

## **CONTENT OF SPECIAL STANDARDIZING AND PLANNING FUNCTIONS OF GOODS ASSORTMENT MANAGEMENT**

**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**

*The commercial goods assortment management can only be accomplished by performing a number of general, special and specific functions. The nomenclature of special and specific functions of commercial goods assortment management is under development and specification and largely depends on clearly distinguishing of their scope.*

*In order to shape the scope of each function of commercial goods assortment management, it is very important to formulate and determine the content of each function definition that includes the elements purpose, objectives (tasks) and the function thereof.*

*In this paper we will present the definitions and contents of special standardizing and planning functions of commercial goods assortment management, as well as the specified and broad version of the special functions nomenclature of the complex system of goods assortment management, the implementation of which would ensure the efficient goods assortment management in the retail trade network.*

---

**Keywords:** *commercial goods assortment; commercial goods assortment management; special standardizing and planning functions of commercial goods assortment management; content of special standardizing and planning functions of commercial goods assortment management; purposes, tasks and elements of special standardizing and planning functions of commercial goods assortment management.*

### **1. Introduction**

The objective and critical need to guide (manage) the goods assortment in the retail trade network is proved in a number of publications of scientists and specialists in the field [3, p. 17; 4, p. 77; 6, p. 21; 7, p. 8; 11, p. 5, p. 9].

Goods assortment management can be defined [6, p. 22; 7 p. 8) as developing and implementing activity of aggregate (complex) interrelated organizational, technical, economic, social and ideological set of measures (actions), governed by the laws and normative-technical documentation in force, using the related means and methods, directed towards the formation and permanent correction in the field of turnover of the assortment structure of consumer goods, which would correspond to the structure of the consumer's needs and society on the one hand, and to the possibilities and interests of producers (suppliers) and society, on the other hand. Such assortment of goods is called optimal assortment. So, the objective of commercial goods assortment management is creating and maintaining permanently within the retail trade network of optimal assortment of goods, and the goal is to maximum meet the consumer's needs while achieving the goods sellers interests.

Like any other, the commercial goods assortment management is done by implementing a number of functions: general functions, special functions and specific functions, the nomenclature which is under development and specification [6, p. 22]. Each of specific and special functions shall have its specific content and its scope [2, p. 15; 6, p. 22-23].

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

The problem of forming the assortment of goods in retail trade network has always been in the focus of specialists and researchers in the field of trade, especially in recent decades [1-3, 10, 11], when the assortment of goods became extremely large and complicated in structure. However, at present, the researches in the field and their results [1, 5, 14] are focused more on processes and methods of forming the assortment and do not include the aggregate measures and actions which determine and contribute to the formation and improvement, continuous maintenance of optimal goods assortment in the retail trade network. The formation and permanent maintenance in retail trade of optimal goods assortment can be provided only under a complex system of commercial goods assortment management, which developing is currently at the initial stage.

The ultimate purpose of the investigation is to create and propose a complex system of goods assortment management, and the purpose of this paper is to formulate the definitions and to develop the content of special functions of standardizing and planning of commercial goods assortment management, as well as filling in the nomenclature and specifying the classification of special functions of this complex system of management.

## **3. Methods and materials applied**

The research is performed using the following methods: comparative analysis, correlative analysis, analogy, induction and deduction, expertise, practical experience etc. Definitions and content of standardizing and planning functions, as well as the filling in of classification of some functions of the complex system of commercial goods assortment management [6, p. 22-23] were nominated, by orienting ourselves to the standard of production quality management in the field of turnover [12, 13].

## **4. Results and discussions. Content of special functions of standardizing and planning of goods assortment management**

Goods assortment management is accomplished by performing a complex of functions, including a number of special functions [6, p. 23]. Based on the study of standards [12, 13] and the experience gained in the field of goods quality management we found the need to fill-in the nomenclature of goods [6, p. 23] and specify the classifications of some special functions of the complex system of goods assortment management.

This nomenclature, in our view, as regards the commercial goods assortment management, includes the following special functions:

- 1) forecasting consumers' needs and demands to commercial goods assortment;
- 2) standardization of demands to commercial goods assortment;
- 3) determining the necessity and directions of change (improvement) of nomenclature and demands to the characteristics [8-9] of commercial goods assortment;
- 4) planning the change (improvement) of nomenclature and demands to the characteristics of commercial goods assortment;
- 5) material-technical and financial provision of forming and continuous improvement of commercial goods assortment;
- 6) staffing, special training in the field and continuous training of staff;

- 7) providing technological formation and continuous improvement of commercial goods assortment;
- 8) providing methodological formation and continuous improvement of optimal commercial goods assortment;
- 9) providing legal formation and systematic improvement of commercial goods assortment;
- 10) providing informational formation and systematic improvement of commercial goods assortment;
- 11) providing ideological formation and systematic improvement of optimal commercial goods assortment;
- 12) organizing and performing timely forming, maintaining and changing (improving, correcting) of optimal commercial goods assortment;
- 13) permanent internal and systematic external control of optimality of commercial goods assortment;
- 14) periodic certification of commercial goods assortment;
- 15) stimulating the formation and maintenance of optimal commercial goods assortment in retail trade network;
- 16) periodic certification of the complex system of management of commercial goods assortment.

