

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Коммерция

Введение 3

1. Теоретические основы исследования розничной торговой сети 5

1.1 Понятие и сущность предпринимательства и розничной торговли 5

1.2 Тенденции развития розничной торговли 11

2. Анализ развития розничной торговой сети на примере «Магнит» 14

2.1 Общая характеристика магазина 14

2.2. Анализ внутренней и внешней среды предприятия 17

3. Основные направления развития торговой сети 20

3.1. Анализ коммерческой деятельности «Магнит» 20

3.2. Направления развития сети 23

Заключение 28

Список литературы 30

Приложения 41

Введение

XXI век принес с собой глобальный рынок, а вместе с ним и новые возможности для развития бизнеса. Сегодня в условиях ужесточения конкуренции компании все активнее ищут всевозможные способы повышения конкурентоспособности.

2

Ситуацию, которая сложилась в российской экономике, в том числе, в сфере розничной торговли, в настоящее время можно назвать не просто трудной. Экономическая и финансовая нестабильность отражается на всех составляющих работы предприятия: организации коммерческой деятельности, материально-техническом обеспечении, продажах, управлении персоналом. В наибольшей степени выиграли компании, имеющие сильные конкурентные преимущества, так как в условиях снижения платежеспособного спроса именно такие предприятия сохранили своих клиентов и даже приобрели новых.

Объективная и своевременная оценка коммерческой деятельности предприятия становится в настоящее время определяющим условием успешности принимаемых управленческих решений по усилению конкурентных позиций на рынке розничной торговли.

Данное исследование актуально потому, что: 1) освещает малоисследованную на примере отечественных предприятий проблему; 2) позволяет решить ряд практических задач на основе полученных в исследовании выводов.

Данную тему исследовали такие авторы, как: Антипин Ф.А., Баль А.В., Логиновский О.В., Былин А.В., Велецки К.М., Вечирко О.Н., Гомзяков А.Н., Елина К.Ю., Ильяшенко С.Б., Иванова Э.А., Мазанкова Т.В., Йенс Н., Килякова Е.М., Бижанова Е.М., Кирпиченков Л.И., Козлова Е.Б., Козлукова В.Д., Красюк И.А., Ногина О.Р., Ксенофонтов О.М., Кудашева-Подвойская О.В., Кузьмина Ю.В., Тойменцева И.А., Лопаткин Д.С., Голикова О.М., Макаров В.В., Смирнова В.В., Маковейчук К.А., Николенко М.Б., Наумов В.Н., Наумович А., Пузанкова А., Ногина О.Р. Носкова Е.В., Олифиренко А.С., Попова А.С., Лесных Ю.Г., Прокофьева Е.А., Денисов В.О., Процких К.А., Резник Р.С., Савельева О.В., Савенкова И.М., Салихова Р.Р., Сусякова О.Н., Тычкова Т.В., Филиппов С.А., Захаров В.Н., Чайка И.Ю., Чернухина Г.Н., Шнайдер В.В., Яковлев Г.А.

Цель – выявить особенности розничной торговой сети и основных направлений ее развития.

Задачи:

провести теоретическое исследование основ розничной торговой сети;

определить понятие и сущность предпринимательства и розничной торговли;

выявить тенденции развития розничной торговли;

провести анализ развития розничной торговой сети на примере «Магнит»

провести анализ коммерческой деятельности «Магнит»;
определить направления развития сети.

Объект – «Магнит». Предмет розничная торговая сеть и основные направления ее развития.
В исследовании использовались следующие методы: системный; структурный; функциональный; информационный; аксиоматический; выборочный; методы синтеза и анализа.

Работа включает введение, три главы, заключение, список использованных источников, приложения.

1. Теоретические основы исследования розничной торговой сети

3

1.1 Понятие и сущность предпринимательства и розничной торговли

Под предпринимательской деятельностью подразумевается инициативная, самостоятельная деятельность граждан. Цель предпринимательства – извлечение прибыли. Предпринимательская деятельность может осуществляться как от имени предпринимателя (индивидуальный предприниматель), так и от имени юридического лица [44].

Выделяют следующие особенности предпринимательства:

инициативность;
самостоятельность;
риск;
законность;
легальность.

