

# Содержание

Предисловие.....	8
Введение.....	11
1. Четыре главных момента хорошего бизнеса.....	17
2. Социальные устремления и ценностная база.....	21
2.1. Видение целей.....	21
2.2. Сильная корпоративная культура.....	26
2.3. Культурное разнообразие.....	41
2.4. Социально-экологические вопросы.....	45
2.5. Наш вклад с точки зрения рынка.....	60
3. Дифференциация за счет контроля цепи создания ценностей.....	66
3.1. Создание успешной бизнес-модели.....	67
3.2. Уникальный ассортимент.....	78
3.3. Цепь поставок как залог низких цен.....	88
3.4. Эффективные розничные магазины.....	100
3.5. Коммуникация.....	106
3.6. Работать как <i>единая</i> компания.....	110
3.7. Задача оставаться на плаву.....	125
4. Лидерство на рынке и сбалансированный рыночный портфель.....	129
4.1. Рыночная стратегия.....	136
4.2. Европейская экспансия.....	139
4.3. США.....	143
4.4. Россия.....	147
4.5. Азиатско-Тихоокеанский регион.....	152
4.6. Местная компания или международный ретейлер?.....	157
4.7. Глобальная экспансия в розничной торговле.....	159
5. Заинтересованный владелец и долгосрочные перспективы.....	165
5.1. Финансы.....	174
6. Что делает генеральный директор.....	178
7. Может ли бизнес быть благородным делом?.....	188
Об авторе.....	199