Depending on its nature, the special functions above can be grouped into:

- a) *special standardizing and planning functions*, to which functions are assigned as follows: forecasting consumers' needs and demands to the commercial goods assortment; standardizing the requirements to commercial goods assortment; determining the need and directions to change (improve) the nomenclature and requirements to the characteristics [8-9] of commercial goods assortment; planning of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment;
- b) *special provision functions*, to which functions are assigned as follows: providing material and financial formation and continuous improvement of commercial goods; staffing, special training in the field and continuous training of staff; providing technological formation and regular improvement of commercial goods assortment; providing methodological formation and regular improvement of optimal commercial goods assortment; providing legal formation and regular improvement of commercial goods assortment; providing informational formation and regular improvement of commercial goods assortment; providing ideological formation and regular improvement of optimal commercial goods assortment;
- c) *special organizational-stimulation functions*, to which functions are assigned as follows: timely organization and performance of formation, maintenance and change (improvement, correction) of optimal commercial goods assortment; stimulating formation and providing maintenance of optimal commercial goods assortment in retail trade network;
- d) *Special control and assessment functions*, to which functions are assigned as follows: continuous internal and regular external control of optimality of commercial goods assortment; periodic certification of commercial goods assortment; periodic certification of complex management system of commercial goods assortment.

Each of the functions listed above have their own definition and content that includes the purpose, objectives (tasks) of function and elements thereof, which have not been normally developed yet.

The purpose of this paper is to formulate definitions and develop the content of special standardizing and planning functions of the commercial goods assortment management.

Based on the analysis of normative documentation [12-13] and specialty literature [1-5; 10-11; 14] in the field of formation of commercial goods assortment and production quality management, including in the sphere of turnover, there were formulated *definitions* and drafted the *content of special standardization and planning functions* of the commercial goods assortment management as follows:

The function “*Forecasting consumer’s needs and demands to the commercial goods assortment*” is the activity of drafting and implementing of the aggregate organizational, methodological, investigational measures and actions etc., using related methods and means, aiming at investigating the dynamics and forecasting the quantitative and qualitative changes of consumers’ needs and demands to the goods assortment. *The purpose of function* is to set the nomenclature and volume of consumers’ needs and demands to the goods assortment and drafting the forecast of their quantitative and qualitative change for a defined future term.

*The tasks of function* are:

- a) establishing the nomenclature of consumers’ needs and demands to commercial goods assortment;
- b) determining the nature of consumers’ needs and demands to goods;
- c) determining the legalities of development (change) of consumers’ needs and demands to goods;
- d) establishing the trends of changing the nature and quantitative and qualitative change of consumers’ needs and demands to the goods assortment for a defined future term;
- e) determining the level of meeting the consumers’ needs and demands to goods assortment;
- f) developing the forecast of consumers’ needs and demands quality and quantity to goods assortment for a defined term.

The implementation of this function tasks consists of numerous *elements*: organizing the activity of analyzing the consumers’ (buyers’) needs and demands to commercial goods assortment; preparing the nomenclature of required information on consumers’ (buyers’) needs and demands to commercial goods assortment; determining and selecting the required information sources; establishing the information collection methods and means; developing the methodology and organizing the activity of collection, processing, and storing of the required information; developing the methodology and order and organizing the activity of drafting forecasts on the dynamics of quantitative and qualitative change of consumers’ (buyers’) needs and demands to the commercial goods assortment; drafting the methodology and order and organizing the use of forecasts on the dynamics of quantitative and qualitative change of consumers’ (buyers’) needs and demands to the commercial goods assortment; studying and periodic review of commercial goods assortment of competitors; collecting and analyzing the users’ objections to forecasts drafted; specifying and timely correcting the forecasts on commercial goods assortment, taking into account the users’ objections etc.

The function “*Standardizing the requirements to the commercial goods assortment*” is the activity of drafting and implementing the aggregate organizational, methodological, scientific, and regulatory measures and actions etc., by using related methods and means, aiming at developing the nomenclature of characteristics and quantitative indicators of commercial goods assortment characteristics; drafting, testing, approving and ratifying, in the established manner, as well as implementing and putting into practice the rules and requirements to the commercial goods assortment characteristics.

*The purpose of function* - determining and approving the nomenclature of characteristics and quantitative indices of commercial goods assortment characteristics; drafting, approving and

putting into practice of rules (norms) of requirements to the commercial goods assortment characteristics.

*The tasks of function are:*

- a) drafting and approving in the established manner the scheme of complex classification of consumer goods, adjusted and applicable accordingly within the management system of commercial goods assortment;
- b) drafting the nomenclature of qualitative characteristics of commercial goods assortment properties;
- c) nominating and delimiting the notions, drafting and approving the definitions of commercial goods assortment characteristics;
- d) drafting the nomenclature of quantitative indices of commercial goods assortment characteristics;
- e) drafting, approving and ratifying, in the established manner, of rules (norms) on requirements to the characteristics indices of commercial goods assortment;
- f) implementing and putting into practice of rules (norms) on requirements to the characteristics indices of commercial goods assortment;
- g) estimating and periodic improvement of values (limits) of rules (norms) of characteristics indices of commercial goods assortment;
- h) providing the entering into the normative-technical documentation of rules (norms) and scientifically justified requirements to the characteristics indices of commercial goods assortment;
- i) providing the protection of consumer's interests and rights in standardizing the demands to the commercial goods assortment;
- j) providing the selection of efficient nomenclature and optimal values (limits) of quantitative indices of goods assortment characteristics;
- k) preventing the decrease of quality and demands to the commercial goods assortment characteristics;
- l) providing regular assessment of quality and optimality of commercial goods assortment.