Одним из проявлений предпринимательской деятельности является торговля. Розничная торговля представляет собой совокупность видов предпринимательской деятельности, связанных с продажей товаров и услуг конечным потребителям и предназначенных для личного пользования без дальнейшей реализации.

Розничная торговля представляет собой товарообменный процесс, направлением которого является удовлетворение потребностей людей в определенных товарах [45].

Розничная торговля (англ. - retail trade - «малый бизнес», с франц. retailer - «разрезать, дробить», русс. «рознить» – «разделять, отделять часть от целого, одно от другого») – ритейлинг, заключение договора розничной купли-продажи продавцом, осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере розничной торговли [1]. Согласно ГК РФ, продавец передает покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

В розничной торговле представлены интересы продавца по извлечению прибыли и интересы покупателя по удовлетворению потребностей. Розничная торговля, как наиболее приближенная к покупателю сфера, больше всего учитывает интересы потребителя и передает производителю сигналы о качестве и потребительских свойствах товара. При низком уровне того и другого и завышенной цене спрос на товар падает.

Основной принцип розничной торговли принцип теории индивидуального выбора принцип приоритета потребителя. Отсюда следует, что розничная торговля – это социальное выражение качества жизни общества.

Задачи розничной торговли

приобретение товаров и предложение их в неизменном виде или после обычной для розничной торговли обработки (переработки);
формирование ассортимента товаров для удовлетворения потребностей покупателей;

4

демонстрация образцов на открытых торговых стендах в целях получения заказов на товары;

рассылка товаров, заказанных по каталогу, образцам, пробам или на основании других предложений;

организация торговли с доставкой товара на дом;
организация торговли вразнос;
организация уличной торговли;
организация мелочной торговли.

Функции розничной торговли:

изучение спроса на товары и предложения, поддержание баланса между предложением и

спросом;
формирование торгового ассортимента, удовлетворение потребностей населения в товарах;
организация товародвижения, доведение товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
формирование товарных запасов и поддержании их на необходимом уровне;
рекламно-информационная работа;
осуществление торгово-технологических операций с товаром;
формирование спроса и стимулирование сбыта;
выбор наиболее эффективных методов продажи товаров;
оказание покупателям комплекса услуг, облегчающих процесс не только покупки, но и использования товара.

Технология розничной торговли может существовать в магазинной и немагазинной форме. В магазине выделяют следующие формы технологии: через прилавок, самообслуживание, торговля по образцам, по предварительным заказам. Самым удобным методом является самообслуживание.

Самообслуживание представляет собой эффективный метод продаж. Исследуемая система самообслуживания представляет большее удобство для покупателей и прибыль для магазина. Покупатели имеют возможность получить информацию о товаре: состав, сравнить характеристики товара с другим товаром, выбрать приглянувшийся товар. В результате сокращается время, затрачиваемое на покупку товара, отсутствует очередь у кассы, возрастает пропускная способность магазина. Однако, существуют проблемы при таком методе продажи: не окупившиеся затраты, воровство, неуниверсальность. Это обусловлено тем, что при данном

5

методе продаж, товары открыто выложены в торговом зале на стеллажах, и покупатели имеют к ним свободный доступ, могут осмотреть товар, не обращаясь за помощью к персоналу без необходимости, а расплачиваются на кассе.

Признаки самообслуживания:

свободный доступ к товарам, выставленным в торговом зале;
определенная система выкладки и размещения товаров;
разделение торговых залов на секции и отделы согласно видам размещенных в них товаров;
донесение информации до покупателей с помощью указателей, помогающих сориентироваться и найти необходимый товар среди всего представленного ассортимента;
квалифицированная помощь сотрудников магазина;
консультации при необходимости и обращении покупателя;
перемещение покупателями выбранных товаров в тележках или корзинах к узлам расчетов;
единый узел расчетов при выходе из зоны самообслуживания, однократная проверка товара при оплате.

При использовании метода самообслуживания изменяются технологическая планировка помещений магазина, организация материальной ответственности, товароснабжение, функции работников магазина. Метод применяется при продаже продовольственных и непродовольственных товаров. Товары, требующие нарезки, упаковки продают в магазинах самообслуживания через прилавок индивидуального обслуживания [3].

