not been developed so far.

The aim of this paper is to formulate definitions and to develop the content of functions ensuring the complex system for management of commercial assortment of consumer goods.

Based on the analysis of regulatory documents [11-12] and professional literature [1-5; 9-10; 13] in the sphere of formation of commercial assortment of consumer goods and product quality management, including the trade sphere, we have formulated definitions and have developed the content of functions ensuring the complex system for management of commercial assortment (range) of consumer goods.

**The function „Logistical and financial provision of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, technical, economic, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to implement the creation and regular improvement of logistical base and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.**

**The function aim** is regular and timely provision of materials, equipment and financial resources for the formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.

**The function tasks** are:

- a) creation of a system of continuous, qualitative logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- b) organization of timely logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- c) constant improvement and development of logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- d) improving the level of technical processes of logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.

The process of accomplishment of the above function tasks consists of a set of **elements** such as:

- developing and establishing the procedure of logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- determining the demands for materials, equipment and financial resources ensuring the implementation of plans (programs) of formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- determining the sources and procedure of logistical and financial support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of work for logistical and financial support of formation and regular improvement of range of consumer goods (execution and performance of contracts with suppliers and creditors for supply of necessary materials, equipment and financial resources of proper quality);
- receipt, accounting, storage, distribution, dispatch, sale, repair and retirement of materials, equipment and financial sources according to the established procedure;
- organization and performance of rationing of stock of materials, equipment and financial

sources;

- organization and performance of control over the condition and use of materials, equipment and financial sources;
- organization of interaction between procurement and marketing organizations, manufacturing and financial organizations (suppliers, creditors);
- determining the nomenclature and form of documents referring to logistical and financial support, document flow procedure, etc.

**The function „Staffing, special training and continuing professional education of staff” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to ensure the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods by highly qualified staff – specialists trained in the sphere of commercial range of consumer goods.**

**The function aim** is timely support of the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods by highly qualified specialists in this sphere, their continuing education and professional advanced training.

**The function tasks** are:

- a) creation of a system of continuous support of the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods by highly qualified staff and their continuing advanced training;
- b) regular improvement of organizational and functional scheme and structure of personnel managing the formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- c) ensuring timely training and continuing advanced training of personnel managing the commercial range of consumer goods;
- d) constant improvement of personnel performance managing the formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- e) ensuring scientific organization of labor, standardization of accounting and reporting of personnel managing the commercial range of consumer goods.

The process of accomplishment of the above function tasks consists of a set of **elements** such as:

- developing and establishing the organizational and functional scheme and list of positions of personnel managing the formation and improvement of commercial range of consumer goods according to the established procedure;
- determining the demand for personnel according to the level of professional training for the ensurance of the management of commercial range of consumer goods;
- planning special training and instruction of personnel for managing the commercial range of consumer goods;
- development and approval of responsibilities and rights of certain categories of employees and certain employees managing the formation and improvement of commercial range of consumer goods according to the established procedure;
- development and approval of the level of requirements and mechanisms of selection, positioning, education and special training and instruction of personnel for managing the commercial range of consumer goods according to the established procedure;
- organization and execution of work to support the system of management of commercial range of consumer goods by the properly qualified staff;

- organization and performance of assessment of work places, briefing the personnel in view of their responsibilities, rights and liability, occupational safety requirements, etc.;
- development of programs and creation of training centers for training the personnel managing the commercial range of consumer goods and teaching them theoretical principles of development and practical skills of formation, analysis and improvement of commercial range of consumer goods and also for regular advanced training of personnel engaged in formation, improvement and management of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of certification of personnel managing the commercial range of consumer goods, assessment of quality and effectiveness of this personnel work;
- development, approval according to the established procedure and practical implementation of standardized system of accounting and reporting of personnel managing the commercial range of consumer goods;
- organization and performance of work for stimulating the competent and effective work of personnel managing commercial range of consumer goods, etc.

**The function „Engineering assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to support the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods by modern, advanced and scientifically valid technologies, methods and techniques.**

**The function aim** is to provide the complex system for the management of commercial range of consumer goods with modern, advanced and scientifically valid technologies, methods and techniques of formation and improvement of commercial range of consumer goods satisfying the consumer (buyer) needs to the maximum extent.

**The function tasks** are:

- a) ensuring the technological awareness of commercial company (commercial agent) in view of formation and improvement of commercial range of consumer goods based on scientific and technical achievements in this sphere by using advanced, scientifically valid technologies, methods and techniques;
- b) constant study and synthesis of scientific and technical achievements and advanced experience in the sphere of formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- c) development of scientifically valid, cost-effective technologies, methods and techniques for the formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- d) providing the trading company (sales agent) with advanced technologies, methods and techniques for the formation and improvement of the commercial assortment of consumer goods and their implementation into the practical activities of the enterprise (agent).

