

Мерчандайзинг: Управление розничными **продажами**. - М, : Издательство Жигульского (ООО "Бизнес ту Бизнес Продакшн Груп «Би-Би-Пижи»), 2002. - 224 с. - (Серия -Современные розничные технологии»).

ISBN 5-93679-058-4

*В книге изложены основные принципы мерчандайзинга, использование которых позволяет эффективно управлять розничным» продажами. Она содержит многочисленные примеры и обзоры, дающие представление о многообразии задач, с которыми приводится сталкиваться в процессе управления товаром, и варианты их решения.*

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	10
<b>Глава 1</b>	
<b>УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ</b>	14
Введение .....	15
Определение товара .....	16
Роль управления товаром в розничной торговле.	16
Стратегическая роль управления товаром. ....	17
Стратегическая роль товарного ассортимента. ....	19
Сфера управления товаром в розничной торговле ..	22
Эволюция управления товаром в розничной торговле ...	23
Значение управления товаром. ....	24
<b>Глава 2</b>	
<b>ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР.</b>	26
Введение .....	27
Централизованные закупочные организации в розничной торговле .....	28
Децентрализованные закупки .....	30
Руководящие роли в закупочной организации .....	30
Желательные качества персонала отдела закупок ....	33
Другие сотрудники и структуры, ответственные за принятие решений по закупкам .....	35
Процесс закупки для предприятия розничной торговли	36
Комитеты по закупкам .....	38
Ограниченность традиционных моделей процесса закупок....	42
Закупочные группы.....	42
Подход к управлению товаром, ориентированный на потребителя.....	44
<b>Глава 3</b>	
<b>УПРАВЛЕНИЕ КАТЕГОРИЕЙ</b>	46
Введение.....	47
Эффективное реагирование на потребителя (F.C.R) ....	48
Управление категорией .....	51
Процесс управления категорией .....	51
Управление категорией как организационная концепция ...	62
<b>Глава 4</b>	
<b>ВЫБОР ТОВАРА</b>	68
Введение .....	69
Определение потребности в товаре.....	70
Разработка новых товаров .....	70
Жизненные циклы категорий товара. ....	70
Влияние потребительских тенденций на розничное предложение .....	72
Процесс выбора товара. ....	81
Критерии выбора товара. ....	81

## **Глава 5**

### **ИСТОЧНИКИ ПОСТАВОК**

96

Введение .....	97
Типы поставщиков .....	98
Поиск поставщиков .....	100
Выбор поставщиков .....	102
Развитие взаимоотношений между предприятием розничной торговли и поставщиком. ....	106
Интерактивный подход. ....	107
Стадии развития отношений между предприятием розничной торговли и поставщиком. ....	113

## **Глава 6**

### **КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА**

1 22

Введение .....	123
Контроль товарного запаса. ....	124