В таких магазинах функции работников торгового зала сводятся к консультированию покупателей, выкладке товаров и контролю сохранности, выполнению расчетных операций. Торговый персонал соблюдает установленные правила торговли. Например, запрещается требовать от покупателей предъявления приобретенных ими в других магазинах товаров, ставить на них штампы, обязывать оставлять личные вещи.

Потребитель вправе оставить у входа в магазин хозяйственную сумку, портфель, а магазин обязан обеспечить сохранность личных вещей покупателя. Товары покупатели укладывают в тележку и доставляют в

1. Алексина С.Б. Трансформация системы взаимоотношений поставщиков FMCG и розничных торговых сетей в России // В сборнике: Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции материалы всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 43-47.

6

2. Анализ ассортимента и потребительских предпочтений молочных продуктов в розничной торговой сети в Германии / Столбова А.С., Ушакова И.М., Русина К.А., Кислицына М.Н. // В сборнике: Твое призвание Материалы Шестого межрегионального (с международным участием) конкурса научно-практических работ, посвященного памяти доктора педагогических наук, профессора Василия Федоровича Сахарова. Ответственные редакторы В.А. Сахаров, Л.Г. Сахарова. 2019. С. 77-84.

3. Андреев Д.А. Анализ работы системы автоматического заказа товаров в розничных торговых сетях (на примере АО «ТАНДЕР») // В сборнике: Современные проблемы и перспективы развития туризма и сферы услуг в условиях глобализации Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией И.Ф. Жуковской. 2019. С. 181-186.

4. Афанасьева М.Ф. Оценка качества и безопасности грибов быстрозамороженных, реализуемых в розничных торговых сетях // В сборнике: Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции. Курск, 2020. С. 39-43.

5. Баранцева Ю.С. Обзор цифровых технологий: мировая практика розничных торговых сетей // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли Сборник трудов научно-практической и учебной конференции. 2019. С. 354-358.

6. Бармина Э.Э., Старикова Л.Н. Разработка методики оценки перспективных бизнес-проектов для розничных торговых сетей // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2019. № 3. С. 208-222.

7. Беспалова О.В. Массовая доля влаги в полуфабрикатах цыплят-бройлеров, реализуемых в розничной торговой сети // В сборнике: Современные инновационные технологии в экономике, науке, образовании 2020. С. 174-186.

8. Бондаренко О.Г., Павловская М.А. Управление эффективностью использования розничной торговой сети организации // В сборнике: Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития сборник научных статей международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию университета. 2019. С. 124-127.

9. Валеева Ю.С. Влияние развития big data на клиентоориентированность розничных торговых сетей // В сборнике: Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции материалы всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 64-72.

10. Валеева Ю.С. Логико-информационная модель услуги розничной торговой сети // Экономика и менеджмент систем управления. 2020. № 2 (36). С. 94-100.

11. Валеева Ю.С. Методология исследования категории потребительской ценности услуги розничной торговой сети // В сборнике: Инновационная экономика: глобальные и региональные тренды Материалы XI Международной научно-практической конференции. 2019. С. 212-216.

12. Валеева Ю.С. Методология клиентоориентированности в системе развития услуг розничных торговых сетей // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. 2019. № 4 (81). С. 29-39.

7

13. Валеева Ю.С. Системный подход внедрения системы менеджмента качества услугами розничных торговых сетей // В сборнике: Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук Сборник научных трудов III Международной конференции профессорско-преподавательского состава. 2019. С. 173-178.

14. Валеева Ю.С. Цифровизация как фактор ценностно-ориентированного развития услуг розничных торговых сетей // В сборнике: Экономика и сервис: от теории к практике Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 453-458.

15. Валеева Ю.С., Чкалова О.В. Концепция ценностно-ориентированного развития услуг розничных торговых сетей // Экономика и менеджмент систем управления. 2019. № 3 (33). С. 9-15.

16. Видякина А.В., Василькова О.А. Основы функционирования розничной торговой сети и направления совершенствования контроля качества продукции // В сборнике: Совершенствование

методологии и организации научных исследований в целях развития общества Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2020. С. 69-72.

17. Гевандова Я.С. Гуманизация законодательных новаций в сфере функционирования розничных торговых сетей // В сборнике: Общество и личность: проблемы гуманизации современного социокультурного пространства Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции: сборник научных статей преподавателей, научно-практических работников, обучающихся вузов. 2019. С. 506-510.