The accomplishment of the above function tasks includes a set of **elements** such as:

- analysis of engineering support of commercial company (agent);
- expert examination of technologies, methods and techniques used by the enterprise for the formation, analysis and improvement of commercial range of consumer goods;

- organization and implementation of works regarding study of the achievements of scientific and technological progress and best practices in the sphere of the analysis, formation and improvement of the commercial assortment of consumer goods;
- planning improvement of the existing and development of the new science-based technologies, methods and techniques of analysis, formation and improvement of the trading range of consumer goods;
- organization and implementation of works on the improvement of the existing and development of the new science-based technologies, methods and methods of analysis, formation and improvement of the commercial assortment of consumer goods;
- development, alignment and approval of the necessary technical documentation for new technologies, methods and techniques of formation and improvement of commercial range of consumer goods according to the established procedure;
- organization and implementation of personnel training for teaching them new technologies, methods and techniques of analysis, formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of work for the implementation of new, advanced, scientifically based technologies, methods and techniques of analysis, formation and improvement of commercial range of consumer goods in the practical activities of commercial company (agent);
- monitoring the compliance by relevant employees with the requirements of production documents referring to the management of commercial range of consumer goods;
- regular monitoring and analysis of effectiveness of new technologies, methods and techniques introduced in the practical activities concerning the analysis, formation and improvement of commercial range of consumer goods and making proper adjustments, if necessary.

**The function „Methodological ensurance of the formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to support the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods by advanced and scientifically valid technologies, methods and techniques.**

**The function aim** is to provide the complex system for the management of commercial range of consumer goods with modern, advanced and scientifically based methodology and methods of formation and improvement of commercial range of consumer goods satisfying the consumer (buyer) needs to the maximum extent.

**The function tasks** are:

- a) providing the advanced methodology of formation and improvement of commercial range of consumer goods to the commercial company (commercial agent);
- b) constant study and synthesis of new advanced methodologies of formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- c) development of scientifically based, cost-effective and objective methodologies for the study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods;

- d) implementation of advanced, objective methodologies of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods in the practical activities of commercial company (commercial agent).

The accomplishment of the above function tasks includes a set of **elements** such as:

- analysis of the degree of practicality, objectivity and efficiency of the used methodologies of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- determining the need and planning the update of methodology of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of study and synthesis of new advanced methodologies of formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of work for the development of scientifically based, cost-effective and objective methodologies of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- selection and implementation of new, advanced and objective methodologies of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods in the practical activities of commercial company (commercial agent);
- regular assessment of practicality and effectiveness and making adjustments in the used methodologies of study, analysis, assessment, formation and improvement of commercial range of consumer goods, if necessary.

**The function „Legal ensurance of the formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, legal, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to provide the legal framework for the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.**

**The function aim** is to support the operation of the complex system for the management of commercial range of consumer goods in compliance with effective laws.

**The function tasks** are:

- a) timely provision of the complex system for the management of commercial range of consumer goods of commercial company (sales agent) with the current legislative acts in this area;
- b) Specification, within the limits permitted by law, of the existing legal requirements for activities related to the formation and improvement of the commercial range of consumer goods
- c) development, regular updating (improvement) and providing the complex system for the management of commercial range of consumer goods of commercial company (commercial agent) with internal regulations (guidelines, instructions, etc.) on the formation and regular improvement of commercial range of consumer goods in compliance with effective laws;
- d) improving the level of legal training of the personnel managing the formation and regular improvement of commercial range of consumer goods in the sphere of management of commercial range of consumer goods;
- e) constant monitoring and ensuring that the relevant personnel comply with the

requirements of legislative and other regulatory acts in the management of the trade range of consumer goods.

The above function tasks are fulfilled by implementing a series of **elements** such as:

- determining the procedure for the legal support of management of commercial range of consumer goods;
- establishing the list and procedure of correct application and uniform interpretation of effective laws regulating the relations of participants connected with the formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- development and approval of a system of laws and regulations regulating the relations between the participants of formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of work for the development and regular updating of internal standards and regulations on formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- establishing the procedure, organization and performance of legal expert examination referring to the developed internal technical rules and regulations in the sphere of management of commercial range of consumer goods;
- training and regular briefing of personnel engaged in formation and improvement of commercial range of consumer goods in view of uniform interpretation and correct application of effective legislative instruments and statutory regulations in the sphere of management of commercial range of consumer goods;
- establishing the procedure of inspection and presentation of results of the inspection in view of compliance with the laws and regulations regulating the relations between the participants connected to the management of commercial range of consumer goods, organization and performance of such inspections;
- ensuring adoption of relevant measures and means of legal influence on the relations and their subjects connected to the management of commercial range of consumer goods, etc.

**The function „Information assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, information, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to provide the necessary information base for the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.**

**The function aim** is to timely ensure the complex system for management of commercial range of consumer goods of commercial company (agent) and all persons concerned (goods suppliers, buyers, consumers, etc.) with the necessary objective information concerning the formation and improvement of commercial range of consumer goods and the broad publicity of management of commercial range of consumer goods.

**The function tasks** are:

- a) timely providing of the complex system for the management of commercial range of consumer goods of commercial company (commercial agent) with the reliable information concerning the condition and trends of development of commercial range of consumer goods in the region of activity of commercial company (commercial agent) and outside this region in due time;



- b) timely providing of the complex system for the management of commercial range of consumer goods of commercial company (commercial agent) with the reliable information concerning the condition and trends of development of consumers' demands and concerning the condition and trends of buyers' demand for commercial range of consumer goods in due time;
- c) ensuring the effective use of information support within the complex system for management of commercial range of consumer goods;
- d) proper selection of various sources, timely collection and proper processing of the necessary information;
- e) development and improvement of methods and techniques for the collection, processing and transfer of information concerning the rational set of parameters;
- f) ensuring the information influence upon the formation and improvement of commercial range of consumer goods.

