

CATEGORY MANAGEMENT U FUNKCIJI REALIZACIJE KOMPARATIVNIH PREDNOSTI KOD ROBA ŠIROKE POTROŠNJE

TANJA IVANOVIĆ, ELIT – ekonomska laboratorija za istraživanje tranzicije

Apstrakt: Inovacije pretpostavljaju novine. U ovom radu se objasnjava šta je to category management, prezentiraju se načini njegovog definisanja i tumačenja i objašnjava se njegov značaj i ulogu. Kroz praktične primjere se objašnjava zašto je category management interesantan za maloprodaju, a naročito kakav značaj ima istraživanje kao osnova category management-a za maloprodaju (ili lanac maloprodaja) i za robnog proizvođača.

Abstract: Innovation implies newness. This discuss try to explain what is it category management and to present ways of defining and understanding category management and category. It is also tried to explain importance and role of categories. Through practical examples it is tried to explain why category management is interes of retails and /or retail chain and for producers.

Ključne riječi: category menadžment, kategorija proizvoda, maloprodaja, proizvođač, tržišne kategorije, kupac, potrošačka percepcija, robe široke potrošnje.

Key words: category management, product category, retails, producers, market categories, customer, customer perception, fast moving consumer goods (FMCG).

UDC: 005:339.37; JEL classification: M11, M31 ;

Review ; Received: September 12, 2005