The implementation of tasks of the above function consists of numerous *elements*: drafting the requirements to the consumer goods classification scheme, applicable within the management system of commercial goods assortment; nominating, delimiting of notions, formulating, testing, adopting and approving, in the established manner, of single definitions of classification levels of consumer goods, to be used uniformly within the management system of commercial goods assortment; establishing the order of drafting, coordinating, approving, ratifying, implementing and using the consumer goods classification scheme; drafting and justifying, ratifying and using, in the established manner, the complex classification scheme of consumer goods, applicable within the complex management system of commercial goods assortment; detecting and highlighting of goods assortment properties; establishing the order of drafting, coordinating, approving, ratifying and implementing of rules (norms) of demands to commercial goods assortment; drafting the list of varieties of required information on properties and characteristics of commercial goods assortment and the factors thereof, as well as on regularities of change and significance of commercial goods assortment properties for meeting the consumers' needs and manufacturers' (suppliers') interests etc.; determining and selecting the required information sources; establishing the information collection methods and means; drafting the methodology and organizing the activity of collecting and storing the required information; drafting the methodology and order and organizing the activity of processing and analyzing of collected information, as well as of drafting, coordinating, approving and implementing of proposals on the subject matter; nominating, delimiting of notions, formulating and approving the definitions of qualitative characteristics of commercial goods assortment properties; preparing the nomenclature of characteristics of

commercial goods assortment properties; developing and approving the quantitative indices of characteristics of commercial goods assortment properties and expression units thereof; drafting the methodology and organizing the activity of drafting, testing, coordinating, approving, ratifying and implementing of rules (norms) on the values (limits) of quantitative indices of characteristics of commercial goods assortment properties; drafting, testing, coordinating, approving and ratifying of rules (norms) of indices values (limits) of characteristics of commercial goods assortment properties; implementing the estimation of commercial goods assortment quality of rules (norms) concerning quantitative indicators values (limits) of characteristics of commercial goods assortment properties; regular assessment of practicability of rules (norms) in force of quantitative indices values (limits) of characteristics of commercial goods assortment properties and timely correction thereof; regular assessment of quality level and optimality of commercial goods assortment etc.

The function *“Determining the needs and directions of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment”* is defined as activity of drafting and implementing of the aggregate organizational, methodological investigational etc. related methods and means, aiming at determining the need and directions of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment. *The purpose of function* is justifying and providing the appropriate consistency (correction) of nomenclature and normative requirements to the characteristics of commercial goods assortment to the users’ (specialists’, buyers’, consumers’, etc.) needs and demands.

*The tasks of function* are:

- a) revealing the nonconformity of nomenclature and normative requirements in force to the characteristics of commercial goods assortment to users’ (specialists’, buyers’, consumers’, etc.); needs and demands;
- b) assessing, justifying, including economically and socially, and determining the need, rationality and opportunity of change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment;
- c) determining the directions and ways of changing (improving) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment.

The tasks of this functions are implemented through numerous *elements*: drafting the methodology of assessment and socio-economical justification of the need of change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; drafting the methodology of change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; drafting the list of varieties of required information on users’ (specialists’, buyers’, consumers’, etc.) demands to the nomenclature and characteristics of commercial goods assortment; determining and selecting the required information sources; establishing the information collection methods and means; drafting the methodology and organizing the activity of collecting and storing the required information; drafting the methodology and order and organizing the activity of processing and analyzing of collected information, as well as drafting, coordinating, approving and implementing of the proposals on the subject matter; justifying, including economically and socially, and assessing the need, drafting and submitting directions and ways of change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; coordinating, approving and implementing of proposals drafted etc.

The function *“Planning the change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment”* is defined as activity of drafting and

implementing of the aggregate organizational, methodological, investigative, regulatory, etc., measure and actions, by using related methods and means, aiming at providing the complex planning of multilateral activities of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment, specifying the terms of execution and the executors thereof, costs and funding sources, expected results and benefits.

*The purpose of function* - determining the consecutiveness and terms of efficient implementation of measures of changing (improving) the commercial goods assortment, by specifying the sources and mobilization, targeting the human, material, financial and information resources, in order to timely implement the measures above, as well as the accountability of staff executing these measures.

*The tasks of function* are:

- a) rational and efficient use of data collected by implementing the functions “Forecasting the consumers’ needs and demands to the commercial goods assortment” and “Standardizing the requirements to the commercial goods assortment”;
- b) establishing the terms of change (improvement) of the nomenclature and implementation of indices and new requirements to the characteristics of commercial goods assortment;
- c) including the topic on changing (improving) the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment in the plans of scientific developments of the institutions;
- d) phasing in real time and determining the consecutiveness of implementing the measures of change (improvement) of commercial goods assortment;
- e) determining the volumes and sources of human, material, financial and information resources necessary for the implementation of planned measures;
- f) establishing the terms of implementation of planned measures;
- g) planning the costs and expected benefits by implementing each measure;
- h) appointing the responsible persons for the timely implementation of planned measures;
- i) providing monitoring of timely and qualitative implementation of planned measures.

The tasks listed above of this function are made by the following *elements*: drafting the planning methodology of changing (improving) the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; drafting the list of varieties of required information for planning the change (improvement) of nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; determining and selecting the required information sources; establishing the information collection methods and means; drafting the methodology and organizing the activity of collecting and storing the required information; drafting the methodology and order and organizing the activity of processing and analyzing the collected information, as well as drafting, coordinating, approving and implementing the proposals on the subject matter; analyzing the data obtained by implementing the functions “Forecasting the consumers’ needs and demands to the commercial goods assortment”, “Standardizing the requirements to the commercial goods assortment”, “Determining the need and directions of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of the commercial goods assortment” and drawing proper conclusions; formulating and assessing the aggregate measures to be planned needed to be implemented, to provide the change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment according to the consumers’ needs and demands; selecting and determining the consecutiveness of implementing the selected measures and included in the plan (planned); assessing the complexity, volumes of works and establishing the terms of implementation of each planned measures; determining the need in human, financial, material and information resources for the implementation of each planned measure; calculating the costs of

implementing each measure and the aggregate measures to change (improve) the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment, according to consumers' needs; determining the sources of human, material, financial and information resources required to change (improve) the nomenclature and requirements to the characteristics of the commercial goods assortment; selecting and appointing the responsible persons for the timely implementation of each planned measures; establishing the forms and periodicity of submitting to the responsible persons of reports on the progress of planned measures; determining the order and manner of monitoring of implementation of the planned measures; selecting and appointing the responsible persons for monitoring of implementation of each planned measure and the plan in full; calculating and forecasting the expected benefits by changing the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; preparing and assessing, approving and ratifying, in the established manner, the plan of change (improvement) of the nomenclature and requirements to the characteristics of commercial goods assortment; assessing and regular analyzing of progress of the implementation of plan and making the necessary corrections, etc.