In our opinion, the tasks of this function can be accomplished by implementing a set of **elements** such as:

- establishing the procedure of information support for the management of commercial range of consumer goods;
- development and use of a scheme of information channels and flows for furnishing the complex system for management of commercial range of consumer goods with the necessary objective information;
- organization of work for ensuring the regular and rhythmical acquisition of information concerning the condition and trends of development of commercial range of consumer goods in the region of activity of commercial company and outside this region;
- organization of work for studying the condition and trends of development of consumers' demands and the condition and trends of buyers' demand for commercial range of consumer goods;
- organization of work for the collection, storage, processing and analysis of collected information;
- organization of work for developing and improving the methods and techniques of collection, processing and transfer of information to all persons concerned (suppliers of goods, buyers, consumers, etc.);
- development, approval according to the established procedure and practical implementation of an optimal set of parameters and determining the information volume necessary for the complex system of management of commercial range of consumer goods;
- establishing the procedure of information storage and its transfer to the proper management level for making relevant decisions; developing and establishing the procedure, responsibility and methods of effective use, remedies for avoidance of using the information about the formation and improvement of commercial range of consumer goods;
- establishing the procedure and organization of work for development and standardization of forms of basic source documents and other documents concerning the collection and storage of information about the formation and improvement of commercial range of consumer goods, etc.

**The function „Ideological assurance of formation and regular improvement of commercial assortment of consumer goods” includes the activities aimed at development and implementation of a series of organizational, methodological, research, information, technical, economic, social, ideological and other measures and actions by using proper means and methods intended to provide the necessary ideological base for the process of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods.**

**The function aim** is to provide the effective ideological support and to form the favorable psychological environment for creation, efficient operation and constant development of the complex system for management of commercial range of consumer goods.

**The function tasks** are:

- a) development and promotion of progressive ideology of the complex system for the management of commercial range of consumer goods based on common moral values;
- b) development, regular updating and implementation of a complex plan of ideological measures for maintaining and forming a favorable psychological environment for creation, efficient operation and constant development of the complex system for management of commercial range of consumer goods, directed to the maximum consumer satisfaction;
- c) education of personnel managing the commercial range of consumer goods and cultivation of progressive ideology of the complex system for the management of commercial range of consumer goods as well as personnel’s responsibility and pride in their work;
- d) involvement of all employees of commercial company (commercial agent) in achievement and increase of moral responsibility for the results of operation of the complex system for management of commercial range of consumer goods.

In our opinion, the accomplishment of these tasks consists in the implementation of a set of **elements** such as:

- development and approval of procedure and directions of ideological support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- organization and performance of study and analysis of psychological climate among employees, attitude of employees of this commercial company, goods suppliers, buyers and consumers towards the complex system of management of commercial range of consumer goods;
- development and promotion of progressive ideology of the complex system for management of commercial range of consumer goods based on the information concerning the above element;
- development, approval according to the established procedure and implementation of a complex plan of ideological measures for maintaining and forming a favorable psychological environment for creation, efficient operation and constant development of the complex system for management of commercial range of consumer goods;
- selection and training of staff engaged in ideological support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods;
- regular analysis of effectiveness of ideological support of formation and regular improvement of commercial range of consumer goods and timely adjustment hereof.

## 5. Conclusions

It is possible to ensure the effective formation and constant maintenance of an optimal commercial range of consumer goods in the retail trade network only based on a complex system of management of commercial range of consumer goods by implementing a set of functions, including special functions supporting this system.

For an adequate and effective implementation of functions supporting the complex system for the management of commercial range of consumer goods, it is very important to delimit the area of their application (influence), to formulate and determine the content of each function: aims, tasks and specific elements.

The development of definitions and content of functions of the complex system for management of commercial range of consumer goods is one of the tasks of our research.

The formulated definitions and content (aim, tasks and specific elements) of special functions supporting the complex system for management of commercial range of consumer goods have been developed at this study phase and have been presented in this work for the first time, we are still continuing our work on development of definitions and content of other special and specific functions of the complex system for management of commercial range of consumer goods.

## REFERENCES

1. BOBOVICH, A. P. Control of assortment of the goods in retail trade in conditions of transition to market relations/Abstract of the thesis for the scientific degree of Ph.D. in Economics, 08.00.05.- Gomel: Gomel State University "Francis Skorpiun", 2001. 20 p.
2. BROZOVSKY, D. I. Tasks and content of management of goods assortment // Management of assortment and quality of non-food products and the formation of the reasonable needs of the population: VI All-Union. Scientific-technical conference on merchandising of non-food products, September 17-18, 1987, Section - Theoretical and methodological problems of merchandising: Thesis / Ministry of Trade of the USSR, Ministry of Trade of the Ukrainian SSR, Central Board of scientific-technical commercial community; Donetsk Institute of Soviet trade. - Donetsk, 1987, pp. 14-16.
3. DARBINEAN, M. M. Formation of assortment and commodity stocks in trade. - M.: Economics, 1974. 246 p.
4. DARBINEAN, M. M. Commodity stocks in trade and their optimization. - M.: Economics, 1978. 237 p.
5. DMITRICHENKO, M. I., ZYBIN, O. S., KIYATOV, A. L. Management of a variety of goods in trade modern format. Zh. Technical-technological problems of service. 2013, No. 4 (26), pp. 75-80.
6. MALECA, T. Content of special standardizing and planning functions of goods assortment management. Journal of research on trade, management and economic development/Trade Co-operative University of Moldova, Volume 3, issue 1(5)/2016, pp. 51-59. ISSN 2345-1424. E-ISSN 2345-1483.
7. MALECA, T. Functions of goods assortment management in retail trade network. Journal of research on trade management and economic development / Trade Co-operative University of Moldova, Volume 2, issue 1/2015, pp. 21-25. ISSN 2345-1424. E-ISSN 2345-1483.
8. MALECA, T. Management of quality and assortment of consumer goods in conditions of competitive economy. Scientific newsletter: TCUM at 10 years: Jubilee edition/ MOLDCOOP, TCUM; editorial board: T. Maleca, L. Savga, V. Botnariuc [et. al.]. - Ch.: TCUM: CEP MSU, 2003, pp. 3-8. ISBN 9975-70-272-4.
9. MALECA, T. H. Specific functions of management of commercial assortment of goods and analysis of commercial assortment of goods//Control of assortment and quality of non-food products and the formation of the reasonable needs of the population: VI All-Union. Scientific-technical conference on merchandising of non-food products, September 17-18, 1987, Section -Theoretical and methodological problems of merchandising: Thesis / Ministry of Trade of the USSR, Ministry of Trade of the Ukrainian SSR, Central Board of scientific-technical commercial community; Donetsk Institute of Soviet trade. – Donetsk: 1987, pp. 56-58.
10. POLONSKAYA, L. A., TURYANSKAYA, M. M. Formation of assortment of goods in retail trade. -K.: Techniques, 1982. 96 p.
11. Republican system of product quality management of MSSR. Main provisions. RST MSSR 712-82. RS RS UKP/ Gosplan MSSR, Rep. standard MSSR. – Ch.: Gosplan MSSR, 1982. 63 p.

