

**УДК 658**  
**ББК 65.421**  
**М12**

**Автор:**

*Ш. Ш. Магомедов* — доктор технических наук, профессор, академик Академии проблем качества.

**Рецензент:**

*Ф. А. Петрице* — доктор технических наук, профессор.

**Магомедов Ш. Ш.**

**М12**      Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров / Ш. Ш. Магомедов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 176 с.

ISBN 978-5-394-02529-7

В учебнике раскрыта сущность управления товарным ассортиментом в магазине. Подробно рассмотрены факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента; приведены особенности управления ассортиментом по товарным категориям; раскрыты методические подходы к управлению товарным ассортиментом и запасами.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Торговое дело» и «Товароведение». Может быть также полезен для преподавателей, аспирантов и практических работников товарного рынка.

**УДК 658**  
**ББК 65.421**

ISBN 978-5-394-02529-7

© Магомедов Ш. Ш., 2015  
© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2015

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	5
<b>Глава 1. ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ</b> .....	7
1.1. Сущность товара как объекта удовлетворения потребностей, предмет дисциплины .....	7
1.2. Сущность ассортиментной политики магазина .....	9
1.3. Концепция управления товарным ассортиментом .....	15
1.4. Задачи и принципы управления товарным ассортиментом ....	17
Контрольные вопросы и задания .....	22
<b>Глава 2. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА</b> ....	23
2.1. Месторасположение магазина .....	23
2.2. Атмосфера магазина .....	29
2.3. Товарная марка и упаковка товаров .....	32
Контрольные вопросы и задания .....	35
<b>Глава 3. ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ТОВАРАХ</b> .....	36
3.1. Характеристика потребностей людей в товарах .....	36
3.2. Сегментация потребительского рынка как начальный этап формирования товарного ассортимента .....	42
3.3. Матрица ценности покупателей .....	47
3.4. Изучение потребностей и предпочтений покупателей .....	50
Контрольные вопросы и задания .....	51
<b>Глава 4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ</b> .....	52
4.1. Потребительская ценность и цена товара в системе оценки его конкурентоспособности .....	52
4.2. Основные пути поддержания уровня качества и повышения конкурентоспособности товаров .....	57
4.3. Модель управления конкурентоспособностью товаров .....	63
Контрольные вопросы и задания .....	68
<b>Глава 5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ</b> .....	70
5.1. Коммуникационная концепция маркетинга .....	70
5.2. Маркетинг взаимоотношений с потребителями .....	75
5.3. Психологический климат купли-продажи .....	77
Контрольные вопросы и задания .....	80

<b>Глава 6. ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ МАГАЗИНА</b> .....	81
6.1. Выявление характера и объема спроса .....	81
6.2. Прогнозирование продаж .....	88
6.3. Формирование оптимального ассортимента товаров .....	91
6.4. Корректировка ассортимента товаров .....	96
6.5. Оценка эффективности управления товарным ассортиментом и конкурентного статуса магазина .....	101
Контрольные вопросы и задания .....	103
<b>Глава 7. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ</b> .....	104
7.1. Понятие категорийного менеджмента .....	104
7.2. Особенности внедрения категорийного менеджмента .....	108
7.3. Этапы формирования ассортимента по товарным категориям .....	110
7.4. Структурирование и систематизация ассортимента товаров .....	112
7.5. Распределение ассортимента по товарным категориям .....	115
7.6. Балансировка ассортимента .....	118
7.7. Корректировка цен на товары внутри категорий .....	129
Контрольные вопросы и задания .....	135
<b>Глава 8. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ</b> .....	136
8.1. Определение объема потребности в товарах .....	136
8.2. Технология управления товарными запасами в торговых организациях .....	140
8.3. Организация контроля за состоянием и движением товарных запасов в торговле .....	146
Контрольные вопросы и задания .....	150
<b>Глава 9. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОСТАВЩИКАМИ ТОВАРОВ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА</b> .....	151
9.1. Маркетинговая стратегия выбора поставщика .....	151
9.2. Основные характеристики поставщика и их оценка .....	152
9.3. Управление поставщиками в торговых организациях .....	157
9.4. Тактика построения взаимоотношений с поставщиками .....	161
Контрольные вопросы и задания .....	163
<b>ГЛОССАРИЙ</b> .....	164
<b>ЛИТЕРАТУРА</b> .....	174