## 5. Conclusions

The creation of the complex system of commercial goods assortment management in the retail trade network is an objective and critical need. The successful management of goods assortment requires the implementation of numerous special functions, the nomenclature of which is presented broadly, completed by two special functions (functions no.11 and no.12), nominated for the first time, and the nomination of some functions is specified (functions no. 2-6, 8, 10, 14 and 16).

In order to be effectively implemented, it is necessary to clearly delineate the scope of application of each function, which shall arise from the definition of its content. The content of each functions specified in the nomenclature includes the purpose, tasks and the specific elements of the related function.

Drafting the definitions and contents of functions of commercial goods assortment management is one of the objectives of the researches in the field. At the current stage, there are drafted and presented for the first time the definitions and contents (purpose, tasks and specific elements) of special standardizing and planning functions of complex system of commercial goods assortment management, followed by investigations for drafting the definitions and contents of other special functions, as well as of the specific functions of the complex system of commercial goods assortment management.

## 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 PhD in Economics, 08.00.05.- Gomel: Gomel State University "Francis Skorpiny", 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. Technical-technological problems of service. 2013, No. 4 (26), pp. 75-80.



6. 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, Edition 1/2015, pp. 21-25. ISSN 2345-1424 (P), ISSN 2345-1483 (E).
7. 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.
8. MALECA, T. Characteristics of the commercial assortment: nominations, definitions, indices and manner of their determination./Annals of the Trade Co-operative University of Moldova, Moldcoop. – Ch.: TCUM, 2012, vol. X. pp. 122-129. ISBN 978-9975-4316-2-0.
9. MALECA, T. H. Indicators of optimization: [Management of commercial assortment of goods by reference to specific features of customers demand]. Commercial Gazette. 1989, No. 16, pp. 46-47.
10. 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.
11. POLONSKAYA, L. A., TURYANSKAYA, M. M. Formation of assortment of goods in retail trade. - K.: Techniques, 1982. 96 p.
12. 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.
13. 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.
14. 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.

## **CONȚINUTUL FUNCȚIILOR SPECIALE DE NORMARE – PLANIFICARE ALE MANAGEMENTULUI SORTIMENTULUI MĂRFURILOR**

### **1. Introducere**

Necesitatea obiectivă și acută de a dirija (managera) sortimentul de mărfuri în rețeaua comercială en-detail este demonstrată într-un șir de publicații ale savanților și specialiștilor în domeniu [3, p. 17; 4, p. 77; 6, p. 21; 7, p. 8; 11, p. 5, p. 9].

Managementul sortimentului mărfurilor poate fi definit [6, p. 22; 7, p. 8] ca activitate de elaborare și realizare a ansamblului (complexului) de măsuri (acțiuni) interconexe organizatorice, tehnice, economice, sociale și ideologice, reglementate de legislația și documentația normativ-tehnică în vigoare, cu utilizarea mijloacelor și metodelor corespunzătoare, direcționate spre formarea și corecția permanentă în sfera circulației a structurii sortimentului de mărfuri, care ar corespunde pe de o parte structurii necesităților consumatorilor și societății, iar pe de altă parte – posibilităților și intereselor producătorilor (furnizorilor) și societății. Astfel de sortiment de mărfuri este numit sortiment optimal. Deci, obiectivul managementului sortimentului comercial de mărfuri este crearea și menținerea permanentă în rețeaua de comerț en-detail a sortimentului optimal de mărfuri, iar scopul – satisfacerea maximală a necesităților consumatorilor de mărfuri concomitent cu realizarea intereselor vânzătorilor.

Ca și oricare altul managementul sortimentului comercial de mărfuri este efectuat prin realizarea unui șir de funcții: generale, speciale și specifice, nomenclatorul cărora este în curs de elaborare și precizare [6, p. 22]. Fiecare dintre funcțiile speciale și specifice trebuie să aibă conținutul său specific și aria sa de aplicare [2, p. 15; 6, p. 22-23].

## **2. Gradul de investigare a problemei la momentul actual, scopul cercetării**

Formarea sortimentului de mărfuri în rețeaua comercială en-detail totdeauna a preocupat specialiștii și cercetătorii în domeniul comerțului, în deosebi în ultimele decenii [1-3, 10, 11], când gama sortimentală de mărfuri a devenit extrem de numeroasă și complicată în structură. Însă, la momentul actual cercetările în domeniu și rezultatele acestora [1, 5, 14] sunt axate mai mult pe procedeele și metodele formării sortimentului și nu cuprind complexul de măsuri și acțiuni care ar asigura formarea și perfecționarea sistematică, menținerea în permanență în rețeaua comercială en-detail a sortimentului optimal de mărfuri. Formarea și menținerea în permanență în rețeaua de comerț cu amănuntul a sortimentului optimal de mărfuri de consum poate fi asigurată doar în baza sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum, elaborarea căruia în prezent este doar la stadiu incipient.

Scopul final al investigației este de a crea și propune sistemul complex de management al sortimentului mărfurilor, iar scopul prezentei lucrări este de a formula definițiile și de a elabora conținutul funcțiilor speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum, precum și completarea nomenclatorului și precizarea nominalizărilor unor funcții speciale ale acestui sistem complex de management.