12. Management of quality of products at the stage of turnover. Main provisions. RST MSSR 836-85. RS UKP/ Gosplan MSSR, Rep. standard MSSR [Developers: T. Maleca in coop. with A. Shmurak, N. Lapshina]. - Ch.: Gosplan MSSR, 1984. 64 p.
13. YUROVA, N. A. Instrument and methods of goods assortment management in retail. Bulletin of the Siberian State Aerospace University „M. F. Reshetneva”. 2010, No. 1, pp. 165-170.

## **СОДЕРЖАНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ТОРГОВЫМ АССОРТИМЕНТОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

### **1. Введение**

Необходимость управления (менеджмента) торговым ассортиментом товаров отмечена во многих научных разработках [3, с. 17; 4, с. 77; 6, с.51; 7, с. 21; 8, с. 8; 10, с. 5, с. 9]. Определено, что менеджмент торговым ассортиментом потребительских товаров так же как и менеджмент качеством товаров (продукции) осуществляется через реализацию комплекса функций, в том числе ряда специальных функций [6, с. 52-53; 7, с. 23].

Для адекватной реализации функций комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров очень важно разграничить область их приложения (влияния), сформулировать и установить содержание каждой функции: цели, задачи и элементы функции. Данная работа нацелена на разработку определений и содержаний специальных функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

### **2. Степень изучения проблемы к настоящему моменту, цель исследования**

Специалисты и исследователи в области торговли всегда уделяли и уделяют большое внимание формированию торгового ассортимента товаров как в оптовой, так и в розничной торговой сети [1-3, 9, 10], и особенно в последние десятилетия, когда ассортиментный перечень товаров стал весьма многочисленным и весьма сложным в структуре. Однако, к настоящему моменту исследования и результаты исследований в данной области [1, 5, 13] нацелены прежде всего на приёмах и методах формирования ассортимента товаров и не охватывают комплекса мер и действий по обеспечению формирования и систематического совершенствования, постоянного поддержания в розничной торговой сети оптимального торгового ассортимента потребительских товаров.

Обеспечение эффективного формирования и постоянного поддержания оптимального торгового ассортимента потребительских товаров в розничной торговой сети возможны, по нашему мнению, лишь на основе комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров. Финальная цель проводимого нами исследования является создание и представление комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, а целью данной работы является формулировка определений и разработка содержаний (цели, задач и элементов) специальных функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

### **3. Методы и использованные материалы**

Исследование проведено с использованием методов: сравнительного анализа, корреляционного анализа, аналогии, индукции и дедукции, экспертизы, практического опыта и др. Определения и содержания функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров [6, с. 52-53; 7, с. 23] сформулированы ориентируясь на стандарты менеджмента качеством продукции в сферах производства и обращения [11, 12].

### **4. Результаты и обсуждения. Содержание специальных функций обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров**

Исследованиями [6, с. 52-53; 7, с. 23; 9, с. 56-58] определено, что управление (менеджмент) торговым ассортиментом потребительских товаров следует осуществлять посредством реализации ряда специальных функций. Этот ряд специальных функций включает несколько очень важных функций обеспечения, которыми, в случае менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, по нашему мнению [6, с. 52-53], являются:

- материально–техническое и финансовое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- обеспечение персоналом, специальная подготовка и непрерывное профессиональное формирование кадров;
- технологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- методологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- правовое (юридическое) обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- информационное обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- идеологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров.

Каждая из перечисленных функций имеет своё определение и своё содержание, включающее цель, задачи и элементы функции, которые к настоящему времени практически ещё не разработаны.

Целью данной работы является формулировка определений и разработка содержания функций обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

На основе анализа нормативной документации [11-12] и литературы по специальности [1-5; 9-10; 13] в области формирования торгового ассортимента потребительских товаров и менеджмента качества продукции, в том числе в сфере обращения, были сформулированы определения и разработаны следующие содержания функций обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

**Функция „Материально – техническое и финансовое обеспечение формирования и**

**систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, технических, экономических, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию осуществить создание и постоянное улучшение материально-технической базы и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров.

