

**Тема: Организация розничной торговли в городе
Москва**

Цель работы - изучить розничную торговлю на предприятии ООО Подмосковный магазин.

Объектом исследования является непосредственно сама розничная торговля.

Предметом исследования являются особенности организации розничной торговли, пути повышения ее эффективности.



Объем розничной торговли в крупных городах России

Крупнейшим розничным рынком России является Москва.

По результатам 2010 г. объем розничной торговли в Москве составил 24,6% от общего объема розничной торговли в России. Вторым по привлекательности регионом для реализации проектов розничной торговли является Московская область.

Наименование городов и областей	объем розничной торговли за 2010 год в %
Москва	24,6%
Санкт - Петербург	3,6%
Московская область	5,2%
Ленинградская область	3,6%
Тюменская область	3,4%
Свердловская область	3,1 %

Анализ развития розничных торговых предприятий Московской области

В качестве примера развития рынка розничной торговли рассмотрим Московскую

область, обладающую мощнейшим промышленным, людским и земельным потенциалом, охватывающим практически все отрасли экономики. По итогам 2010 г. область занимает по объему промышленного производства пятое место в России, а по объему розничного товарооборота - второе, уступая лишь Москве

	2008	2009	2010	2011	2012
Оборот розничной торговли (в млрд руб)	96.7	122.3	153.8	194.4	283.4
Прирост оборота розничной торговли (в % к предыдущему году)	10.3	10.6	11.2	11.5	13.4



Строительство крупных торговых центров вдоль МКАД, таких, как Auchan, IKEA, Metro, OBI, Marktkauf, Leroy Merlin и др., в основном ориентированы на обслуживание жителей Москвы и не решают проблем населения Московской области.





Крупные московские и общероссийские розничные сети (Перекресток, Пятёрочка, Седьмой континент, Рамстор, Копейка, Патэрсон, Магит др.) долгое время приоритетным направлением своего развития считали рынок Москвы. Только в последние годы наметилась тенденция распространения интересов крупных игроков рынка розничной торговли на регионы, и в первую очередь на города-миллионники



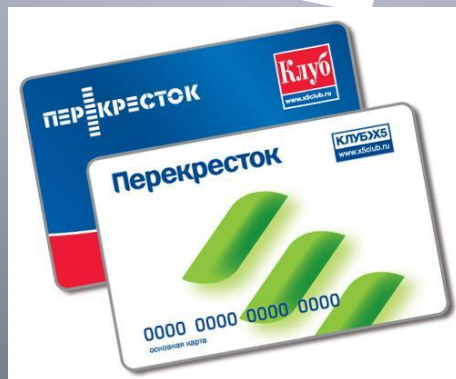
НАПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ



Внутренняя среда и базовый продукт



Внутренняя среда магазина подразумевает прежде всего интерьер и рекламное оформление. Оформление магазина должно осуществляться с использованием элементов фирменности, с помощью которых создается его фирменный стиль.



Спасибо за внимание!