## **3. Metode și materiale aplicate**

Cercetarea este efectuată utilizând metodele: analiza comparativă, analiza corelativă, analogia, inducția și deducția, expertiza, experiența practică etc. Definițiile și conținutul funcțiilor de normare-planificare, precum și completarea nomenclatorului și precizarea nominalizărilor unor funcții ale sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri [6, p. 22-23] sunt propuse orientându-ne la standardele privind managementul calității producției în sferele producerii și circulației [12, 13].

## **4. Rezultate și discuții. Conținutul funcțiilor speciale de normare – planificare ale managementului sortimentului mărfurilor**

Managementul sortimentului mărfurilor este efectuat prin realizarea complexului de funcții, inclusiv a unui șir de funcții speciale [6, p. 23]. În baza studierii standardelor [12, 13] și experienței acumulate în domeniul managementului calității mărfurilor constatăm necesitatea completării nomenclatorului [6, p. 23] și precizării nominalizărilor unor funcții speciale ale sistemului complex de management al sortimentului mărfurilor.

Acest nomenclator, în viziunea noastră, în cazul managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum, include următoarele funcții speciale:

- 1) prognozarea necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri de consum;
- 2) normarea cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri de consum;
- 3) determinarea necesității și direcțiilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile [8-9] sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 4) planificarea modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 5) asigurarea material-tehnică și financiară a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum;

- 6) asigurarea cu personal, pregătirea specială în domeniu și formarea profesională continuă a cadrelor;
- 7) asigurarea tehnologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 8) asigurarea metodologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum;
- 9) asigurarea juridică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 10) asigurarea informațională a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 11) asigurarea ideologică a formării și perfecționării sistematice a sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum;
- 12) organizarea și efectuarea formării, menținerii și modificării (perfecționării, corecției) oportune a sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum;
- 13) controlul permanent intern și sistematic extern a optimalității sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 14) atestarea periodică a sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- 15) stimularea formării și asigurării menținerii sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum în rețeaua de comerț en-detail;
- 16) certificarea periodică a sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum.

În dependență de caracterul său funcțiile speciale enumerate pot fi grupate în:

- a) *funcții speciale de normare-planificare*, la care sunt atribuite funcțiile: prognozarea necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri de consum; normarea cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri de consum; determinarea necesității și direcțiilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile [8-9] sortimentului comercial de mărfuri de consum; planificarea modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- b) *funcții speciale de asigurare*, la care sunt atribuite funcțiile: 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 optimal 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 optimal de mărfuri de consum;
- c) *funcții speciale de organizare-stimulare*, la care sunt atribuite funcțiile: organizarea și efectuarea formării, menținerii și modificării (perfecționării, corecției) oportune a sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum; stimularea formării și asigurării menținerii sortimentului comercial optimal de mărfuri de consum în rețeaua de comerț en-detail;
- d) *funcții speciale de control și evaluare*, la care sunt atribuite funcțiile: controlul permanent intern și sistematic extern al optimalității sortimentului comercial de mărfuri de consum; atestarea periodică a sortimentului comercial de mărfuri de consum; certificarea periodică a sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum.

Fiecare din funcțiile enumerate are definiția sa și conținutul său care include scopul, obiectivele (sarcinile) și elementele funcției, care până în prezent practic încă nu-s elaborate.

Scopul lucrării prezente este formularea definițiilor și elaborarea conținuturilor funcțiilor speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum.

În baza analizei documentației normative [12-13] și literaturii de specialitate [1-5; 10-11; 14] în domeniul formării sortimentului comercial de mărfuri de consum și managementului calității producției, inclusiv în sfera circulației, a fost formulate *definițiile și elaborate conținuturile funcțiilor speciale de normare – planificare* ale managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum după cum urmează.

Funcția „*Prognozarea necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri de consum*” este activitatea de elaborare și realizare a ansamblului de măsuri și acțiuni organizatorice, metodologice, de investigare etc., cu utilizarea metodelor și mijloacelor corespunzătoare, ce au misiunea de a cerceta dinamica și a prognoza modificările cantitative și calitative ale necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul mărfurilor.

*Scopul funcției* – stabilirea nomenclatorului și volumului de necesități și cerințe ale consumatorilor față de sortimentul mărfurilor și elaborarea prognozei modificării lor cantitative și calitative pentru termenul de perspectivă stabilit.

*Sarcinile funcției* sunt:

- a) stabilirea nomenclatorului necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri;
- b) determinarea caracterului necesităților și cerințelor consumatorilor către mărfuri;
- c) determinarea legăturilor dezvoltării (modificării) necesităților și cerințelor consumatorilor către mărfuri;
- d) stabilirea tendințelor modificării caracterului și dezvoltării cantitative și calitative a necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul de mărfuri pentru termenul de perspectivă determinat;
- e) stabilirea nivelului de satisfacere a necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul mărfurilor;
- f) elaborarea prognozei cantității și calității necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul mărfurilor pentru termenul determinat.

Realizarea sarcinilor acestei funcții este constituită dintr-un șir de *elemente*: organizarea lucrărilor de studiere a necesităților și cerințelor consumatorilor (cumpărătorilor) către sortimentul comercial de mărfuri; întocmirea nomenclatorului informației necesare privind necesitățile și cerințele consumatorilor (cumpărătorilor) către sortimentul comercial de mărfuri; determinarea și selectarea surselor informației necesare; stabilirea metodelor și mijloacelor colectării informației; elaborarea metodologiei și organizarea lucrărilor de colectare, prelucrare și păstrare a informației necesare; elaborarea metodologiei, ordinii și organizarea lucrărilor de elaborare a prognozelor privind dinamica modificării cantitative și calitative a necesităților și cerințelor consumatorilor (cumpărătorilor) către sortimentul comercial al mărfurilor; elaborarea metodologiei, ordinii și organizarea utilizării prognozelor privind cantitatea și calitatea necesităților și cerințelor consumatorilor (cumpărătorilor) către sortimentul comercial al mărfurilor; studierea și analiza periodică a sortimentului comercial de mărfuri de consum la concurenți; colectarea și analiza obiecțiilor utilizatorilor privind prognozele elaborate; precizarea și corecția oportună a prognozelor privind sortimentul comercial de mărfuri, ținând cont de obiecțiile utilizatorilor etc.

