**Проблемы во внутренней среде организации как основной фактор снижения продаж**

*Титова Евгения Олеговна*

*Студентка 4 курса очного отделения*

*Факультета Корпоративной экономики и предпринимательства Новосибирского государственного университета экономики и управления*

*Научный руководитель:*

*Доктор экономических наук, профессор Камзабаева М.С.*

*Аннотация: статья посвящена проблеме спада продаж в розничной торговле. Как основной и главный фактор влияние рассматривается внутренняя среда организации. Приведены различные группировки факторов внутренней среды и рассмотрено их значение.*

*Ключевые слова: спад продаж, розничная торговля, внутренняя среда организации, товарный ассортимент, ценообразование, персонал, тенденции развития.*

В настоящий момент розничная торговля переживает спад. Вследствие экономического кризиса за 2017 год зафиксировано 9 банкротств крупных торговых сетей [1]. В связи с низким платежеспособным спросом оборот розничной торговли в 2015-2016 годах снизился на 20% [2].

Восстановительный период в 2017 году ознаменовался ростом ВВП, снижением инфляции ниже 4%, тем не менее, исследователи отмечают, что расходы населения продолжают расти, а доходы падать. Но только ли внешние факторы поспособствовали спаду оборота розничной торговли? Внутренняя среда организации оказывает не меньшую роль в развитии розничного предприятия.

Существует множество подходов к определению основных факторов внутренней среды, оказывающих значительное влияние на оборот продаж. Одна из классификаций выглядит следующим образом:

- сезонная динамика продаж;

-конкуренты;

-товарный ассортимент;

- ценообразование;

- клиенты;

- каналы сбыта;

- персонал;

- активность компании на рынке [4].

Другая классификация представляет следующую группировку:

1. Факторы, связанные с товарными ресурсами.

2. Факторы, связанные с трудовыми ресурсами.

3. Факторы, связанные с обеспечением предприятия основными фондами и эффективностью их эксплуатации.

4. Факторы, связанные с режимом работы предприятия, то есть с организацией его деятельности [3].

Вторая классификация является по отношению к первой более сгруппированной и включающей в свои подгруппы элементы верхней классификации. Следовательно, имеет смысл рассматривать данные классификации в совокупности.

1. Факторы, связанные с товарными ресурсами. В данную подгруппу можно включить такие элементы, как: товарный ассортимент, ценообразование, сезонная динамика продаж. Товарный ассортимент, в свою очередь, является одним из основных и главных факторов, влияющих на успех розничного предприятия на рынке. ЧТО предлагает предприятие рынку? Он включает количество наименований, широту ассортимента, уникальность товарных групп. Товарный ассортимент находится в тесной связи с сезонной динамикой продаж. Ведь именно ассортимент определяет сезонность бизнеса. Если розничное предприятие занимается сезонным бизнесом, то кривая на графике будет иметь сильные колебания в выручке и объеме продаж предприятия. Необходимо установить баланс путем введения дополнительной товарной группы, обеспечивающей прибыль в «не сезон». Ценообразование в период кризиса также играет одну из ключевых ролей. Предприятию необходимо определить такую цену, благодаря которой оно будет получать необходимую прибыль и при этом не превышать, а в лучшем случае быть ниже, чем цена у конкурента.

2. Факторы, связанные с трудовыми ресурсами. В первую очередь, это сам персонал и принятая система мотивации и вознаграждения на предприятии. В розничном предприятии особую роль играют продавцы, именно они обеспечивают прирост выручки на предприятии. В зависимости от работы продавцов, определяется успех деятельности самого предприятия. Следовательно, необходимо тщательно подбирать персонал, а также непрерывно его обучать и вводить эффективные инструменты мотивации и контроля за их деятельностью.

3. Факторы, связанные с обеспечением предприятия основными фондами и эффективностью их эксплуатации. В данную подгруппу следует включить помещение, в котором располагается предприятие, оборудованные склады, оборудование, используемое для функционирования розничной организации. Все перечисленные элементы должны находиться в пригодном, обновленном или модернизированном состоянии.

4. Факторы, связанные с режимом работы предприятия, то есть с организацией его деятельности. Данная подгруппа включает такие элементы, как законодательство и используемые каналы сбыта. Каналы сбыта являются также одним из наиболее главных элементов для розничного предприятия. Главная задача данной организации – продать, каналы сбыта отвечают на вопрос как и кому. Для эффективного функционирования необходимо четко определить и создать распределительную сеть для определенного целевого сегмента рынка, с помощью чего или кого продукт дойдет до клиента? В настоящее время очень популярным становятся каналы сбыта с помощью интернет-ресурсов.

Таким образом, определив тенденцию снижения продаж на предприятии, необходимо, прежде всего, провести глубокий и тщательный анализ внутренней среды предприятия. Зачастую руководители начинают бороться с внешними воздействиями на организацию, что дает лишь краткосрочный успех, так как сама проблема заложена внутри самой организации. Руководителям следует непрерывно анализировать и контролировать деятельность розничного предприятия.

**Список литературы:**

1 Кризис розничной торговли [Электронный ресурс] URL:https://theidealist.ru/retailcrisis/ Дата обращения: 15.05.2018

2 Тенденции развития розницы в 2017 году [Электронный ресурс] URL:https://www.retail.ru/articles/141764/ Дата обращения: 15.05.2018

3 Факторы, влияющие на объем продаж предприятия [Электронный ресурс] URL: https://studwood.ru/898012/marketing/faktory\_vliyayuschie\_obem\_prodazh\_predpriyatiya\_torgovli Дата обращения:15.05.2018

4 10 факторов, влияющих на продажи [Электронный ресурс] URL: https://www.psycho.ru/library/2583 Дата обращения: 15.05.2018