18. Глызина М.П., Иванова Е.А. Роль и особенности логистического процесса в логистической системе розничной торговой сети / В книге: Современные аспекты формирования инновационной экономики и менеджмента Бармута К.А., Богданова И.О., Верченко Ю.К., Гавриленко С.А., Гапоненко Т.В., Глызина М.П., Дуброва Л.И., Жуковский Д.А., Иванова Е.А., Малхасян А.Е., Маслова Н.П., Медведева Л.С., Муратова Е.Р., Муратов Д.К., Орехова Л.Л., Тухканен Т.Н., Угримова С.Н., Федосеева Л.В. Ростов-на-Дону, 2020. С. 45-55.

19. Давлетова Н.Э. Особенности ценообразования розничной торговой сети // В сборнике: Вопросы науки 2020: потенциал науки и современные аспекты Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции. 2020. С. 13-17.

20. Егорченко Т.И., Муратова Г.С. Особенности автоматизации торговой деятельности крупных розничных сетей // В сборнике: тенденции развития интернет и цифровой экономики II Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. 2019. С. 169-172.

21. Зленко О.А. Современные тенденции развития розничных торговых сетей в России под воздействием информационных технологий // В сборнике: Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности Сборник научных статей по итогам международной научной конференции. 2020. С. 131-134.

22. Иванов В.К. Исследование розничной цены на молоко питьевое в торговых сетях республики Крым // В книге: трансформация хозяйственных связей и торговой политики региона в условиях реализации федеральных целевых программ Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 97-100.

8

23. Исследование поведения потребителей розничных торговых сетей строительной отрасли методом семантического дифференциала / Щепакин М.Б., Облогин М.В., Михайлова В.М. // Практический маркетинг. 2020. № 1 (275). С. 23-28.

24. К разработке классификаций розничных торговых сетей в условиях их маркетинговой адаптации к требованиям нестабильного рынка / Щепакин М.Б., Облогин М.В., Михайлова В.М., Соколова Л.И. // Вопросы инновационной экономики. 2019. Т. 9. № 2. С. 571-594.

25. Каличава Э.Л. Роль и значение логистики в эффективном формировании розничных торговых сетей // В сборнике: молодой исследователь: вызовы и перспективы сборник статей по материалам CLXIII международной научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 240-243.

26. Кастомизация потребительского опыта в розничной торговой сети на основе цифровых технологий / Иванец Т.А., Соколова А.А., Божук С.Г. // В сборнике: Неделя науки СПбПУ Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 356-359.

27. Корчагин Р.Л., Василькова О.А. Система менеджмента качества в розничных торговых сетях // В сборнике: общество - наука - инновации сборник статей Международной научнопрактической конференции. 2019. С. 57-60.

28. Курганова Н.Ю. Методические подходы к оценке конкурентоспособности розничных торговых сетей // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 1 (46). С. 309-314.

29. Курганова Н.Ю., Чернухин А.М. Современные программы продвижения в розничных торговых сетях // Проблемы теории и практики управления. 2019. № 12. С. 60-68.

30. Куропаткина М.П. Оценка факторов, влияющих на развитие розничной торговой сети // В сборнике: Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Пермский государственный национальный исследовательский университет. 2019. С. 142-148.

31. Лавреева Ю.А. Особенности логистики в розничных торговых сетях // В сборнике: Экономика и государство: проблемы и перспективы развития Российский университет транспорта

(МИИТ), Российская открытая академия транспорта. 2020. С. 278-282.

32. Лихачева Е.И. Экспертиза качества молока пастеризованного, реализуемого в розничной торговой сети // Аграрное образование и наука. 2019. № 4. С. 23.

33. Массовая доля влаги в полуфабрикатах цыплят-бройлеров, реализуемых в розничной торговой сети / Беспалова О.В., Никулина Е.Н., Лебедько С.В., Дугаржапов А.Б. // В сборнике: Современные инновационные технологии в экономике, науке, образовании Материалы Третьей международной научно-практической конференции. 2020. С. 140-152.

34. Методика управления ассортиментной политикой компании на основе категорийного менеджмента в розничной торговой сети: разработка и апробация / Ильенкова Каролина Михайловна // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2020. Т. 15. № 1. С. 150-172.

