

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
Глава 1	
УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	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
Глава 2	
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР.	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
Глава 3	
УПРАВЛЕНИЕ КАТЕГОРИЕЙ	46
Введение.....	47
Эффективное реагирование на потребителя (F.C.R)	48
Управление категорией	51
Процесс управления категорией	51
Управление категорией как организационная концепция ...	62
Глава 4	
ВЫБОР ТОВАРА	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