

- Анализ полученных значений коэффициентов рациональности ассортимента товаров обследуемых организаций и выявленного ранее конкурентного положения продавцов мебельных товаров показал следующее: выше значение коэффициента рациональности ассортимента и, следовательно, более рациональный ассортимент у организаций — лидеров рынка, далее по убыванию значения коэффициента рациональности следуют претенденты на лидерство на рынке, последователи. И наконец, самые низкие значения коэффициентов рациональности ассортимента товаров у организаций, попавших по результатам исследования покупательских предпочтений в группу аутсайдеров рынка.