

Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление
учебное пособие / кол авторов , под ред. А. А. Есютина и Е. В. Карповой —
М.: КНОРУС, 2007 — 424 с.

Раскрывается сущность сетевого принципа организации розничной торговли как фактора повышения конкурентоспособности бизнеса история развития сетевой торговли в развитых странах и в России построение розничных торговых сетей организация управления, а также специфика формирования и управления ассортиментом организации коммерческой работы и управления персоналом в торговых сетях.

Для студентов торговых специальностей, а также для практических работников отрасли торговли.

ОГЛАВЛЕНИЕ

К ЧИТАТЕЛЯМ

ГЛАВА 1 СЕТЕВОЙ ПРИНЦИП РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. Сетевые технологии в торговле

1.2. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур

1.2.1. Основные формы концентрации капитала в отраслях
товарного обращения

1.2.2. Горизонтальная интеграция

1.2.3. Вертикальная интеграция

1.2.4. Диверсификация

1.3. Транснациональные компании Литература

ГЛАВА 2. ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ КРУПНЕЙШИХ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ

2.1. Wal-Mart Stores, inc

2.2. CARREFOUR

2.3. ИКЕА

2.4. Marks & Spenser

2.5. METRO AG

2.6. AUCHAN

Заключение

Литература

ГЛАВА 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ

- 3.1. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность компании
- 3.2. Оценка внешней среды
 - 3.3. Внутренний анализ конкурентоспособности
- 3.4. Экономические стратегии торговых сетей
 - 3.4.1. Основы конкурентоспособности торговых сетей
 - 3.4.2. Стратегия лидерства в низких издержках
 - 3.4.3. Стратегия дифференциации
 - 3.4.4. Стратегия фокусирования

Литература

ГЛАВА 4. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ СЕТИ

- 4.1. Сущность франчайзинга
- 4.2. Преимущества и риски франчайзинга
 - Какой бизнес может развиваться по франчайзингу
- 4.3. Правовые аспекты франчайзинга
 - 4.3.1. Специфика правовых аспектов франчайзинга в разных странах
 - 4.3.2. Правовое регулирование франчайзинга в зарубежных странах
 - 4.3.3. Правовое регулирование франчайзинга в России
 - 4.3.4. Другие договоры в рамках франчайзинговых отношений
 - 4.3.5. Платежи на условиях франчайзингового договора
- 4.4. Проблемы франчайзинга в России
- 4.5. Розничная торговля
 - 4.6. Франчайзинговая программа на примере Торгового дома «КОПЕЙКА»

Литература

ГЛАВА 5. ТОРГОВЫЕ МАРКИ И БРЕНДЫ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

- 5.1. Собственная торговая марка и ее функции
 - 5.1.1. Определение собственной торговой марки
 - 5.1.2. Функции торговой марки
- 5.2. Классификация собственных торговых марок и маркировка товаров
- 5.3. Причины появления и развития собственных торговых марок
- 5.4. Развитие собственных торговых марок за рубежом
- 5.5. Становление и развитие собственных марок розничных сетей в России
- 5.6. Брэнд торговых сетей, оценка его стоимости
- 5.7. Определение стоимости собственных торговых марок

Литература

ГЛАВА 6. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

- 6.1. Инвестиционная привлекательность России для торгового капитала
- 6.2. Перспективы развития бизнеса транснациональных розничных сетей в России
- 6.3. Российские розничные торговые сети
 - 6.3.1. Изменения в российской розничной торговле
 - 6.3.2. Типология сетей, работающих в России
 - 6.3.3. Крупнейшие российские продуктовые розничные сети
 - 6.3.4. Слияния и поглощения
 - 6.3.5. Отношения с поставщиками
 - 6.3.6. Региональная экспансия
 - 6.3.7. Выход за границу России
 - 6.3.8. Размещение акций на бирже
 - 6.3.9. Привлечение средств с помощью облигационных займов
 - 6.3. 10. Программы лояльности

6.4. Развитие торговых форматов

Литература

Электронные ресурсы

ГЛАВА 7. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

7.1. Управление персоналом на предприятии

7.2. Управление персоналом и кадровая политика предприятий розничной торговли

7.2.1. Определение термина «кадровая политика»

7.2.2. Политика подбора (найма, формирования кадрового состава)

7.2.3. Политика обучения и развития

7.2.4. Организационно штатная политика

7.2.5. Политика оплаты и стимулирования труда

7.3. Управление персоналом и корпоративная культура

7.4. Миссия, цели и задачи кадровой службы в розничной торговле

7.4.1. Миссия кадровой службы

7.4.2. Цели и функции кадровой службы

7.5. Ключевые показатели эффективности

системы управления персоналом

7.5.1. В целом по предприятию

7.5.2. По функциям

Литература

Электронные ресурсы

ГЛАВА 8. АУТСОРСИНГ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

8.1. Понятие и правовые основы применения

8.2. Преимущества и недостатки аутсорсинга

- 8.2.1. Преимущества для фирмы - заказчика услуг
 - 8.2.2. Недостатки аутсорсинга
 - 8.3. Лизинг персонала Аутстаффинг
 - 8.4. Анализ и подготовка к заключению договора аутсорсинга
 - 8.4.1. На что следует обратить внимание при подготовке договора аутсорсинга
 - 8.4.2. Этапы подготовки и взаимодействия торговой фирмы и аутсорсера
 - 8.5. Предложения на рынке аутсорсинга
- Литература
- Электронные ресурсы

ГЛАВА 9. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ. ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ

- 9.1. Понятие категорийного менеджмента
 - 9.2. Организация коммерческой службы торговой сети
 - 9.3. Формирование ассортиментной матрицы
 - 9.4. Организация работы с товарной матрицей
 - 9.5. Организация работы с поставщиками
 - 9.6. Пример составления ассортиментной матрицы
 - 9.7. Алгоритм формирования ассортиментной политики торговых компаний
- Литература

ГЛАВА 10 АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В СЕТЯХ

- 10.1. Эволюция автоматизированных систем управления предприятием
- 10.2. Общие положения по автоматизации предприятий торговли
 - 10.2.1. Автоматизируемые системы управления

торговыми предприятиями и их возможности

10.2.2. Back office и Front office

10.2.3. Возможности ERP систем для автоматизации торговли

10.3. Взаимодействие заказчика (розничной сети) и исполнителя (консалтинговой компании) в ходе проекта внедрения автоматизируемой системы

10.3.1. Формирование команды внедрения

10.3.2. Этапы внедрения

Литература

Электронные ресурсы

ОБ АВТОРАХ