

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
Балашовский институт (филиал)

Кафедра экономики и права

**Проблемы, особенности и перспективы развития розничной торговли в
современной России**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 146 группы
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»
факультета математики, экономики и информатики
Якуниной Екатерины Федоровны

Научный руководитель
кандидат экономических наук,
доцент _____

(подпись, дата)

И.Е. Чепляева

Зав. кафедрой экономики и права
кандидат исторических наук,
доцент _____

(подпись, дата)

В.В. Назаров

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. Значительные перемены в экономической и политической жизни страны, произошедшие в течение последних лет, повлекли за собой существенные изменения в характере и условиях функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе и в розничной торговле.

Розничная торговля конца 20 - начала 21 вв. — это сложный многоуровневый и очень консервативный бизнес. В настоящее время розничная торговля РФ претерпевает кардинальные изменения, которые связаны прежде всего с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием отечественных розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными российскими и глобальными международными розничными сетями.

Степень разработанности проблемы.

Современное состояние изученности тематики бакалаврской работы можно назвать достаточно глубоким.

Формирование системы взглядов на данную проблему можно встретить в работах таких теоретиков - экономистов, как М. Леви, Б.А. Вейтц, Дж. Ферни, Д.А. Карх, Т. Кент, О. Оджени, О.В. Памбухчиянц, Л.П. Дашков, Д.Л. Щур и др. Так, в частности, изучению принципов розничной торговли посвящен ряд работ Дж. Ферни; теоретических и методологических аспектов маркетинга розничной торговли - В.В. Никишкина; технологиям торговли - Л.П. Дашкова и т.д. Все вышеперечисленное предопределило выбор темы

бакалаврской работы, постановку целей и задач.

Цель и задачи исследования.

Целью бакалаврского исследования является раскрытие проблем, особенностей и перспектив развития розничной торговли в современной России. Поставленная цель обусловила задачи исследования:

- рассмотрение сущности и функций розничной торговли;
- классификация розничных торговых предприятий;
- изучение правил работы предприятий розничной торговли;
- рассмотрение истории развития торговли в России;
- рассмотрение состояния розничной торговли в краткосрочной ретроспективе:
 - освещение основных тенденций развития розничной торговли в РФ;
 - анализ степени удовлетворения спроса населения в товарах конкретного предприятия розничной торговли (на примере магазина № 7 «Птица» г. Нижний Тагил) по общему объему и структуре;
 - оценка эффективности методов продаж и рассмотрение организации дополнительных услуг, оказываемых покупателям вышеупомянутым магазином;
 - анализ уровня торгового обслуживания потребителей магазином № 7 «Птица»;
 - рассмотрение путей повышения качества торгового обслуживания покупателей магазином № 7 «Птица».

Предмет исследования работы.

Предметом исследования работы являются проблемы, особенности и перспективы развития розничной торговли в современной России.

Объект исследования работы.

Объектом исследования выступает розничная торговля.

Методологические и теоретические основы исследования.

Цели и задачи бакалаврской работы predetermined ее методологию.

Ее составили:

- на этапе описания характеристики розничной торговли - метод теоретического анализа;
- на этапе рассмотрения истории развития торговли в России - историко-логический;
- на этапе освещения основных тенденций развития розничной торговли в РФ - экспертных оценок и сравнения;
- на этапе описания характеристики уровня обслуживания покупателей и рассмотрения путей повышения его качества конкретным предприятием розничной торговли - методы и процедуры экономического анализа.

Процесс исследования был значительно конкретизирован использованием учебной экономической литературы, нормативно-правовых актов, научных статей, материалов официального сайта министерства промышленности и торговли Российской Федерации и т.п.

Структура и объем работы.

Структура работы определяется целью и основными задачами исследования. Работа состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографии. Она содержит 19 таблиц, 1 рисунок.

Апробация работы.

Полученные теоретические и практические результаты были апробированы в процессе участия автора работы в Пятом Всероссийском конкурсе молодых аналитиков, проводившемся под эгидой молодежного союза экономистов и финансистов РФ в г. Москве в 2015 г., где она заняла I место в номинации «Аналитическое обеспечение промышленной политики России», а также Пятнадцатой Всероссийской олимпиаде развития народного хозяйства России, проводившейся под эгидой молодежного союза экономистов и финансистов РФ в г. Москве в 2015 г., где она заняла I место в номинации «Промышленная политика России».

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первом разделе «Характеристика розничной торговли» рассмотрены сущность и функции розничной торговли; осуществлена классификация розничных торговых предприятий; изучены правила работы предприятий розничной торговли.

Во втором разделе «Розничная торговля в России» рассмотрены история развития торговли в России, состояние розничной торговли в краткосрочной ретроспективе; освещены основные тенденции развития розничной торговли в РФ.

В третьем разделе «Характеристика уровня обслуживания покупателей и пути повышения его качества конкретным предприятием розничной торговли» проанализирована степень удовлетворения спроса населения в товарах конкретного предприятия розничной торговли (на примере магазина № 7 «Птица» г. Нижний Тагил) по общему объему и структуре; дана оценка эффективности методов продаж и рассмотрение

организации дополнительных услуг, оказываемых покупателям вышеупомянутым магазином; проанализирован уровень торгового обслуживания потребителей магазином № 7 «Птица»; рассмотрены пути повышения качества торгового обслуживания покупателей магазином № 7 «Птица».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате написания бакалаврской работы были сформулированы следующие выводы:

1. в 1990-е годы развитие современной розничной торговли в России повторило опыт экономически развитых западных стран. Там, когда компании розничной торговли осознали необходимость создания и продвижения собственных брендов, процессы концентрации получили ускорение. Но к этому западные страны шли примерно 40 лет (наша страна - менее 20). Например, сейчас в Германии 5 крупнейших розничных операторов контролируют 65% рынка, в Великобритании 4 сети - более 70, во Франции 5 крупнейших сетей - 85. В России в 2007 году, когда происходил интенсивный, но нестабильный рост на «перегретом» спросе, обусловленном рекордным притоком капитала в страну и высоким уровнем мировых цен на энергоносители, доля 5 крупнейших компаний составляла около 5 %;
2. в настоящее время наблюдается переориентация предприятий розничной торговли в сторону относительно менее обеспеченных и более массовых потребительских сегментов: супермаркеты, начав с обслуживания относительно узкого среднего класса, становятся более демократичными;

гипермаркеты претендуют на то, чтобы заменить собой открытые рынки; дискаунтеры «нащупывают» более жесткие и экономичные формы торговли. Таким образом, эффект экономии на масштабах, субординация поставщиков, использование собственных торговых марок, - все это способствует относительному сдерживанию цен;

3. хозяйственная деятельность магазина № 7 «Птица» в Нижнем Тагиле, характеристике уровня обслуживания покупателей, которым и путям повышения качества такого обслуживания посвящен третий раздел, повторяет общероссийскую картину: средний уровень валового дохода снизился в 2014 году по сравнению с прошлым годом на 1,72 %, что привело к уменьшению суммы прибыли магазина на 669,36 тыс. руб., а благодаря снижению среднего уровня издержек обращения на 1,62 % было получено 630,44 тыс.руб. прибыли.