**Цель функции** – постоянно и своевременно обеспечить необходимыми материально-техническими и финансовыми ресурсами формирование и систематическое совершенствование торгового ассортимента потребительских товаров.

**Задачами функции** являются:

- а) создание системы непрерывного и качественного материально-технического и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- б) организация своевременного материально-технического и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) постоянное совершенствование и развитие материально-технического и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- г) повышение уровня технологических процессов материально-технического и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров.

Процесс реализации перечисленных задач этой функции состоит из комплекса **элементов**:

- разработка и установление порядка организации работ по материально-техническому и финансовому обеспечению формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- определение потребностей в материально-технических и финансовых ресурсах, обеспечивающих выполнение планов (программ) формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- определение источников и порядка материально-технического и финансового обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по материально-техническому и финансовому обеспечению формирования и систематического совершенствования ассортимента потребительских товаров (заключение и выполнение договоров с поставщиками и кредиторами на поставку необходимого перечня материально-технических и финансовых ресурсов необходимого качества);
- приём, учет, хранение, распределение, отпуск, реализация, ремонт и списание в установленном порядке материально-технических и финансовых ресурсов;
- организация и осуществление работ по нормированию запасов материально-технических и финансовых ресурсов;
- организация и осуществление работ по контролю за состоянием и расходом материально-технических и финансовых ресурсов;

- организация взаимодействия со снабженческо-сбытовыми, производственными и финансовыми организациями (поставщиками, кредиторами);
- определение номенклатуры и форм документов по материально-техническому и финансовому обеспечению, порядка их прохождения и др.

**Функция „Обеспечение персоналом, специальная подготовка и непрерывное профессиональное формирование кадров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, технических, экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров персоналом высокой квалификации – специалистами подготовленными в области торгового ассортимента потребительских товаров.

**Цель функции** – своевременное обеспечение процесса формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров высококвалифицированными специалистами в данной области, непрерывное обучение и повышение уровня их профессионализма.

**Задачами функции** являются:

- а) создание системы постоянного обеспечения процесса управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров профессиональным персоналом и непрерывного повышения его квалификации;
- б) систематическое совершенствование организационно-функциональной схемы и структуры персонала управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) обеспечение своевременной подготовки и постоянного повышения квалификации персонала по менеджменту торговым ассортиментом потребительских товаров;
- г) постоянное повышение качества труда персонала управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- д) обеспечение научной организации труда, унификации учета и отчетности персонала управления торговым ассортиментом потребительских товаров.

Процесс реализации перечисленных задач этой функции состоит из следующего комплекса элементов:

- разработка и утверждение в установленном порядке организационно-функциональной схемы и перечня должностей персонала управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- определение потребностей в кадрах по уровням профессиональной подготовки для обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- планирование работ по специальной подготовке и обучению персонала для менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- разработка и утверждение в установленном порядке функциональных обязанностей и прав отдельных категорий работников и отдельных работников управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;

- разработка и утверждение в установленном порядке уровня требований и механизма подбора, расстановки, воспитания и специальной подготовки и обучения кадров для менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по обеспечению системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров персоналом соответствующей квалификации;
- организация и осуществление работ по аттестации рабочих мест, по инструктажу персонала о функциональных обязанностях, правах и ответственности, о требованиях по охране труда и технике безопасности и др.;
- разработка программ и создание учебных баз для обучения персонала управления торговым ассортиментом потребительских товаров теоретическим основам развития и практическим приёмам формирования, анализа и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров, а также для систематического повышения квалификации данного персонала;
- организация и осуществление работ по систематическому обучению и повышению квалификации персонала в формировании, совершенствовании и управлении торговым ассортиментом потребительских товаров; организация и осуществление работ по аттестации персонала, управляющего торговым ассортиментом потребительских товаров, по аттестации качества и эффективности труда данного персонала;
- разработка, утверждение в установленном порядке и применение на практике унифицированной системы учета и отчетности персонала управления торговым ассортиментом потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по стимулированию качественного и эффективного труда персонала, управляющего торговым ассортиментом потребительских товаров и др.

**Функция „Технологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, технических, экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров передовыми, современными и научно обоснованными технологиями, методами и приёмами.

**Цель функции** – обеспечить комплексную систему менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров передовыми, современными и научно обоснованными технологиями, методами и приёмами формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров, удовлетворяющего максимально потребности потребителей (покупателей).

**Задачами функции** являются:

- а) обеспечение технологической подготовки торгового предприятия (торгового агента) к формированию и совершенствованию торгового ассортимента потребительских товаров на основе достижений науки и техники в данной области с использованием передовых и научно обоснованных технологий, методов и приёмов;



- б) постоянное изучение и обобщение достижений науки и техники и передового опыта в области формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) разработка научно обоснованных, экономически эффективных технологий, методов и приёмов формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- г) обеспечение торгового предприятия (торгового агента) передовыми технологиями, методами и приёмами формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров и внедрение их в практическую деятельность данного предприятия (агента).

