

Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМ АССОРТИМЕНТОМ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ // Вестник Российского университета кооперации. 2020. № 3(41). С. 55-60.

Автор (ы) Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова.

Author(s) L.V. Mikhailova, E.N. Vlasova.

Индекс УДК 677.074:684:658.6

Название статьи: УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМ АССОРТИМЕНТОМ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Title of the article: TRADING ASSORTMENT MANAGEMENT BASED ON CONSUMER VALUE ORIENTATIONS

Ключевые слова: управление; торговое предприятие; торговый ассортимент; потребительский спрос; ценностные ориентации потребителей; объем продаж.

Keywords: management; commercial enterprise; trade assortment; consumer demand; consumers value orientations; volume of sales.

Аннотация: Конкурентное место торгового предприятия на региональном рынке определяется рядом параметров, в числе которых соответствие реального потребительского спроса прогнозируемому, качество планирования и поддержания фактического ассортимента товаров с максимальной полезностью для потенциальных покупателей. Исследование посвящено изучению ценностных ориентаций потребителей средств для стирки и практическим аспектам применения результатов работы при формировании и изменении как структуры, так и общих и специфических характеристик ассортимента торгового предприятия. Такой подход будет способствовать нахождению баланса между интересами потребителей и возможностями как магазина, так и производителей.

Изучены ценностные ориентации потребителей, связанные с потребительскими свойствами средств для стирки, их ценой, а также потребительской характеристикой магазина в целом. С помощью ABC- и XYZ-анализов установлен вклад определенного вида средств для стирки в общий объем продаж торгового предприятия за исследуемый период. Анализ взаимосвязей характеристик торгового ассортимента, потребительского выбора позволяют магазину как коммерческому предприятию работать прибыльно, обоснованно определив направления для результативных стратегических и тактических управленческих воздействий.

Annotation: The competitive position of the enterprise at the regional level determines the order of the parameters, which determines the correspondence of the real need for the forecast, the quality of the planning and the support of the factual assortment with the maximum potential. A study dedicated to the study of the orientational orientations of the needy for the means of stylistics and the practical aspect of the application of the result work in the formation and modification of the structure, as well as the general and specific characteristics of the preposition. This approach will help to find a balance between the interests of consumers and the capabilities of both the store and manufacturers.

The value orientations of consumers related to the consumer properties of laundry detergents, their price, as well as the consumer characteristics of the store as a whole have been studied. With the help of ABC and XYZ analyzes, the contribution of a certain type of laundry detergent to the total sales of the outlet for the period under study was established. Analysis of the relationship between the characteristics of the retail assortment and consumer choice allows the store as a commercial enterprise to operate profitably, having reasonably determined the directions for effective strategic and tactical management influences.

Контактные данные авторов: **МИХАЙЛОВА Лариса Владиславовна** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры товароведения и технологии общественного питания. Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. Россия. Чебоксары. E-mail: [larisacoop@yandex.ru](mailto:larisacoop@yandex.ru).

**ВЛАСОВА Елена Николаевна** – кандидат технических наук, начальник отдела практики и трудоустройства, доцент кафедры материаловедения, товароведения, стандартизации и метрологии. Ивановский государственный политехнический университет. Россия. Иваново. E-mail: [vlasovaen-ivanovo@mail.ru](mailto:vlasovaen-ivanovo@mail.ru).

Contact details of the authors: **MIKHAILOVA, Larisa Vladislavovna** – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Science and Public Catering Technology. Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation. Russia. Cheboksary. E-mail: [larisacoop@yandex.ru](mailto:larisacoop@yandex.ru).

**VLASOVA, Elena Nikolaevna** – Candidate of Technical Sciences, Head of the Department of Practice and Employment, Associate Professor of the Department of Materials Science, Commodity Science, Standardization and Metrology. Ivanovo State Polytechnic University. Russia. Ivanovo. E-mail: [vlasovaen-ivanovo@mail.ru](mailto:vlasovaen-ivanovo@mail.ru).

Страницы. 55-60.