



Торговля в любой стране является двигателем экономического развития и роста. Переход к рыночной модели хозяйствования способствовал укреплению позиций торговли, переводя ее из разряда спекулятивных доходов к одному из легальных предпринимательских видов заработка. Розничная торговля в России выполняет следующие экономические функции:

- Формирование торгового ассортимента.
- Удовлетворение покупательского спроса.
- Сбор информации о ценах, соотношении предложения и спроса.
- Организация товародвижения, доведение товаров до покупателей.
- Рекламно-информационная работа. Стимулирование сбыта.
- Оптимизация каналов сбыта, методов продаж.
- Оказание комплекса услуг на этапе продажи и пользования товарами.
- Развитие технологий розничной торговли.

Наиболее привычными формами розничной торговли в России являются стационарная и нестационарная торговля, ярмарки выходного дня, рынки, региональные ярмарки, специализированные ярмарки и фестивали. Стационарная торговля представлена розничными магазинами с различным ассортиментом. Они имеют специализированные здания или строения. Сюда относят так же торговые центры, магазины, павильоны и киоски. Нестационарная торговля осуществляется с помощью развоза или разноса готовой продукции. Для поддержания работников сельскохозяйственного сектора в некоторых городах проводятся ярмарки выходного дня, где можно приобрести товары фермерского животноводства и растениеводства.

Доля розничной торговли России во внутреннем валовом продукте является одной из самых больших. На сегодняшний день она составляет 22%. В розничной торговле задействовано около 15 миллионов человек, что составляет 15% трудоспособного населения. Принципы развития розничной торговли России берутся из позитивного опыта развитых стран. Там широко внедряются инновации, последние достижения науки и техники. Розничная торговля западных стран отличается аккумуляцией людских ресурсов, привлечением значительных денежных средств.

В современных рыночных условиях активно развивается система категорийного менеджмента, которая представляет собой совместный непрерывный процесс между производителями и розничными торговцами для управления потребностями потребителя. Целью этого процесса является упрощение выбора товара и как следствие максимальное удовлетворение потребностей покупателя. Таким образом, построение и внедрение категорийного менеджмента позволяет в первую очередь решить первую проблему: без постоянной ориентации на потребителя невозможно осуществлять деятельность в области торговли. Также важной составляющей вышеописанной технологии является то, что это процесс, в котором единицей управления является товарная категория, а не единичный бренд. И здесь вновь стоит обратиться к западному опыту.

Но в проблема современной торговли в России заключается:

- Проблемы, связанные со снабжением и как следствие с логистикой в целом.
- Вопрос территориальной удаленности магазинов не всегда решает даже создание собственных центров распределения или использование современных технологий.
- Проблема кадрового состава кроется в системе образования, в частности, в практически отсутствующем наборе специальностей, касающихся торгового дела.
- Административные барьеры и коррупция -- также одна из весомых проблем, сдерживающих развитие розничной торговли.
- «Непрозрачное» законодательство не способствует повышению эффективности деятельности торговых предприятий и росту отрасли в целом.