Реализация перечисленных задач этой функции состоит из следующего комплекса **элементов:**

- анализ состояния технологического обеспечения торгового предприятия (агента);
- экспертиза используемых предприятием технологий, методов и приёмов формирования, анализа и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по изучению достижений научно-технического прогресса и передового опыта в области анализа, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- планирование совершенствования существующих и разработки новых научно обоснованных технологий, методов и приёмов анализа, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по совершенствованию существующих и разработке новых научно обоснованных технологий, методов и приёмов анализа, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- разработка, согласование и утверждение в установленном порядке необходимой технологической документации на новые технологии, методы и приёмы формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по обучению персонала новым технологиям, методам и приёмам анализа, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по внедрению в практическую деятельность торгового предприятия (агента) новых, передовых, научно обоснованных технологий, методов и приёмов анализа, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- осуществление контроля за соблюдением соответствующими работниками требований технологической документации по менеджменту торговым ассортиментом потребительских товаров;
- осуществление систематического контроля и анализа эффективности внедрения новых технологий, методов и приёмов в практическую деятельность по анализу, формированию и совершенствованию торгового ассортимента потребительских товаров и внесение, при необходимости, соответствующих коррективов и др.

**Функция „Методологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, технических, экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров передовой, научно обоснованной методологией и методами.

**Цель функции** – обеспечить комплексную систему менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров передовой, современной и научно обоснованной методологией и методами формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров для максимального удовлетворения потребностей потребителей (покупателей).

**Задачами функции** являются:

- а) обеспечение торгового предприятия (торгового агента) передовой методологией формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- б) постоянное изучение и обобщение новых передовых методологий формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) разработка научно обоснованных, экономически эффективных и объективных методологий изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- г) внедрение передовых и объективных методологий изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров в практическую деятельность торгового предприятия (торгового агента).

Реализация перечисленных задач этой функции состоит из следующего комплекса элементов:

- анализ степени практичности, объективности и эффективности используемых методологий изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- определение необходимости и планирование обновления методологии изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по изучению и обобщению новых передовых методологий формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по разработке научно обоснованных, экономически эффективных и объективных методологий изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- выбор и внедрение в практическую деятельность торгового предприятия (торгового агента) новых, передовых и объективных методологий изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- периодическая оценка практичности и эффективности и внесение, при

необходимости, соответствующих коррективов в используемые методологии изучения, анализа, оценки, формирования и совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров и др.

**Функция „Правовое (юридическое) обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, правовых, технических, экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров правовой базой.

**Цель функции** - обеспечить функционирование комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров в соответствии с действующим законодательством.

**Задачами функции** являются:

- а) своевременное обеспечение комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров торгового предприятия (торгового агента) действующими законодательными актам в данной области;
- б) конкретизация, в допустимых законодательством пределах, действующих правовых предписаний к деятельности, связанной с формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) разработка и систематическая актуализация (совершенствование), в рамках действующего законодательства, и обеспечение комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров торгового предприятия (торгового агента) внутренними нормативными актами (положениями, инструкциями и др.) по формированию и совершенствованию торгового ассортимента потребительских товаров, соответствующие действующему законодательству;
- г) повышение уровня юридической подготовки в области менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров персонала управления формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- д) постоянный контроль и обеспечение соблюдения соответствующим персоналом требований законодательных и других нормативных актов при осуществлении менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

Перечисленные задачи этой функции выполняются через реализацию следующего комплекса элементов:

- установление порядка правового обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- установление перечня и порядка правильного применения и единообразного толкования действующего законодательства, регулирующего отношения участников, связанных с формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров;
- разработка и утверждение системы нормативно-правовых актов, регламентирующих взаимоотношения участников формирования и

- совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по разработке и систематической актуализации внутренней нормативной документации по формированию и совершенствованию торгового ассортимента потребительских товаров;
  - установление порядка, организация и осуществление правовой экспертизы по разработанной внутренней нормативно-технической документации в области менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
  - обучение и систематическое инструктирование персонала, связанного с формированием и совершенствованием торгового ассортимента потребительских товаров, в единообразном толковании и правильном применении действующих законодательных актов и другой нормативной документации в области менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
  - установление порядка проверки и оформления результатов контроля соблюдения нормативно-правовых актов, регламентирующих отношения участников, связанных с менеджментом торгового ассортимента потребительских товаров, организация и осуществление таких проверок;
  - обеспечение принятия соответствующих мер и применения средств правового воздействия на отношения и их субъекты, связанные с менеджментом торгового ассортимента потребительских товаров и др.

**Функция „Информационное обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, информационных, технических, экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров необходимой информационной базой.

**Цель функции** – своевременно обеспечить комплексную систему менеджмента торгового предприятия (агента) и всех заинтересованных сторон (поставщиков товаров, покупателей, потребителей и др.) необходимой объективной информацией об формировании и совершенствовании торгового ассортимента потребительских товаров и широкую гласность деятельности по управлению торговым ассортиментом потребительских товаров.

**Задачами функции** являются:

- а) своевременное обеспечение комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров торгового предприятия (торгового агента) достоверной информацией об состоянии и тенденциях развития торгового ассортимента потребительских товаров в регионе деятельности торгового предприятия (агента) и за его пределами;
- б) своевременное обеспечение комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров торгового предприятия (торгового агента) достоверной информацией об состоянии и тенденциях развития потребностей потребителей и об состоянии и тенденциях изменения спроса покупателей торгового ассортимента потребительских товаров;
- в) обеспечение эффективного использования информационного обеспечения в рамках

комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;

- г) качественный выбор разнообразных источников, своевременный сбор и качественная обработка необходимой информации;
- д) разработка и совершенствование методов и средств сбора, обработки и передачи информации по рациональной номенклатуре показателей;
- е) обеспечение воздействия информации на формирование и совершенствование торгового ассортимента потребительских товаров.