Funcția „*Normarea cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri de consum*” este activitatea de elaborare și realizare a ansamblului de măsuri și acțiuni organizatorice, metodologice,

științifice, de reglementare etc., cu utilizarea metodelor și mijloacelor corespunzătoare, ce au misiunea de a întocmi nomenclatorul caracteristicilor și indicilor cantitativi ai proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; de a elabora, testa, aproba și omologa în modul stabilit, precum și de a implementa și utiliza în practică normele și cerințele către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri.

*Scopul funcției* – determinarea și omologarea nomenclatorului de caracteristici și indici cantitativi ai proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; elaborarea, omologarea și aplicarea practică a normelor (normativelor) de cerințe către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri.

*Sarcinile funcției* sunt:

- a) elaborarea și omologarea în modul stabilit a schemei clasificării complexe a mărfurilor de consum, adaptate corespunzător și aplicabile în sistemul de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- b) elaborarea nomenclatorului de caracteristici calitative ale proprietăților sortimentului comercial de mărfuri;
- c) nominalizarea și delimitarea noțiunilor, elaborarea și omologarea definițiilor caracteristicilor sortimentului comercial de mărfuri;
- d) elaborarea nomenclatorului de indici cantitativi ai caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri;
- e) elaborarea, aprobarea și omologarea în modul stabilit a normelor (normativelor) privind cerințele către indicii caracteristicilor sortimentului comercial de mărfuri;
- f) implementarea și utilizarea în practică a normelor (normativelor) privind cerințele către indicii cantitativi ai caracteristicilor sortimentului comercial de mărfuri;
- g) estimarea și perfecționarea periodică a valorilor (limitelor) normelor (normativelor) indicilor caracteristicilor sortimentului comercial de mărfuri;
- h) asigurarea includerii în documentația normativ-tehnică a normelor (normativelor) și cerințelor argumentate științific către indicii caracteristicilor sortimentului comercial de mărfuri;
- i) asigurarea protejării intereselor și drepturilor consumatorilor în normarea cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri;
- j) asigurarea selectării nomenclaturii eficiente și valorilor (limitelor) optime ale indicilor cantitativi ai caracteristicilor sortimentului de mărfuri;
- k) prevenirea diminuării calității și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri;
- l) asigurarea evaluării periodice a calității și optimalității sortimentului comercial de mărfuri.

Procesul realizării sarcinilor funcției examinate este constituit dintr-un șir de *elemente*: elaborarea cerințelor către schema clasificării mărfurilor de consum, aplicabile în sistemul de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum; nominalizarea, delimitarea noțiunilor, formularea, testarea, adoptarea și omologarea în modul stabilit a definițiilor unice a nivelelor de clasificare a mărfurilor de consum, pentru utilizarea uniformă în sistemul de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum; stabilirea ordinii elaborării, coordonării, aprobării, omologării, implementării și utilizării schemei clasificării mărfurilor de consum; elaborarea și argumentarea, omologarea și utilizarea în modul stabilit a schemei complexe de clasificare a mărfurilor de consum, aplicabile în sistemul complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum; descoperirea și evidențierea proprietăților sortimentului de mărfuri; stabilirea ordinii elaborării, coordonării, aprobării, omologării și implementării normelor (normativelor) cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri; întocmirea listei varietăților de informație necesară privind proprietățile și caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum și factorii ce le

condiționează, precum și privind legitățile modificării și importanța proprietăților sortimentului comercial de mărfuri pentru satisfacerea necesităților consumatorilor și intereselor producătorilor (furnizorilor) etc.; determinarea și selectarea surselor informației necesare; stabilirea metodelor și mijloacelor colectării informației; elaborarea metodologiei și organizarea lucrărilor de colectare și păstrare a informației necesare; elaborarea metodologiei, ordinii și organizarea lucrărilor de prelucrare și analiză a informației colectate, precum și de elaborare, coordonare, aprobare și implementare a propunerilor privind subiectul în cauză; nominalizarea, delimitarea noțiunilor, formularea și omologarea definițiilor caracteristicilor calitative ale proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; întocmirea nomenclatorului de caracteristici ale proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; elaborarea și omologarea indicilor cantitativi ai caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri și unităților de exprimare a lor; elaborarea metodologiei și organizarea lucrărilor de elaborare, testare, coordonare, aprobare, omologare și implementare a normelor (normativelor) privind valorile (limitele) indicilor cantitativi ai caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; elaborarea, testarea, coordonarea, aprobarea și omologarea normelor (normativelor) valorilor (limitelor) indicilor caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; implementarea în practica estimării calității sortimentului comercial de mărfuri a normelor (normativelor) privind valorile (limitele) indicilor cantitativi ai caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri; estimarea periodică a practicabilității normelor (normativelor) în vigoare ale valorilor (limitelor) indicilor cantitativi ai caracteristicilor proprietăților sortimentului comercial de mărfuri și corecția lor oportună; estimarea periodică a nivelului calității și optimalității sortimentului comercial de mărfuri etc.

Funcția „*Determinarea necesității și direcțiilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum*” este definită ca activitate de elaborare și realizare a ansamblului de măsuri și acțiuni organizatorice, metodologice, de investigare etc., cu utilizarea metodelor și mijloacelor corespunzătoare, ce au misiunea de a determina necesitatea și direcțiile modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri.