9

35. Методические подходы к управлению клиентоориентированностью в системе развития услуг розничных торговых сетей / Валеева Ю.С., Гатина Э.А., Багрова Е.А. // Научное обозрение: теория и практика. 2019. Т. 9. № 10 (66). С. 1560-1567.

36. Мирзоев А.М., Кипрушова Л.П. Исследование качества полутвердых сычужных сыров, реализуемых в розничной торговой сети Санкт-Петербурга // В сборнике: современные тенденции в науке и образовании материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. 2019. С. 59-62.

37. Мирзоев А.М., Панюшкина А.П. Исследование качества красных столовых вин, реализуемых в розничной торговой сети Санкт-Петербурга // В сборнике: инновационные процессы в научной среде материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. 2019. С. 70-74.

38. Михеев Г.В., Деркачева Е.А. Розничные торговые сети: адаптация и управление развитием. Краснодар, 2019.

39. Михеева Е.В., Елагина В.Б. Оценка качества торгового обслуживания на предприятии розничной сети // В сборнике: управление качеством в образовании и промышленности сборник статей Всероссийской научно-технической конференции. отв. ред. Белая М.Н.. 2019. С. 195-200.

40. Мкоян А.С. Развитие розничных торговых сетей // В сборнике: национальный форум молодых исследователей сборник статей Международной научно-практической конференции. 2019. С. 90-95.

41. Мкоян А.Ш. Роль распределительного центра в структуре торгово-технологического процесса розничных торговых сетей // В сборнике: теория и практика коммерческой деятельности Материалы XIX Международной научно-практической конференции, электронное издание. Сибирский федеральный университет, Харбинский университет коммерции. 2019. С. 211-215.

42. Облогин М.В. К развитию розничных торговых сетей в условиях рыночной нестабильности // В сборнике: концепции и модели устойчивого инновационного развития общества сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 118-123.

43. Облогин М.В. Классификационный аспект в развитии розничных торговых сетей // В сборнике: Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения-2019 Сборник научных трудов по материалам VI Международной научно-практической конференции. 2019. С. 525-529.

44. Облогин М.В. Классификация факторов, влияющих на развитие розничных торговых сетей в России в условиях цифровой трансформации экономики // В сборнике: Цифровая трансформация экономики и промышленности Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием. Под редакцией А.В. Бабкина. 2019. С. 365-375.

45. Организация доставки товарных партий в розничную торговую сеть с учетом неравномерности размера товарных партий / Мочалин С.М., Стороженко С.Е., Левкин Г.Г., Мочалова С.М., Симак Р.С. // Логистические системы в глобальной экономике. 2019. № 9. С. 161-165.

46. Пантелеева В.В. Коммерческая работа по формированию ассортимента товаров в розничной торговой сети организаций АПК // В сборнике: Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере агробизнеса Сборник научных статей XV Международной

10

научно-практической конференции студентов и учащихся, проведенной в рамках ежегодного мероприятия «Дни студенческой науки» факультета бизнеса и права УО БГСХА. В 2-х частях. Редколлегия: Н.А. Глушакова [и др.]. 2019. С. 203-205.