Задачи данной функции могут выполняться, по нашему мнению, через реализацию следующего комплекса **элементов**:

- установление порядка информационного обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- разработка и задействование схемы информационных каналов и потоков для обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров достаточной необходимой и объективной информацией;
- организация работ по обеспечению периодичности и ритмичности получения информации об состоянии и тенденциях развития торгового ассортимента потребительских товаров в регионе деятельности торгового предприятия и за его пределами;
- организация работ по изучению состояния и тенденций развития потребностей потребителей, состояния и тенденций изменения спроса покупателей торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация работ по сбору, накоплению, обработке и анализу собранной информации; организация работ по разработке и совершенствованию методов и средств сбора, обработки и передачи информации всем заинтересованным сторонам (поставщикам товаров, покупателям, потребителям и др.);
- разработка, утверждение в установленном порядке и внедрение в практике оптимального перечня показателей и установление объёма информации, необходимой для комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- определение порядка хранения информации и передачи её на соответствующий уровень управления для принятия соответствующих решений;
- разработка и определение порядка, ответственности и методов эффективного использования, мер воздействия за уклонение от использования информации об формировании и совершенствовании торгового ассортимента потребительских товаров;
- определение порядка и организация работ по разработке и унификации форм первичных и других документов по сбору и накоплению информации об формировании и совершенствовании торгового ассортимента потребительских товаров и др.

**Функция „Идеологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров”** есть деятельность по разработке и реализации комплекса организационных, методологических, исследовательских, информационных, технических,

**экономических, социальных, идеологических и других мер и действий с использованием соответствующих методов и средств, имеющих миссию обеспечить процесс формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров необходимой идеологической базой.**

**Цель функции** – оказание эффективной идеологической поддержки и формирование благоприятной психологической среды создания, успешной эксплуатации и постоянного развития комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

**Задачами функции** являются:

- а) разработка и продвижение прогрессивной идеологии комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, основанной на общепринятых моральных ценностях;
- б) разработка, систематическая актуализация и реализация комплексного плана идеологических мероприятий по поддержке и формированию благоприятной психологической среды создания, успешной эксплуатации и постоянного развития комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, ориентированной на максимальное удовлетворение потребностей потребителей;
- в) воспитание и привитие персоналу менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров прогрессивной идеологии комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, ответственности и гордости за свою работу;
- г) вовлечение в реализации и повышение моральной ответственности всех работников торгового предприятия (торгового агента) за результаты эксплуатации комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

Реализация задач этой функции состоит, по нашему мнению, из следующего комплекса элементов:

- разработка и утверждение порядка и направлений идеологического обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров;
- организация и осуществление работ по изучению и анализу психологического климата в коллективе, отношения работников данного торгового предприятия, поставщиков товаров, покупателей и потребителей товаров к комплексной системе менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- организация работ по разработке, на основе информации по предыдущему элементу, и продвижению прогрессивной идеологии комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- организация работ по разработке, утверждению в установленном порядке и реализации комплексного плана идеологических мероприятий по поддержке и формированию благоприятной психологической среды создания, успешной эксплуатации и постоянного развития комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров;
- подбор и подготовка соответствующих кадров по идеологическому обеспечению формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента

потребительских товаров;

- систематический анализ эффективности идеологического обеспечения формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров и своевременное внесение в него необходимых коррективов.

## 5. Заключение

Обеспечение эффективного формирования и постоянного поддержания оптимального торгового ассортимента потребительских товаров в розничной торговой сети возможно лишь на основе комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров через реализацию комплекса функций, в том числе ряда специальных функций обеспечения этой системы.

Для адекватной и эффективной реализации функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров очень важно разграничить область их приложения (влияния), сформулировать и установить содержание каждой функции: цель, задачи и специфические элементы. Разработка определений и содержаний функций комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров составила одну из задач наших исследований.

На этом этапе проведенных исследований, впервые в данной работе, разработаны и представлены сформулированные определения и содержания (цель, задачи и специфические элементы) специальных функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.

Научная работа по разработке определений и содержаний других специальных функций, а также специфических функций комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров будет продолжена.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. БОБОВИЧ, А. П. Управление ассортиментом товаров в розничной торговле в условиях перехода к рыночным отношениям (Control of assortment of the goods in retail trade in conditions of transition to market relations)/Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, 08.00.05. - Гомель: Гомельский государственный университет им. Франциска Скорпины, 2001. 20 с.
2. БРОЗОВСКИЙ, Д. И. Задачи и содержание управления ассортиментом товаров // Управление ассортиментом и качеством непродовольственных товаров и формирование разумных потребностей населения: VI Всесоюз. Науч.-техн. конф. по товароведению непродовольственных товаров, 17-18 сентября 1987, Секция – Теоретические и методологические проблемы товароведения: Тез. докл./ М-во торговли СССР, М-во торговли УССР, Центральное правление науч.-техн. общества торговли; Донецкий институт советской торговли. - Донецк, 1987, с. 14-16.
3. ДАРБИНЕАН, М. М. Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле. – М.: Экономика, 1974. 246 с.
4. ДАРБИНЕАН, М. М. Товарные запасы в торговле и их оптимизация. – М.: Экономика, 1978. 237 с.
5. ДМИТРИЧЕНКО, М. И., ЗЫБИН, О. С., КИЯТОВ, А. Л. Управление ассортиментом товаров на торговых предприятиях современного формата (Management of a variety of goods in trade modern format) / Ж.Технико-технологические проблемы сервиса, № 4 (26)/2013, с.75-80.
6. MALECA, T. Content of special standardizing and planning functions of goods assortment management. Journal of research on trade, management and economic development/Trade Co-operative University of Moldova, Volume 3, issue 1(5)/2016, pp. 51-59. ISSN 2345-1424. E-ISSN 2345-1483.
7. MALECA, T. Functions of goods assortment management in retail trade network. Journal of research on trade management and economic development/Trade Co-operative University of Moldova, Volume 2, issue 1/2015, pp.