*Scopul funcției* – argumentarea și asigurarea concordării (corecției) oportune a nomenclatorului și cerințelor normative către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri necesităților și cerințelor utilizatorilor (specialiștilor, cumpărătorilor, consumatorilor etc.).

*Sarcinile funcției* sunt:

- a) relevarea neconformităților nomenclatorului și cerințelor normative în vigoare către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri necesităților și cerințelor utilizatorilor (specialiștilor, cumpărătorilor, consumatorilor etc.);
- b) estimarea, argumentarea, inclusiv economico-socială, și determinarea necesității, raționalității și oportunității modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri;
- c) determinarea direcțiilor și căilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri.

Sarcinile acestei funcții sunt realizate printr-un șir de *elemente*: elaborarea metodologiei estimării și argumentării economico-sociale a necesității modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum; elaborarea metodologiei modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; întocmirea listei varietăților de informație necesară privind cerințele utilizatorilor (specialiștilor, cumpărătorilor, consumatorilor etc.) către nomenclatorul și

caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; determinarea și selectarea surselor informației necesare; stabilirea metodelor și mijloacelor colectării informației; elaborarea metodologiei și organizarea lucrărilor de colectare și păstrare a informației necesare; elaborarea metodologiei, ordinii și organizarea lucrărilor de prelucrare și analiză a informației colectate, precum și de elaborare, coordonare, aprobare și implementare a propunerilor privind subiectul în cauză; argumentarea, inclusiv economico-socială, și estimarea necesității, elaborarea și propunerea direcțiilor și căilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; coordonarea, aprobarea și implementarea în practică a propunerilor elaborate etc.

Funcția „*Planificarea modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum*” este definită ca activitate de elaborare și realizare a ansamblului de măsuri și acțiuni organizatorice, metodologice, de investigare, de reglementare etc., cu utilizarea metodelor și mijloacelor corespunzătoare, ce au misiunea de a asigura planificarea complexă a lucrărilor multilaterale de modificare (perfecționare) a nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri, cu indicarea termenilor de executare și a executorilor, costurilor și surselor de finanțare, rezultatelor și beneficiilor scontate.

*Scopul funcției* – determinarea consecutivității și termenilor realizării eficiente a măsurilor de modificare (perfecționare) a sortimentului comercial de mărfuri de consum, indicarea surselor și mobilizarea, direcționarea resurselor umane, materiale, financiare și informaționale spre realizarea oportună a măsurilor în cauză, precum și responsabilizarea personalului executor al acestor măsuri.

*Sarcinile funcției* sunt:

- a) utilizarea rațională și eficientă a datelor obținute de la realizarea funcțiilor „Prognostizarea necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri de consum” și „Normarea cerințelor către sortimentul comercial al mărfurilor de consum”;
- b) stabilirea termenilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și implementării indicilor și cerințelor noi către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri;
- c) includerea tematicii privind modificarea (perfecționarea) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri în planurile elaborărilor științifice ale instituțiilor respective;
- d) etapizarea în timp real și determinarea consecutivității realizării măsurilor de modificare (perfecționare) a sortimentului comercial de mărfuri de consum;
- e) stabilirea volumelor și surselor resurselor umane, materiale, financiare și informaționale necesare pentru realizarea măsurilor planificate;
- f) stabilirea termenilor realizării măsurilor planificate;
- g) planificarea costurilor și beneficiilor scontate de la realizarea fiecărei măsuri;
- h) nominalizarea responsabililor de realizarea oportună a măsurilor planificate;
- i) asigurarea monitorizării realizării oportune și calitative a măsurilor planificate.

Sarcinile enumerate ale funcției în cauză sunt realizate prin următorul șir de *elemente*: elaborarea metodologiei planificării modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; întocmirea listei varietăților de informație necesară pentru planificarea modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum; determinarea și selectarea surselor informației necesare; stabilirea metodelor și mijloacelor colectării informației; elaborarea metodologiei și organizarea lucrărilor de colectare și păstrare a informației necesare; elaborarea

metodologiei, ordinii și organizarea lucrărilor de prelucrare și analiză a informației colectate, precum și de elaborare, coordonare, aprobare și implementare a propunerilor privind subiectul în cauză; analiza datelor obținute prin realizarea funcțiilor „Prognostizarea necesităților și cerințelor consumatorilor către sortimentul comercial de mărfuri de consum”, „Normarea cerințelor către sortimentul comercial de mărfuri de consum”, „Determinarea necesității și direcțiilor modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri de consum” și formularea concluziilor adecvate; formularea și estimarea complexului de măsuri necesar de planificat pentru a fi realizat ca să fie asigurată modificarea (perfecționarea) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri conform necesităților și cerințelor consumatorilor; selectarea și determinarea consecutivității realizării măsurilor selectate și incluse în plan (planificate); estimarea complexității, volumelor de lucrări și stabilirea termenilor realizării fiecărei măsuri planificate; determinarea necesității în resurse umane, materiale, financiare și informaționale pentru realizarea fiecărei măsuri planificate; calcularea costurilor realizării fiecărei măsuri și complexului integral de măsuri pentru modificarea (perfecționarea) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri conform necesităților consumatorilor; determinarea surselor de resurse umane, materiale, financiare și informaționale necesare pentru modificarea (perfecționarea) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; selectarea și nominalizarea responsabililor de realizarea oportună a fiecărei măsuri planificate; stabilirea formelor și periodicității prezentării de către responsabili ale rapoartelor privind mersul realizării măsurilor respective planificate; stabilirea ordinii și modurilor de monitorizare a realizării măsurilor planificate; selectarea și nominalizarea responsabililor de monitorizarea realizării fiecărei măsuri planificate și a planului integral; calcularea și prognostizarea beneficiilor scontate în rezultatul modificării nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; întocmirea și estimarea, aprobarea și omologarea în modul stabilit a planului modificării (perfecționării) nomenclatorului și cerințelor către caracteristicile sortimentului comercial de mărfuri; estimarea și analiza sistematică a mersului realizării planului în cauză și efectuarea corecțiilor necesare etc.