47. Платонов Н.И. Особенности ценообразования розничной торговой сети // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 11-2 (57). С. 157-159.
48. Плотникова А.Ю., Зиброва Н.М. Разработка комплекса маркетинга розничной торговой сети // Форум молодых ученых. 2019. № 11 (39). С. 330-333.
49. Проблемы в развитии логистики розничных торговых сетей / Журавлева Н.Ю., Цветков М.А., Цветкова И.Ю. // Вестник СамГУПС. 2019. № 1 (43). С. 71-78.
50. Раджабова Ф.Х., Маджидов Ф.А. Развитие розничных торговых сетей в современных условиях Таджикистана // Вестник Технологического университета Таджикистана. 2019. № 1 (36). С. 121-125.
51. Рыжова О.А. Приоритетные направления развития логистических систем розничных торговых сетей в эпоху цифровой экономики // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2019. № 3 (23). С. 130-136.
52. Салихова Р.Р. Особенности внедрения элементов электронной торговли традиционными розничными торговыми сетями // Экономика, предпринимательство и право. 2019. Т. 9. № 4. С. 685-692.
53. Семенцова Я.В. Особенности ценообразования розничной торговой сети // В сборнике: Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России сборник научных трудов по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции. под науч. редакцией А.А. Тамова. 2020. С. 163-167.
54. Слепенкова Е.В., Муртузалиева Т.В. Контроль уровня запасов розничной торговой сети при открытии распределительного центра // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2019. № 1. С. 276-281.
55. Соболева О.А., Погудина В.И. Оценка качества муки пшеничной хлебопекарной высшего сорта, реализуемой в розничной торговой сети города Кирова // В сборнике: современные научно-практические достижения в ветеринарии Сборник статей Международной научнопрактической конференции. 2019. С. 118-122.
56. Солуянов В.К. Развитие розничной торговой сети на городском пассажирском транспорте // В сборнике: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Smart Nations: экономика цифрового равенства Материалы III Международного научного форума. 2020. С. 137-141.
57. Старов С.А., Гладких И.В. Ключевые принципы системного подхода при формировании сбалансированного портфеля собственных торговых марок розничных сетей // Брендменеджмент. 2020. № 1. С. 30-50.
58. Степанова Е.С. Особенности ценообразования розничной торговой сети // В сборнике: Молодежный научный форум сборник статей по материалам LXII студенческой международной заочной научно-практической конференции. 2019. С. 98-103.
- 11
59. Таушканова И.В. Аутсорсинг, как инструмент управления российскими розничными торговыми сетями // В сборнике: теория и практика коммерческой деятельности Материалы XIX Международной научно-практической конференции, электронное издание. Сибирский федеральный университет, Харбинский университет коммерции. 2019. С. 230-235.
60. Тогузова А.А. Ветеринарно-санитарная оценка качества мясных копченостей из свинины, реализуемых в розничной торговой сети // В сборнике: Научные труды студентов Горского государственного аграрного университета «Студенческая наука - агропромышленному комплексу» Научные труды студентов Горского государственного аграрного университета. 2019. С. 256-259.
61. Управление программой лояльности в торговых розничных сетях / Пупенцова С.В., Некрасова Т.П., Павленко И.А. // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 1. С. 195-210.
62. Цацулина Е.С. Положение розничной торговой сети «магнит» на современном рынке и возможные направления ее развития // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях электронный сборник XI Международной студенческой научно-практической конференции. 2019. С. 175-182.
63. Цифровая трансформация процесса доставки товарных партий в розничную торговую сеть / Левкин Г.Г., Симак Р.С., Гарафутдинова Н.Я. // В сборнике: вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 298-301.

64. Чеголов В.П., Мхитарян С.В. О влиянии государственного регулирования на розничные торговые сети и оптовую торговлю // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. № 1. С. 78-90.
65. Чернякович В.С., Бобович А.П. Тенденции развития розничной торговой сети республики Беларусь // В сборнике: Молодежь в науке и предпринимательстве сборник научных статей VIII международного форума молодых ученых, посвященного 55-летию университета. Под научной редакцией Н. В. Кузнецова. 2019. С. 349-354.
66. Шадченко Н.Ю., Константинов П.Д. Совершенствование складской логистики розничной торговой сети // В сборнике: Инновационные технологии развития отраслей экономики на российском и международном рынках Сборник материалов Международной (очно-заочной) научно-практической конференции . 2019. С. 271-275.
67. Шарыпова Т.Н., Рышков А.А. Проблемы и перспективы развития розничных торговых сетей в России // Аллея науки. 2019. Т. 4. № 1 (28). С. 159-162.
68. Щепакин М.Б., Облогин М.В. Развитие розничных торговых сетей в условиях их маркетинговой адаптации к требованиям изменяющегося рынка // В сборнике: Пространственная и структурная трансформация экономики России: проблемы и перспективы Материалы международной научно-практической конференции . 2019. С. 692-701.
69. Юсуфова К.С. Розничные торговые сети: ассортимент, конкурентоспособность // В сборнике: Актуальные проблемы развития науки в современном мире Международная студенческая научно-практическая конференция. 2020. С. 193-198.
70. Ilchenko N.B., Voynilovych V.Ye. Developing retail trade networks of the mass-market segment of the fashion industry in Ukraine // Бизнес информ. 2019. № 11 (502). С. 407-416.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

5D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8