- 21-25. ISSN 2345-1424. E-ISSN 2345-1483.
8. MALECA, T. Managementul calității și sortimentului mărfurilor de consum în condițiile economiei concurențiale. Buletin științific: UCCM la 10 ani: Ed. jubiliară / MOLDCOOP, UCCM; col. red.: T.Maleca, L.Șavga, V.Botnariuc [et al.]. - Ch.: UCCM: CEP USM, 2003, pp. 3-8. ISBN 9975-70-272-4.
  9. МАЛЕКА, Ф. Х. Специфические функции УКПО и анализ торгового ассортимента товаров// Управление ассортиментом и качеством непродовольственных товаров и формирование разумных потребностей населения: VI Всесоюз. Науч.-техн. конф. по товароведению непродовольственных товаров, 17-18 сентября 1987, Секция – Теоретические и методологические проблемы товароведения: Тез. докл./ М-во торговли СССР, М-во торговли УССР, Центральное правление науч.-техн. общества торговли; Донецкий институт советской торговли. - Донецк, 1987, с. 56-58.
  10. ПОЛОНСКАЯ, Л. А., ТУРЯНСКАЯ, М. М. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле. - К.: Техника, 1982, 96 с.
  11. Республиканская система управления качеством продукции Молдавской ССР. Основные положения. РСТ МССР 712-82. РС УКП/Госплан МССР, Респ. стандарт МССР. -Кишинэу: Госплан МССР, 1982. 63с.
  12. Управление качеством продукции на стадии обращения. Основные положения. РСТ МССР 836-85. РС УКП /Госплан МССР, Респ. стандарт МССР [Разраб. Ф.Малека в сотруд. с А.Шмурак, Н.Лапшина].- Кишинэу: Госплан МССР, 1984.-64 с.
  13. ЮРОВА, Н. А. Инструменты и методы управления ассортиментом товаров в ритейле (Instrument and methods of goods assortment management in retail). Журнал Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. М. Ф. Решетнева, № 1/2010, с. 165-170.

---

#### Rezumat

*Este stabilit că dirijarea sortimentului comercial de mărfuri de consum trebuie efectuată în baza sistemului complex de management, prin realizarea unui șir de funcții speciale. Acest șir de funcții speciale include câteva funcții de asigurare, care, în cazul managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum, sunt: asigurarea material-tehnică și financiară a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum; asigurarea cu personal, pregătirea specială în domeniu și formarea profesională continuă a cadrelor; asigurarea tehnologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum; asigurarea metodologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum; asigurarea juridică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum; asigurarea informațională a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum; asigurarea ideologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum.*

*Elaborarea sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum presupune, înainte de toate, formularea definiției și determinarea conținutului (scopului, obiectivelor și elementelor) fiecărei din funcțiile speciale și specifice ale sistemului. În această lucrare prezentăm definițiile și conținuturile funcțiilor speciale de asigurare a sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum, realizarea cărora este menită să asigure managementul efectiv al sortimentului comercial de mărfuri de consum în rețeaua comerțului cu amănuntul.*

---

**Cuvinte-cheie:** *sortiment comercial de mărfuri de consum, management al sortimentului comercial de mărfuri de consum, funcții speciale de asigurare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum, conținut al funcțiilor speciale de asigurare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum, scopuri, sarcini (obiective) și elemente ale funcțiilor speciale de asigurare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum.*

---

#### Аннотация

*Определено, что управление торговым ассортиментом потребительских товаров следует осуществлять на основе комплексной системы менеджмента, посредством реализации ряда специальных функций. Этот ряд специальных функций включает несколько функций обеспечения, которыми, в случае менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, являются: материально-техническое и финансовое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров; обеспечение персоналом, специальная подготовка и непрерывное профессиональное формирование кадров; технологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров; методологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров; правовое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров; информационное обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров; идеологическое обеспечение формирования и систематического совершенствования торгового ассортимента потребительских товаров.*



*Разработка комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров предполагает, прежде всего, формулирование определения и установление содержания (цели, задач и элементов) каждой из специальных и специфических функций системы. В данной работе представляем определения и содержания специальных функций обеспечения комплексной системы менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров, реализация которых призвано обеспечить эффективный менеджмент торговым ассортиментом потребительских товаров в розничной торговой сети.*

---

**Ключевые слова:** *торговый ассортимент потребительских товаров; менеджмент торговым ассортиментом потребительских товаров; специальные функции обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров; содержание специальных функций обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров; цели, задачи и элементы специальных функций обеспечения менеджмента торговым ассортиментом потребительских товаров.*

The publication is fulfilled within the research Project „Domestic trade and consumer cooperatives development in the context of economic integration of the Republic of Moldova in the European Community” (code 15.817.06.28A).

---

*Received 15.06.2017*

*Accepted 27.06.2017*

*Published 30.06.2017*