## 5. Concluzii

Crearea sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri în rețeaua de comerț en-detail este o necesitate obiectivă și acută. Efectuarea reușită a managementului sortimentului de mărfuri necesită realizarea unui șir de funcții speciale, nomenclatorul cărora este prezentat extins, completat cu două funcții speciale (funcțiile nr. 11 și nr. 12), nominalizate în premieră, iar nominalizarea unor funcții este precizată (funcțiile nr. 2-6, 8, 10, 14 și 16).

Pentru a fi realizate eficient, este necesar de a delimita clar aria aplicării fiecărei funcții, ceea ce trebuie să decurgă din definiția și conținutul acesteia. Conținutul fiecărei din funcțiile nominalizate în nomenclator include scopul, sarcinile și elementele specifice funcției concrete.

Elaborarea definițiilor și conținuturilor funcțiilor managementului sortimentului comercial de mărfuri de consum constituie unul din obiectivele investigațiilor în domeniu. La etapa curentă sunt elaborate și prezentate în premieră definițiile și conținuturile (scopul, sarcinile și elementele specifice) funcțiilor speciale de normare-planificare ale sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum, urmând continuarea investigațiilor pentru a elabora definițiile și conținuturile altor funcții speciale, precum și ale funcțiilor specifice ale sistemului complex de management al sortimentului comercial de mărfuri de consum.



## REFERINȚE

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). Техно-технологические проблемы сервиса. 2013, № 4 (26), с.75-80.
6. 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, p. 21-25. ISSN 2345-1424 (P), ISSN 2345-1483(E).
7. 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, p. 3-8. ISBN 9975-70-272-4.
8. MALECA, T. Caracteristici ale sortimentului comercial: nominalizări, definiții, indici și modul determinării lor / Analele științifice ale Universității Cooperatist-Comerciale din Moldova, Moldcoop. - Chișinău: UCCM, 2012, vol. X., p. 122-129. ISBN 9787-9975-4316-2-0.
9. МАЛЕКА, Ф. Х. Показатели оптимизации: [Управление торговым ассортиментом товаров с учетом особенностей спроса покупателей]. Коммерческий вестник. 1989, № 16, с. 46-47.
10. 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.
11. ПОЛОНСКАЯ, Л. А., ТУРЯНСКАЯ, М. М. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле. - К.: Техника, 1982. 96 с.
12. Республиканская система управления качеством продукции Молдавской ССР. Основные положения. РСТ МССР 712-82. РС УКП/Госплан МССР, Респ. стандарт МССР. - Кишинэу: Госплан МССР, 1982. 63 с.
13. 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.
14. ЮРОВА, Н. А. Инструменты и методы управления ассортиментом товаров в ритейле (Instrument and methods of goods assortment management in retail). Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. М. Ф. Решетнева. 2010, № 1, с. 165-170.

---

### Rezumat

*Managementul sortimentului comercial de mărfuri de consum poate fi efectuat doar prin realizarea unui șir de funcții generale, speciale și specifice. Nomenclatorul funcțiilor speciale și specifice ale managementului sortimentului comercial de mărfuri este în curs de elaborare și precizare și, în mare măsură, depinde de claritatea delimitării ariilor lor de aplicare.*

*Pentru a contura aria aplicării fiecărei funcții a managementului sortimentului comercial de mărfuri este foarte important să fie formulată definiția și determinat conținutul fiecărei funcții, care include scopul, obiectivele (sarcinile) și elementele funcției.*

*În această lucrare prezentăm definițiile și conținuturile funcțiilor speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri, precum și varianta precizată și extinsă a nomenclaturii funcțiilor speciale ale sistemului complex de management al sortimentului de mărfuri, realizarea cărora ar asigura managementul eficient al sortimentului de mărfuri în rețeaua comercială en-detail.*

---

**Cuvinte-cheie:** *sortimentul comercial de mărfuri; managementul sortimentului comercial de mărfuri; funcțiile speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri; conținutul funcțiilor speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri; scopurile, sarcinile și elementele funcțiilor speciale de normare-planificare ale managementului sortimentului comercial de mărfuri.*

---

**Аннотация**

Менеджмент торговым ассортиментом потребительских товаров может быть осуществлён только через реализацию ряда общих, специальных и специфических функций. Перечень специальных и специфических функций менеджмента торговым ассортиментом товаров находится на стадии разработки и уточнения и, значительно, зависит от чёткости разграничения областей их применения.

Для очертания области приложения каждой функции менеджмента торговым ассортиментом товаров особо важны формулирование определения и установление содержания каждой функции, в том числе: цели, задач и элементов функции.

В данной работе представляем определения и содержания специальных нормативно-плановых функций менеджмента торговым ассортиментом товаров, а также уточнённый и расширенный перечень специальных функций комплексной системы менеджмента ассортиментом товаров, реализация которых призвано обеспечить эффективный менеджмент ассортиментом товаров в розничной торговой сети.

---

**Ключевые слова:** *торговый ассортимент товаров; менеджмент торговым ассортиментом товаров; специальные нормативно-плановые функции менеджмента торговым ассортиментом товаров; содержание специальных нормативно-плановых функций менеджмента торговым ассортиментом товаров; цели, задачи и элементы специальных нормативно-плановых функций менеджмента торговым ассортиментом 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 21.03.2016

Accepted 15.06.2016

Published 30.06.2016